



RAPORT ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU  
AUCHAN POLSKA 2012



„...Polski Klient  
zasługuje  
na więcej...”



## Szanowni Państwo!

Wielki projekt Auchan polega na oferowaniu naszym Klientom wolności wyboru po najniższych cenach. Każdego dnia walczymy o poprawę i powiększenie naszej oferty produktów i usług. Nie zgadzamy się, nawet w czasach kryzysu, na pauperyzację oferty, która ma obecnie tendencję do owładnięcia rynkiem. Naszym obowiązkiem jest oferować Klientom wybór, a naszym Dostawcom miejsce, tak aby mogli pokazywać swoje produkty i innowacje.

Zrównoważony rozwój Auchan opiera się przede wszystkim na rozwoju naszych ekip. Rozumiemy to poprzez szkolenia i akcjonariat pracowniczy. Zrównoważony rozwój, to odpowiedzialność za przyszłe pokolenia. Bierzymy udział w kampaniach społecznych mających na celu uświadamianie, czym jest odpowiedzialna konsumpcja, czy też walka z marnotrawstwem. Sprzedawać coraz więcej produktów dobrej jakości i coraz taniej – oznacza przede wszystkim sprzedawać odpowiedzialnie i do tego staramy się przywiązywać wagę w Auchan.

Nasz zrównoważony rozwój to przede wszystkim rosnąca satysfakcja naszych Klientów oraz zaufanie, które nam okazują każdego dnia wybierając Auchan. Codziennie robimy postępy na rzecz Klientów pozostając do ich dyspozycji i wierząc, że polski Klient zasługuje na więcej.

FRANCOIS COLOMBIÉ  
Przewodniczący Rady Nadzorczej  
Auchan Polska, Rosja i Ukraina

„...łączyć rozwój  
ekonomiczny,  
społeczny  
i środowiskowy...”



## Szanowni Państwo!

W zrównoważony rozwój Auchan w Polsce jest zaangażowany od kilku dobrych lat. Z pewnością jest to dla nas perspektywa długoterminowa w działalności operacyjnej w obszarach troski o klienta, współpracowników oraz otoczenie, w którym się rozwijamy. Zrównoważony rozwój jest dla nas wyzwaniem, ale jednocześnie czynnikiem, który daje wsparcie dla postępu firmy i naszych ekip. Nasz cel to umiejętnie łączyć rozwój ekonomiczny, społeczny i środowiskowy – to sprawia, że centra handlowe Auchan są zintegrowane z lokalną społecznością.

Z czego jesteśmy dumni patrząc na rok 2012?

Przed wszystkim z tego, że każda wielka operacja handlowa Auchan to nie tylko czas promocji i doskonałych okazji dla klienta, ale jednocześnie czas troski o ludzi, którzy potrzebują wsparcia. Wraz z Fundacją DKMS, dzięki wolontariuszom – pracownikom Auchan – uzyskaliśmy ponad 9 000 nowych potencjalnych dawców komórek macierzystych szpiku. To wspaniała akcja, którą będziemy kontynuować. Fundacja Auchan na rzecz dzieci i młodzieży wsparła w roku 2012 kolejne projekty lokalnych stowarzyszeń i fundacji. Są to przede wszystkim projekty adresowane do społeczności skupionych wokół naszych centrów handlowych, a ich różnorodność również bardzo nas cieszy. Nasi współpracownicy aktywnie angażują się w działalność charytatywną z przekonaniem, że dobro uczynione na rzecz innych wraca.

Warte podkreślenia jest również nasze zaangażowanie w szkolenie antykorupcyjne, które rozpoczęliśmy w 2012 i będziemy kontynuować w 2013 roku. Certyfikat Czysta Ręka zobowiązuje.

W trosce o naszych klientów w 2012 poprawiliśmy profesjonalizm obsługi, jeszcze lepiej dopasowaliśmy naszą ofertę do ich potrzeb, realizując Wizję Auchan. Uzyskaliśmy również doskonałe wyniki w oszczędności energii oraz w segregowaniu i odzysku odpadów. Dumą napawa nas różnica Auchan, którą jest z całą pewnością program akcjonariatu pracowniczego – ponad 70% naszych współpracowników podkreśla w wewnętrznym Barometrze Opinii, że jest to ważny powód, aby pracować i związać się na stałe z Auchan.

Z poważaniem,




MAREK SZEIB  
Dyrektor Generalny Auchan Polska

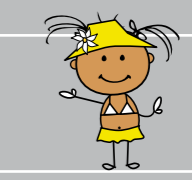
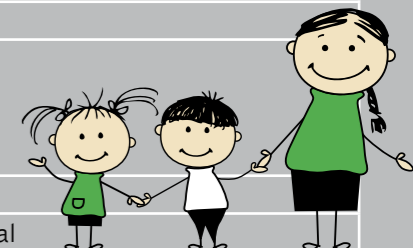
# Spis treści

- 2. Wypowiedzi Zarządu**
- 6. Auchan na świecie i w Polsce**  
17 lat obecności  
i 27 hipermarketów w Polsce.  
Rozwijamy się  
i zmieniamy dla Was!
- 12. Etyczny biznes**  
Sprawiedliwy i zrównoważony rozwój  
można zbudować jedynie  
na fundamencie etyki – M.Szeib
- 20. Strategia ZR**  
Zrównoważony rozwój  
- zobowiązanie Auchan
- 26. MIEJSCE PRACY**  
Rozwijając siebie,  
rozwijasz innych
- 36. RYNEK**  
Więcej - Taniej - Lepiej
- 54. OTOCZENIE SPOŁECZNE**  
Być dobrym sąsiadem.  
Być firmą solidarną.  
Budować lepsze jutro.
- 64. ŚRODOWISKO**  
Minimalizować  
negatywny wpływ,  
wzmacniać pozytywny.
- 76. Tabela wskaźników  
zrównoważonego rozwoju  
Auchan Polska**
- 77. Informacje o raporcie**



# Rok 2012 w skrócie

<b>STYCZEŃ</b>		Podsumowanie roku 2011 Wyznaczenie kierunków strategicznych na rok 2012
<b>LUTY</b>		Pierwsze Krajowe Forum Pracownicze Akcja Handlowa – „Promocje XXL”
<b>MARZEC</b>		Publikacja pierwszego raportu Global Compact Communication on Progress 2011 Świąteczna zbiórka żywności z Bankami Żywności
<b>KWIECIEŃ</b>		Dofinansowanie 3 projektów przez Fundację Auchan: • Fundacja „Pomóż im” – Auchan Hetmańska • Fundacja „Dr Clown” – Auchan Modlińska • Przedszkole integracyjne – Auchan Bielsko Walne Zgromadzenie akcjonariuszy Valauchan Ogłoszenie nowej wartości akcji Valauchan International
<b>MAJ</b>		16 urodziny Auchan Polska Urodzinowa akcja handlowa dla Klientów Subskrypcja akcji Valauchan International Drugie Krajowe Forum Pracownicze
<b>CZERWIEC</b>		Wydanie Raportu Zrównoważonego Rozwoju 2011
<b>LIPIEC</b>		Dofinansowanie 3 projektów przez Fundację Auchan: • Fundacja „ATD Czwarty Świat” – Auchan Wola • Fundacja „Przywrócić Dzieciństwo” – Auchan Wola • Fundacja „Podaj Dłoń” – Auchan Płock Auchan sponsorem Piątego Światowego Kongresu Etyki Biznesu ISBEE 2012 Animacje dla dzieci „RENDEZ-VOUS Z FRANCJĄ” z okazji francuskiego święta 14 lipca Akcja dla Klientów – „Bezpieczny powrót do szkoły” Akcja handlowa dla Klientów – „Promocje Cenowe Łaaat!”
<b>SIERPIEŃ</b>		Dofinansowanie Fundacji Auchan dla projektu Stowarzyszenia „Jestem” – Auchan Płock Trzecie Krajowe Forum Pracownicze
<b>WRZESIEŃ</b>		„Podziel się posiłkiem” - zbiórka żywności wraz z Bankami Żywności Akcja dla Klientów - „25 dni Auchan” „Nie marnuj jedzenia” - kampania społeczna z Bankami Żywności
<b>PAŹDZIERNIK</b>		Otwarcie nowego hipermarketu Auchan Łomianki Dofinansowanie 2 projektów przez Fundację Auchan: • Fundacja „Dr. Clown” – Auchan Komorniki • Fundacja „Pomóż im Dorosnąć” – Dyrekcja Generalna Kampania społeczna skierowana do konsumentów, pod patronatem POHiD i Federacji Konsumentów - „Czytaj etykiety”
<b>LISTOPAD</b>		Nagroda Eurologistics Szkolenie antykorupcyjne
<b>GRUDZIEŃ</b>		Akcja charytatywna „Kup Misia i Pomóż dzieciom z SOS Wioski Dziecięce” Nagroda dla Auchan od Stowarzyszenia „SOS Wioski Dziecięce” Świąteczna zbiórka żywności dla Banków Żywności Akcja społeczna z fundacją DKMS – rejestracja potencjalnych dawców szpiku



# Auchan

## Auchan na świecie

**Auchan to francuska sieć handlowa, z siedzibą w Croix (Francja), działająca w 12 krajach świata.**

Pierwszy sklep Auchan został otwarty przez Gerarda Mulliez **ponad 50 lat temu**, 6 lipca 1961 roku, na północy Francji, w miejscowości Roubaix, w dzielnicy Hauts Champs /czytaj oszka/.

Na koniec 2012 roku Centra Handlowe Auchan znajdują się we Francji, Włoszech, Hiszpanii, Portugalii, w Polsce, na Węgrzech, w Rosji, Luksemburgu, Chinach, na Tajwanie, Ukrainie i w Rumunii. Układy partnerskie pozwoliły w 2012 roku uruchomić pierwsze centra handlowe pod szyldem Auchan w Indiach i Tunezji.



groupe **auchan**

Na koniec 2012 roku Grupa Auchan zatrudniła 260 000 współpracowników na całym świecie. Grupa Auchan nie jest notowana na Giełdzie. Jej właścicielem, od ponad 50 lat są Stowarzyszenie Rodziny Mulliez oraz pracownicy Auchan, w ramach akcjonariatu pracowniczego.

### EUROPA CENTRALNA I WSCHODNIA

**Polska, Węgry, Rosja, Ukraina, Rumunia**

114 hipermarketów  
99 supermarketów  
69 centrów handlowych  
5 filii Banku Accord



### EUROPA ZACHODNIA

**Francja, Hiszpania, Włochy, Portugalia, Luksemburg**

264 hipermarkety  
2330 supermarketów  
193 centra handlowe  
4 filie Banku Accord, E-commerce, E-Drive, Alinéa, Little Extra



### AZJA

**Chiny, Tajwan**

258 hipermarketów  
47 centrów handlowych  
2 filie Banku Accord

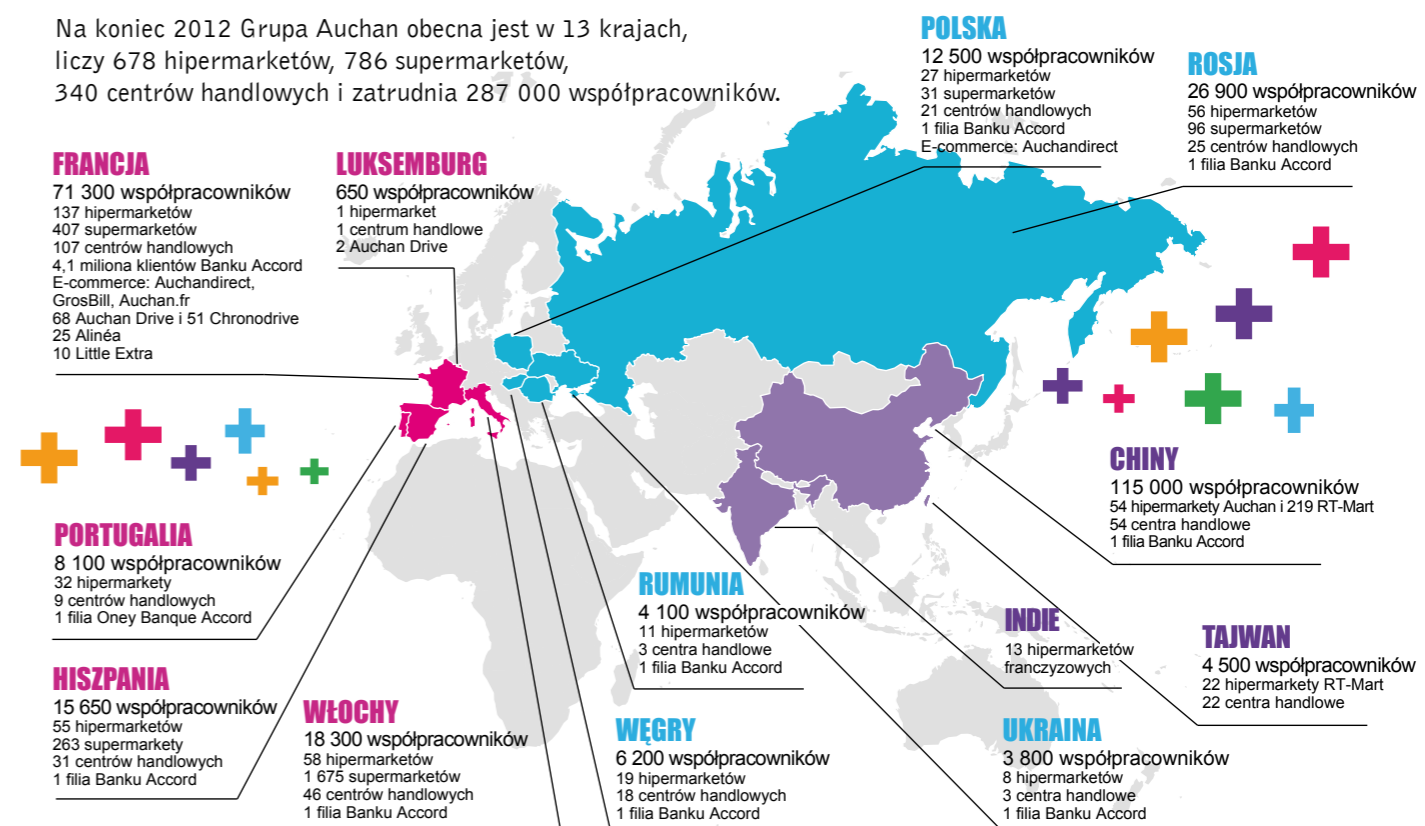


17 lat obecności i 27 hipermarketów w Polsce

Rozwijamy się i zmieniamy dla Was!



Na koniec 2012 Grupa Auchan obecna jest w 13 krajach, liczy 678 hipermarketów, 786 supermarketów, 340 centrów handlowych i zatrudnia 287 000 współpracowników.



# Kluczowe daty Grupy Auchan

1961



**1960-1970**  
**powstanie i rozwój we Francji**

Otwarcie przez Gérard'a Mulliez pierwszego sklepu w Roubaix (północ Francji), w dzielnicy nazywanej «Hauts Champs», w 1961. Powstaje Immochan.



**lata 90-te**  
**przyspieszenie rozwoju**

Wykup firmy Docks de France (Francja) i Pão de Açúcar (Hiszpania, Portugalia). Układ partnerski z La Rinascente (Włochy). Powstają supermarkety. Pierwszy hipermarket Auchan w Polsce w 1996 roku - Piaseczno, potem Węgry i Chiny.



**od 2005**  
**nowe kanały sprzedaży**

Auchandirect, Auchan.fr, Les Halles d'Auchan, AuchanDrive, Chronodrive, Little Extra...  
Rozwój Simply Market, nowe rynki (A-Mobile)...



**2011**  
**nowe kanały handlowe**  
Rusza Auchandirect.pl w Polsce...

2012



**lata 80-te**  
**rozwój poza granicami Francji**  
Pierwszy hipermarket Alcampo w Hiszpanii oraz Auchan we Włoszech. Powstaje Bank Accord.



**lata 2000**  
**nowe kraje**  
Układ partnerski w Chinach i na Tajwanie, w Rumunii, na Ukrainie, w Dubaju. Pierwsze hipermarkety w Rosji i supermarkety w Polsce i Rosji.



**od 2010**  
**przyspieszenie rozwoju międzynarodowego**  
Umowa partnerska w Indiach (hipermarkety) i w Tunezji (supermarkety); kupno 7 galerii handlowych na Węgrzech.

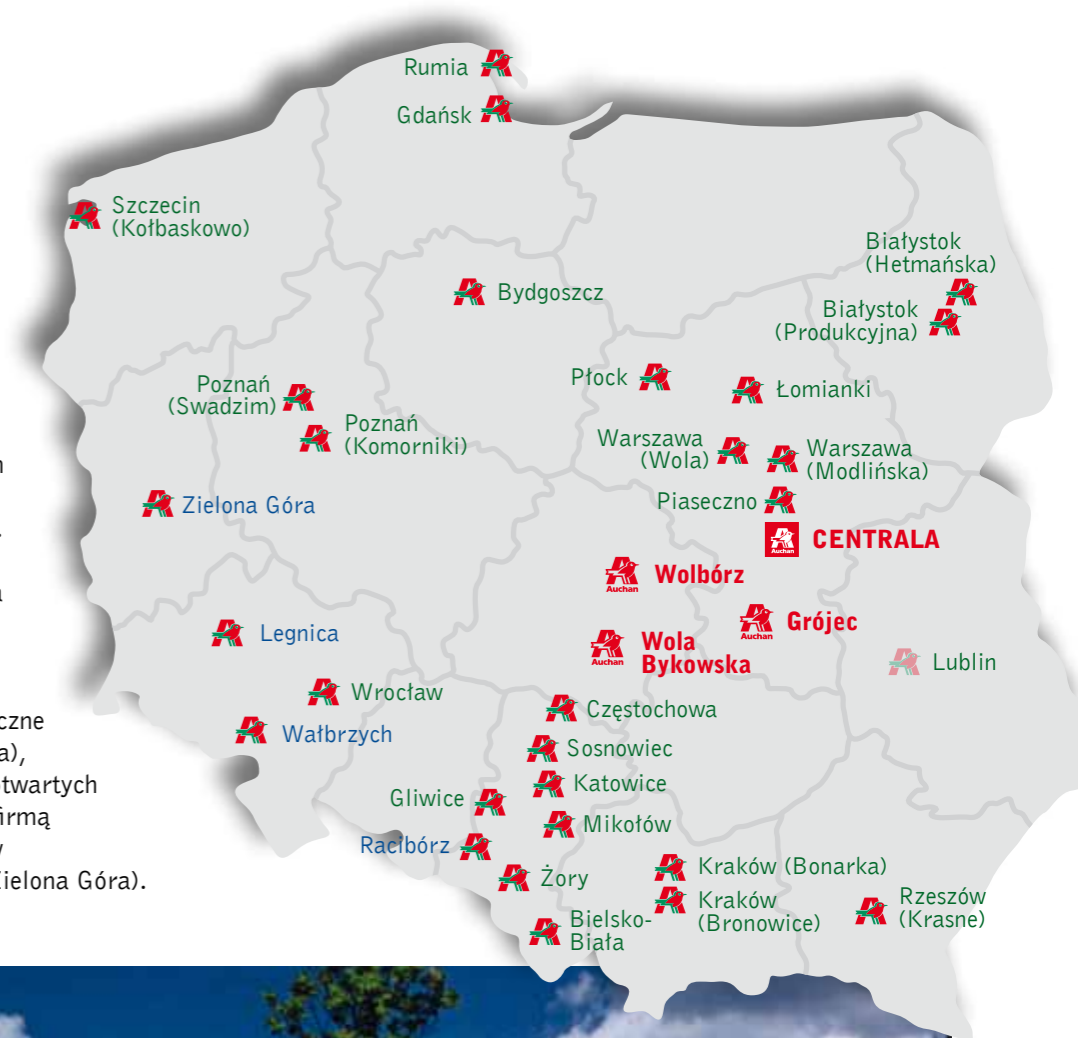


**2012**  
**kolejne otwarcia**  
Indie, Tunezja oraz w Polsce nowe centrum handlowe Auchan Łomianki.

# Auchan w Polsce

Pierwszy hipermarket w Polsce został otwarty w podwarszawskim **Piasecznie** w roku **1996**, gdzie również mieści się centrala firmy. 16 lat później - **30 listopada 2012** roku, firma Auchan otworzyła swój **27 hipermarket**, w **Łomiankach** pod Warszawą.

Firma posiada trzy centra logistyczne (Wolbórz, Grójec, Wola Bykowska), zaś w czterech z hipermarketów otwartych pod szyldem Auchan, ma wraz z firmą Schiever-Polska po 50% udziałów (Legnica, Wałbrzych, Racibórz, Zielona Góra).





## Branże i oferta


Auchan prowadzi w Polsce działalność w **pięciu branżach** – zwanych w grupie Auchan zawodami.

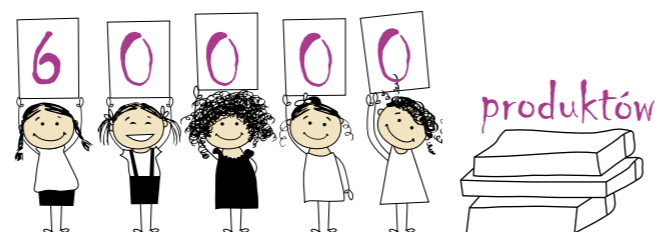
### Zawody Grupy Auchan w Polsce:

- hipermarkety pod szyldem Auchan** - należące do gałęzi hipermarketów
- supermarkety pod szyldem Simply** - należące do gałęzi supermarketów Grupy Auchan
- Bank Accord** - bank, którego działania w 100% skierowane są do klientów przedsiębiorstw Grupy Auchan, należący do Grupy Banque Accord
- Immochan** – developer zarządzający Galeriami Handlowymi należącymi do grupy Auchan
- AuchanDirect.pl** - sprzedaż internetowa

Niniejszy raport opisuje działania w zakresie zrównoważonego rozwoju hipermarketów Auchan w Polsce.

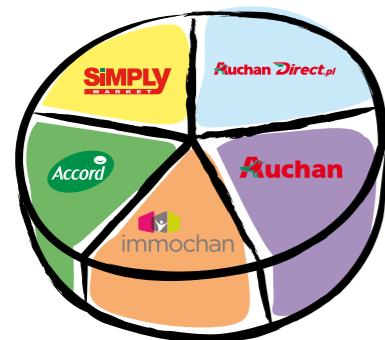
Swoim klientom firma Auchan oferuje ponad **60 000 produktów pod jednym dachem**, w podziale na produkty spożywcze i przemysłowe. W odpowiedzi na rozwój rynku, oraz zmieniające się potrzeby swoich klientów, Auchan rozwija również **gamę produktów marki własnej**, gwarantujących klientowi **wysoką jakość i przystępną cenę**.

Więcej informacji o ofercie Auchan znajdą Państwo w sekcji Rynek. 



### KLUCZOWE WSKAŹNIKI BIZNESOWE 2012

obrót za rok 2012	<b>6 550 mln</b>
liczba branż	<b>5</b>
liczba hipermarketów	<b>27</b>
liczba dostawców	<b>1500</b>



## Kalendarium Auchan Polska

1996

- maj - 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 powierzchni prawie 18 tys. m<sup>2</sup> w centrum handlowym 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

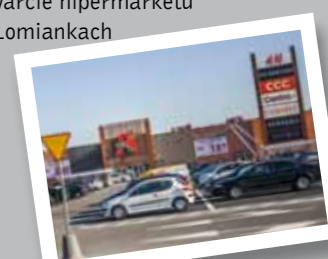


2011

- wprowadzenie nowej karty Skarbonka MasterCard,
- 15 urodziny sieci Auchan w Polsce,
- uruchomienie sklepu internetowego AuchanDirect.pl

2012

- otwarcie hipermarketu w Łomiankach



## Fundamenty działania Auchan

Podstawą funkcjonowania Auchan są misja, wizja oraz kluczowe wartości. Razem wytyczają one kierunki naszego działania, definiują sens naszego istnienia, określają to jakie potrzeby chcemy zaspakajać, jakie stawiamy sobie cele i w jaki sposób chcemy do nich dążyć. Określają także, jaką firmą chcemy być i w jaki sposób chcemy budować relacje z naszymi interesariuszami.



### MISJA

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

Najwyższa jakość  
w najniższych cenach

### 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**.

Zwiększanie siły nabywczej  
Podnoszenie jakości życia

Rozwój Auchan przebiega w oparciu o **trzy podstawowe wartości: zaufanie, dzielenie się i postęp**. Są one niezmiennie od chwili, gdy pierwszy market Auchan otworzył drzwi przed klientami we Francji w 1961 roku.



**ZAUFANIE** jest jednym z podstawowych więzów społecznych, dla nas oznacza solidną podstawę budowania relacji zarówno wewnątrz firmy jak i z zewnętrznymi interesariuszami: klientami, dostawcami i innymi ważnymi dla nas grupami. Wiąże się nierozdzielnie z wiarą w drugiego człowieka i wybraną przez nas drogę rozwoju i w naszą misję.



**DZIELENIE SIĘ** oznacza zaangażowanie współpracowników Auchan w życie firmy. Dzielenie się wiedzą znajduje swoje odzwierciedlenie w szkoleniach i wzajemnym komunikowaniu się. Dzielenie się władzą to przekazywanie odpowiedzialności współpracownikom. Dzielenie się zyskiem, to wspólne korzystanie z owoców pracy w ramach wypracowanej premii za progresję oraz akcjonariat pracowniczy.



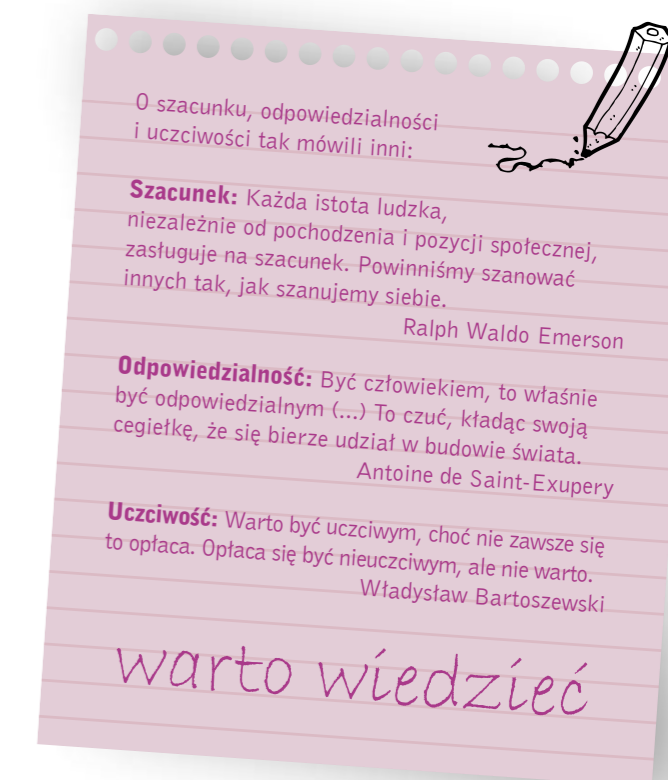
**POSTĘP** – rozwój pracowników i firmy. Decyduje o przyszłości Auchan i stanowi korzyść dla współpracowników. W ramach własnego rozwoju współpracownicy Auchan doskonalą swoje umiejętności, pogłębiają posiadaną wiedzę, zdobywają nowe kwalifikacje zawodowe, by z ich pomocą najpełniej zaspakajać zmieniające się potrzeby klientów i rynku i ciągle doskonalić swoją organizację, istniejącą w niej procesy i siebie samych.

W miarę powstawania hipermarketów Auchan w innych krajach, wartości te stawały się etycznym fundamentem rozwoju firmy na kolejnych rynkach, w tym na rynku polskim. W 2004 roku polscy współpracownicy firmy dodali **kolejne trzy wartości:**

**SZACUNEK** to poszanowanie, z jakim odnosimy się do siebie nawzajem, to akceptacja różnorodności, tolerancja i otwartość na to, co inne i nowe. To równe traktowanie, niezależnie od płci, wyznania, wieku, religii itd. Szacunek to wreszcie dobre miejsce pracy, w którym panuje klimat akceptacji i zachęty do rozwoju zawodowego i osobistego każdego z nas. To poszanowanie dóbr osobistych innych i majątku firmy.

**ODPOWIEDZIALNOŚĆ** oznacza dla nas respektowanie powziętych zobowiązań i sumienne wykonywanie powierzonych nam zadań. To siła popychająca nas do osiągnięcia celów, które przed sobą stawiamy oraz świadomość, że nasze czyny mają konsekwencje i dotyczą nie tylko nas samych. Rozumiemy, że nasze działania i zaniechania wpływają na nas, nasze otoczenie i środowisko. Każdy z pracowników Auchan bierze odpowiedzialność za swoje postępowanie w stosunku do kolegów, klientów, partnerów biznesowych i innych osób.

**UCZCIWOŚĆ** to postępowanie zgodne z literą prawa i normami moralnymi, to mówienie i poszanowanie prawdy, wierność danemu słowu, rzetelność i prawość. To wewnętrzna samodyscyplina, która skłania nas do ciągłego rozpoznawania tego, co dobre/etyczne i złe oraz dokonywania słuszych wyborów, choćby były trudne. Z perspektywy firmy to prowadzenie biznesu w etyczny i przejrzysty sposób, przeciwdziałanie korupcji.

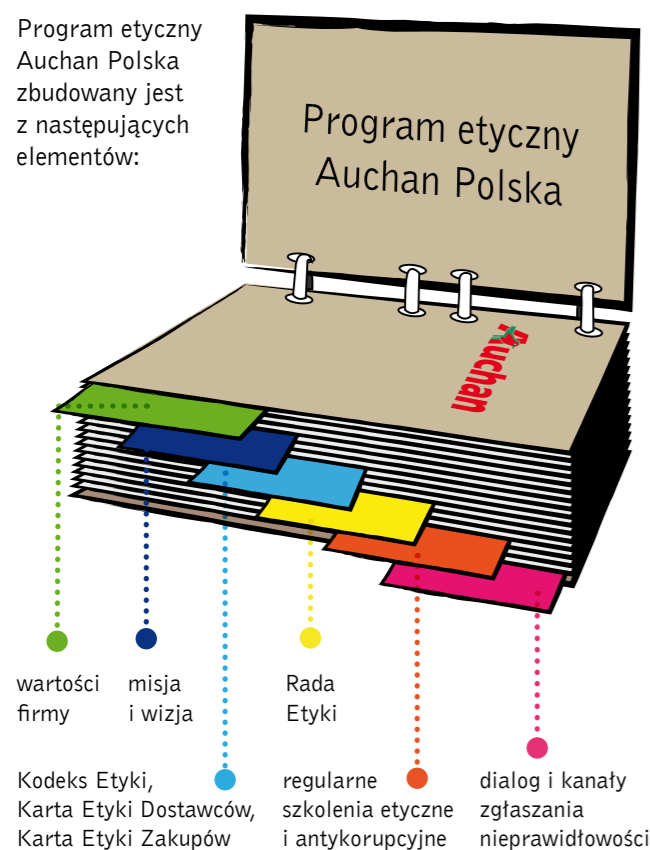


Sprawiedliwy i zrównoważony rozwój można zbudować jedynie na fundamencie etyki – Marek Szeib

# Program Etyczny Auchan Polska

Fundamentem funkcjonowania firmy jest etyka, która jest absolutnym wymogiem zarówno w stosunku do pracowników jak i partnerów zewnętrznych firmy. W Auchan funkcjonuje kompleksowy program etyczny, którego podstawowym dokumentem jest Kodeks Etyki, stanowiący drogowskaz w codziennym funkcjonowaniu pracowników firmy.

Program etyczny Auchan Polska zbudowany jest z następujących elementów:



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.

## RADA ETYKI AUCHAN POLSKA

W 2005 roku został powołany specjalny organ konsultacyjny i opiniotwórczy w kwestiach etyki - **Rada Etyki**. Rada pełni funkcję doradczą i opiniotwórczą, rozstrzyga w przypadku kwestii spornych natury etycznej. Do jej zadań należy wspieranie rozwoju firmy w oparciu o jej wartości i etyczne zasady, z poszanowaniem każdego człowieka. Na Radzie spoczywa także zadanie popularyzacji Kodeksu Etycznego i etycznych postaw poprzez szkolenia, spotkania informacyjne i wspieranie procesu komunikacji.

W skład Rady Etyki wchodzi stali członkowie - przedstawiciele dyrekcji generalnej oraz sklepów i serwisów, oraz dwoje niezależnych ekspertów. Stali członkowie Rady to: Dyrektor Generalny (Przewodniczący Rady), Dyrektor HR, Dyrektor Komunikacji, Dyrektor ds. Szkoleń, Przedstawiciel Załogi – członek Forum Pracowniczego, Dyrektor sklepu, Manager Personalny sklepu i Przedstawiciel Logistyki. Radę wspierają zewnętrzni eksperci: Pani Żaneta Poirieux – konsultant ds. rozwoju potencjału oraz Profesor Wojciech Gasparski – wiodący ekspert etyki życia gospodarczego, dyrektor Centrum Etyki Biznesu (CEBI).



**PROF. DR HAB. WOJCIECH GASPASKI**  
Dyrektor Centrum Etyki Biznesu Akademii Leona Koźmińskiego i IFiS PAN

Dbałość o dobre obyczaje kupieckie jest warunkiem powodzenia, szczególnie w handlu. Ich fundamentem - symbioza kompetencji zawodowych i moralnych wszystkich interesariuszy tworzących firmę jako wspólnotę wartości. Kompetencje nie są jednak dane raz na zawsze. Codzienna praktyka dostarcza wprawdzie doświadczenia, ale także rodzi dylematy, których rozstrzygnięcie wymaga odpowiedzialnych decyzji. Trafność podejmowanych decyzji zależy od systematycznego pogłębiania nie tylko umiejętności profesjonalnych, ale także z zakresu etyki jako wiedzy o moralności. Im kto bardziej się o to stara, tym większym darzony jest zaufaniem, jeśli nadto trwa w swych wysiłkach, to cieszy się zasłużoną renomą.

Na spotkaniach, Rada Etyki opiniuje m.in. zagadnienia zgłaszane przez pracowników na Forum Pracowniczym, czy nowe projekty, wysłuchuje podsumowań z działalności Fundacji Auchan, omawia bieżące sprawy etyczne w Auchan Polska. Zgodnie ze statutem Rady, istnieje możliwość zwołania dodatkowego posiedzenia, w potencjalnych pilnych sytuacjach. W przypadku gdyby rozpatrywana przez Radę Etyki sprawa dotyczyła jej członka, winien się on wycofać z prac Rady. Rada Etyki jest powoływana i odwoływana przez Dyrektora Generalnego, a jej kadencja trwa 3 lata.

## MECHANIZMY ETYCZNEGO ZARZĄDZANIA FIRMA

Obowiązek etycznego zachowania i przestrzegania zapisów Kodeksu Etyki spoczywa na każdym z pracowników Auchan. Są oni również zobowiązani do wspierania przestrzegania Kodeksu i zgłaszania jego ewentualnych naruszeń jednej z następujących osób:

1	bezpośredniemu przełożonemu
2	przedstawicielowi Forum Pracowniczego
3	przedstawicielowi Forum w Radzie Etyki
4	Dyrektorowi ds. Komunikacji
5	Dyrektorowi ds. HR
6	Zarządowi



## EDUKACJA ETYCZNA PRACOWNIKÓW

Auchan prowadzi etyczną edukację pracowników, zarówno poprzez szkolenia tradycyjne jak i e-learningowe. W tym celu zostało stworzone szkolenie e-learningowe. Został stworzony specjalny moduł szkoleniowy pt. „**Etyka**”, w którym do końca roku 2012 wzięli udział wszyscy pracownicy Auchan (wg. stanu zatrudnienia na dzień 31.12.2012). Szkolenia te mają na celu wytłumaczyć, uświadomić, zachęcić do odpowiedzialnych i etycznych postaw oraz korzystania ze stworzonych mechanizmów a także zaprezentować mechanizmy potencjalnych zgłoszeń. Dodatkowo w roku 2012 z pomocą renomowanego, niezależnego instytutu naukowo-badawczego - **Instytutu Kościuszki** w Auchan przeprowadzone zostało szkolenie z przeciwdziałania korupcji połączone z certyfikatem „**Czysta Ręka**”. Szkolenie przeprowadzone zostało w ramach realizacji zobowiązań wynikających z członkostwa Auchan Polska w inicjatywie Global Compact. Szkolenie Czysta Ręka uzyskało patronat inicjatywy Global Compact, a w szczególności zapisów 10 zasady Global Compact:

Przeciwdziałanie korupcji. Głównym celem szkolenia było pogłębienie wiedzy zespołu Auchan o **etyce, zjawisku korupcji i mechanizmach korupcyjnych** oraz ich skutkach dla firm, jednostek i gospodarki. Pracownicy Auchan nabywali także umiejętność rozpoznawania zagrożenia i reagowania na sytuacje korupcyjne. W szkoleniu wzięli udział wszyscy pracownicy z centrali zakupów Auchan, na rok 2013 planowane są dalsze szkolenia.





# Ład korporacyjny

Zarządzanie ładem korporacyjnym Auchan Polska odbywa się poprzez organy odpowiedzialne za nadzór, kontrolę oraz wdrażanie strategii zarządzania. Dzięki takiemu rozwiązaniu osoby na wysokich szczeblach zarządu ponoszą odpowiedzialność za zintegrowanie strategii zrównoważonego rozwoju z działalnością operacyjną firmy.

Poniżej przedstawiamy strukturę operacyjną Auchan Polska aktualną na dzień 01.06.2013, wraz z kluczowymi funkcjami realizowanymi w poszczególnych pionach operacyjnych.

## STRUKTURA OPERACYJNA AUCHAN POLSKA

<b>Dział Finansowy</b>	przepływy finansowe wewnątrz firmy
<b>Dział Ochrony</b>	bezpieczeństwo klientów, pracowników i mienia
<b>Dział Zasobów Ludzkich</b>	zarządzanie personelem
<b>Dział Marketingu</b>	komunikacja marketingowa i budowanie marki
<b>Dział Komunikacji i Zrównoważonego Rozwoju</b>	PR korporacyjny, komunikacja zewnętrzna, komunikacja wewnętrzna i zrównoważony rozwój
<b>Dział IT</b>	systemy informatyczne, bezpieczeństwo danych
<b>Centrala Zakupów</b>	negocjacje z dostawcami, szukanie nowych źródeł zaopatrzenia, jakość produktów
<b>Dział Prawny</b>	aspekty prawne działalności spółki
<b>Dział Rozwoju</b>	rozwój firmy, nowe inwestycje
<b>Dział Techniczny</b>	realizacja inwestycji i nadzór nad bieżącą eksploatacją
<b>Dział Organizacji</b>	planowanie i nadzór nad realizacją projektów



## ZARZĄD I RADA NADZORCZA

Za zarządzanie firmą i zapewnienie, że będzie się rozwijać w odpowiedzialny, zrównoważony sposób, w myśl wizji firmy i zasad etyki, odpowiedzialne są wymienione obok organy.

### ORGAN

**Komitet Dyrekcyjny**

**Rada Nadzorcza Auchan Polska**

### OBOWIĄZKI

Odpowiedzialny za zarządzanie oraz wdrażanie strategii Auchan. Wyznacza cele i sprawuje nadzór i kontrolę nad ich realizacją. Do zadań Dyrektora Generalnego należy koordynacja strategii zarządzania firmą, jej wdrażanie w odpowiednich obszarach działalności leży w gestii Dyrektorów Wykonawczych firmy.

Nadzoruje pracę Komitetu Dyrekcyjnego oraz kontroluje działalność oraz rozwój firmy pod względem ekonomicznym, społecznym i związanym z ochroną środowiska. Jest głównym narzędziem komunikacji pomiędzy głównym akcjonariuszem i Grupą Auchan.

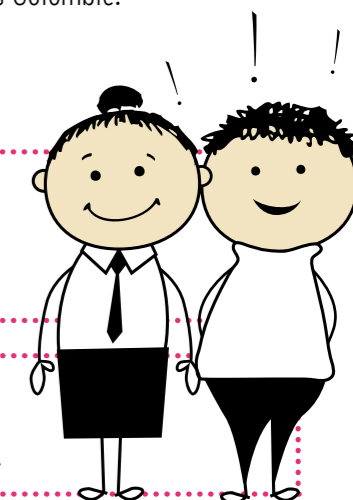
Komitet Wykonawczy Grupy Auchan składa się z następujących członków:

<b>1</b>	Przewodniczący Komitetu Wykonawczego
<b>2</b>	Dyrektor Generalny Hipermarketów
<b>3</b>	Dyrektor Generalny Supermarketów
<b>4</b>	Dyrektor Generalny Immochan
<b>5</b>	Dyrektor Generalny Banku Accord
<b>6</b>	Dyrektor Finansowy
<b>7</b>	Dyrektor ds. Zasobów Ludzkich
<b>8</b>	Dyrektor ds. Planowania i Kontroli Zarządzania

W ramach sprawowanej przez siebie funkcji kontrolnej, Rada Nadzorcza co miesiąc wysłuchuje sprawozdania z bieżącej działalności Zarządu. Drugą funkcją Rady jest wspieranie Zarządu w określeniu optymalnych kierunków rozwoju strategicznego dla Auchan Polska.

Na posiedzeniach Zarządu omawiane są sprawy związane z biznesem Auchan, kwestie finansowe, kwestie organizacji pracy i zarządzania organizacją oraz związane z realizacją strategii zrównoważonego rozwoju Auchan Polska.

Członkowie Zarządu i Rady Nadzorczej Auchan Polska zostali powołani na swoje stanowiska na podstawie wieloletniego doświadczenia w Auchan, znajomości branży i jej wyzwań, wysokich kompetencji biznesowych oraz umiejętności zarządzania. Dyrektorem Generalnym Auchan Polska jest Pan Marek Szeib, Przewodniczącym Rady Nadzorczej Pan Francois Colombié.



### Regulamin wewnętrzny AUCHAN Polska

**ZNACZENIE:** Regulamin obowiązuje wszystkich pracowników Auchan Polska i określa obowiązki każdego z nich, celem uzyskania zachowań zgodnych z zasadą odpowiedzialności społecznej. Dokument definiuje również podstawowe prawa pracownicze oraz prawa człowieka.

**ROK 2012:** W roku 2012 dla ściślejszego monitorowania m.in. kwestii związanych z jakością i stabilnością miejsca pracy i przeciwdziałaniem potencjalnym nadużyciom została powołana **Komisja ds. Relacji Pracowniczych**, która stoi na straży praw pracowniczych i jest ciałem rozstrzygającym w przypadku ewentualnych nieprawidłowości czy skarg w relacjach pracowniczych.

### Polityka zarządzania zasobami ludzkimi

**ZNACZENIE:** Kieruje procesem zarządzania zasobami ludzkimi, w oparciu o filozofie dzielenia się wiedzą, władzą oraz wypracowanym wynikiem, wyznaczaną przez grupę Auchan.

**ROK 2012:** **45%** menedżerów z awansu wewnętrznego, **92%** uprawnionych pracowników zostało akcjonariuszami Auchan, **402 692** godziny szkoleniowe.

### Normy BHP

**ZNACZENIE:** Zbiór norm dotyczących bezpieczeństwa i higieny pracy stosowanych celem zapewnienia ochrony zdrowia wszystkich osób, zarówno klientów jak i pracowników i partnerów, przebywających na terenie naszych sklepów.

**ROK 2012:** Wdrożenie **programu powszechnego dostępu do automatycznych defibrylatorów** zewnętrznych we wszystkich sklepach oraz w siedzibie Auchan. Przeprowadzono **szkolenia z udzielania pierwszej pomocy** dla pracowników działu ochrony w **100% sklepów** oraz w siedzibie Auchan.

### Polityka jakości

**ZNACZENIE:** Ma na celu osiągnięcie wyższego poziomu satysfakcji klientów, stanowi normy oraz zobowiązania firmy w takich kwestiach jak: dostawa bezpiecznych i niezawodnych produktów spożywczych i innych, staranny wybór dostawców, udostępnianie produktów promujących różnorodność, skrupulatne przestrzeganie obowiązujących przepisów prawa.

**ROK 2012:** Wdrożenie **wizji jakości zdefiniowanej przez Grupę Auchan** na poziomie międzynarodowym.



### Kodeks Etyki Auchan Polska

**ZNACZENIE:** Dokument stworzony przez pracowników Auchan Polska, dorocznie aktualizowany, opisujący podstawowe zasady postępowania pracowników i współpracowników Auchan. Z dokumentem tym zapoznają się wszyscy nowo zatrudnieni pracownicy Auchan, akceptację zapisanych w nim zasad potwierdzają własnoręcznym podpisem.

**ROK 2012:** Do końca roku 2012 wszyscy pracownicy zatrudnieni w Auchan Polska (na dzień 31.12.2012) przeszli **szkolenie z modułu szkoleniowego Etyka**. Dodatkowo pracownicy centrali zakupów przeszli **szkolenie z przeciwdziałania korupcji** i uzyskali certyfikat **Czysta Ręka**.

### Karta Etyki Zakupów

**ZNACZENIE:** Niniejsza karta obowiązuje dostawców Auchan i określa wymagania zgodnie z zasadami odpowiedzialności społecznej i świadczy o zaangażowaniu w dbałość o stan środowiska naturalnego. Wymogi zawarte w karcie muszą być spełnione przez wszystkie jednostki, które chcą nawiązać stosunki handlowe z Auchan Polska.

**ROK 2012:** Stworzenie **procedur służących weryfikacji głównych dostawców** pod kątem zasad zawartych w Kodeksie Etyki Handlowej Auchan. Ich audyt przeprowadza się metodą kontroli wrywkowej. W wyniku przeprowadzonej oceny, zawsze, jeśli następuje taka konieczność, można złożyć wniosek o podjęcie stosownych kroków służących poprawie stosowanych przez dane podmioty praktyk społecznych.

### Polityka zrównoważonych połów

**ZNACZENIE:** Zaangażowanie we wspieranie działań na rzecz zrównoważonego rybołówstwa we współpracy z naszymi dostawcami, zmniejszenia i wyeliminowania sprzedaży gatunków zagrożonych wyginieciem, obniżenia negatywnego wpływu akwakultury na środowisko naturalne oraz podnoszenia poziomu świadomości ekologicznej.

**ROK 2012:** Celem umożliwienia prawidłowej oceny jakości przez klienta połowy są oznaczone na mapie. W roku 2012 postanowiono **podnieść rozmiar minimalny** niektórych gatunków ryb, **wstrzymać zakup** pewnych gatunków ze względu na sposób połowu lub w określonych okresach, dać **preferencję „zrównoważonym”** zakupom.

### Polityka cenowa

**ZNACZENIE:** Definiuje markę Auchan jako najtańszy hipermarket na rynku hipermarketów.

**ROK 2012:** W badaniu **Najtańszy Koszyk** serwisu dlahandlu.pl, koszyk dla handlu wyłaniającym najkorzystniejszą ofertę cenową na 40 produktów świeżych oraz marek własnych produktów FMCG, **Auchan był najtańszy w każdym miesiącu roku 2012.**

# Strategia ZR

Grupa Auchan zdefiniowała strategię zrównoważonego rozwoju (ZR) w czterech obszarach, odpowiadających grupom kluczowych interesariuszy. Są to miejsce pracy, rynek, otoczenie społeczne i środowisko. Dla każdego obszaru zostały zdefiniowane cele strategiczne.

Zrównoważony rozwój rozumiemy zgodnie z definicją ISO 26000, w myśl której CSR to „ponoszenie odpowiedzialności za organizację, wpływ jej decyzji i działania na społeczeństwo, środowisko naturalne poprzez stosowanie przejrzystych i etycznych zachowań, które przyczynią się do zrównoważonego rozwoju w tym ochrony zdrowia i dobrobytu społecznego, będą zgodne z obowiązującym prawem i zgodne z międzynarodowymi normami oraz zachowaniami”. W tym właśnie duchu Auchan prowadzi działalność, ta definicja stanęła u podstaw strategii zrównoważonego rozwoju.



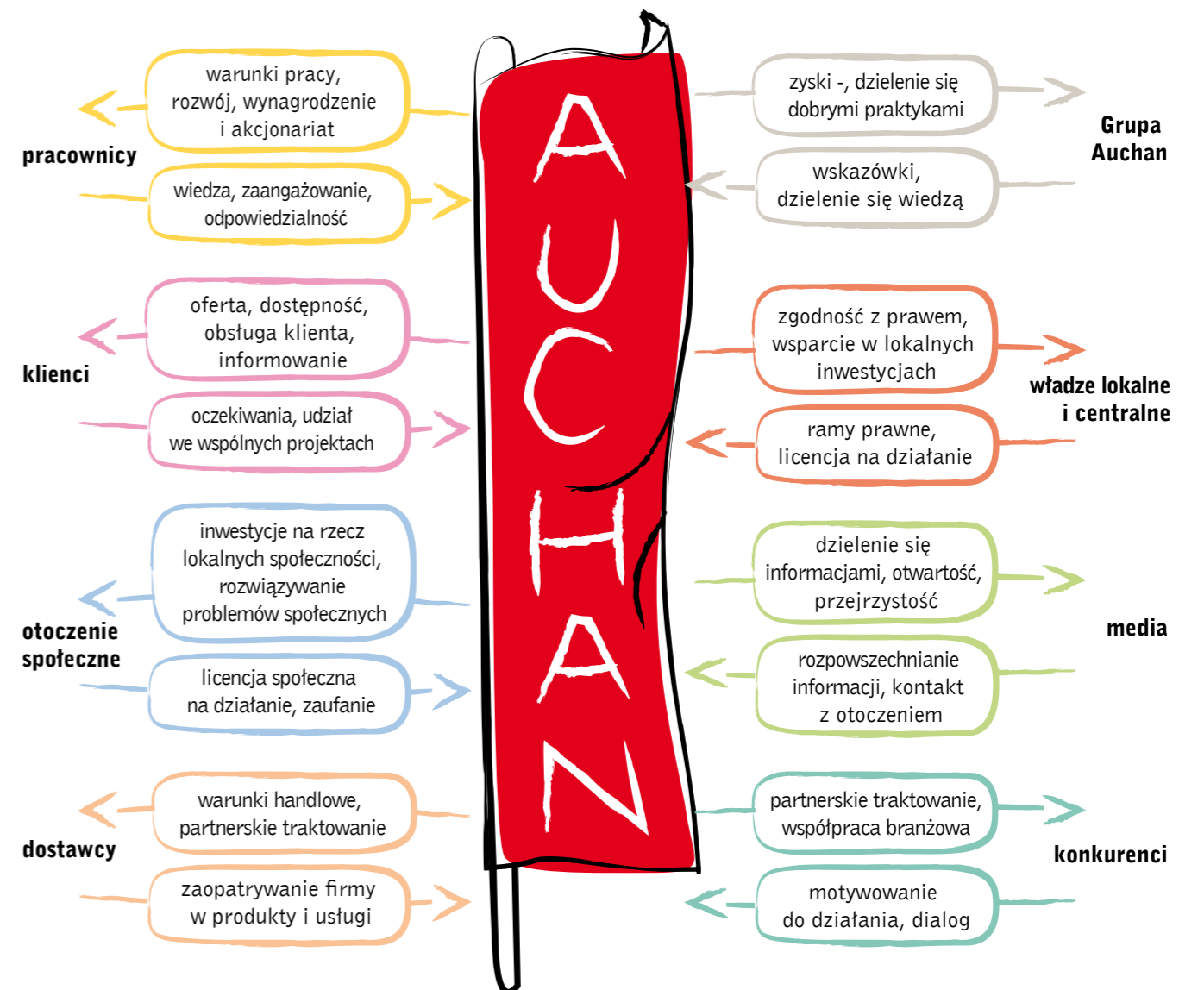
## Nasi interesariusze

Podstawą działalności Auchan jest partnerskie traktowanie interesariuszy, dialog i budowanie relacji z nimi.

Każda firma funkcjonuje w określonym otoczeniu, które wpływa na jej działalność i kreuje warunki jej funkcjonowania. Wpływ ten jest dwustronny, gdyż z jednej strony otoczenie wpływa na firmę, z drugiej zaś firma oddziałuje na nie. Prace nad strategią zrównoważonego rozwoju rozpoczęliśmy od stworzenia mapy interesariuszy Auchan.

Zrównoważony rozwój  
- zobowiązanie Auchan

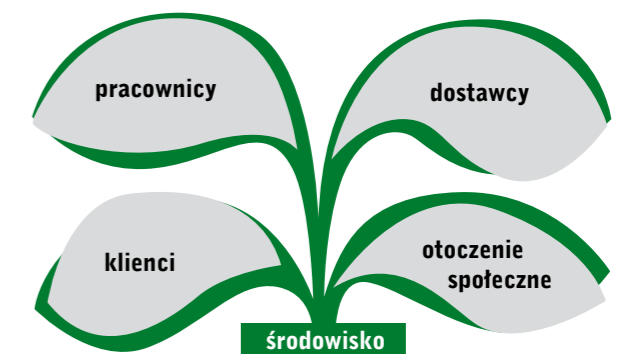
### MAPA INTERESARIUSZY AUCHAN



Podczas prac warsztatowych zdefiniowaliśmy głównych interesariuszy Auchan, czyli tych, na których nasza działalność wpływa w największym stopniu i którzy w największym stopniu wpływają na nas. Nasi główni interesariusze to ci, z którymi komunikujemy się i współdziałamy, dla których się zmieniamy i doskonalimy, ci którzy wspierają nas w zrównoważonym rozwoju.

Główni interesariusze Auchan Polska to: pracownicy, klienci, dostawcy, otoczenie społeczne. Do listy interesariuszy dodaliśmy zasób, który dzielimy z nimi – **środowisko**, jako nasze wspólne dobro i wspólną troskę, jako coś, za co jesteśmy wspólnie odpowiedzialni przed przyszłymi pokoleniami.




### GŁÓWNI INTERESARIUSZE AUCHAN



## Dialog

Podstawą zrozumienia i budowania relacji z naszymi kluczowymi interesariuszami jest **dialog**. Pozwala nam poznać i zrozumieć ich oczekiwania w stosunku do nas, do których odnieśliśmy się w strategii zrównoważonego rozwoju Auchan. 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).

Więcej informacji o dobrych praktykach dialogu znajdują Państwo w sekcjach raportu poświęconych miejscu pracy,  rynkowi,  otoczeniu społecznemu, 

**KLIENCI:** strona internetowa Auchan, newsletter, skrzynka kontaktowa na stronach WWW, raport zrównoważonego rozwoju i raportowanie Global Compact, portal społecznościowy Facebook, Gazetki Auchan, barometr satysfakcji klientów, komunikacja w sklepach (plakaty, ulotki).

**DOSTAWCY:** spotkania, strona internetowa, raport zrównoważonego rozwoju i raportowanie Global Compact, skrzynka kontaktowa na stronach WWW, bieżąca komunikacja e-mailowa.

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





## Cztery obszary polityki zrównoważonego rozwoju Auchan Polska

**MIEJSCE PRACY:** być szkołą sukcesu dla współpracowników poprzez szkolenia ogólne i zawodowe, promocję wewnętrzną, politykę dzielenia się wyrażoną w formie akcjonariatu pracowniczego.

**RYNEK:** budować zrównoważone relacje z partnerami biznesowymi i klientami poprzez uczciwe zachowania wobec konkurencji, współpracę z małymi i średnimi przedsiębiorstwami, rozwijanie gamy produktów marki własnej i artykułów BIO i EKO.

**SPOŁECZEŃSTWO:** być przedsiębiorstwem solidarnym poprzez pomoc osobom w trudnej sytuacji życiowej, integrację osób niepełnosprawnych, mobilizację w postaci akcji charytatywnych, pomoc organizacjom opiekującym się sierotami i charytatywną działalność lokalną.

**ŚRODOWISKO:** zmniejszać nasz negatywny wpływ na środowisko poprzez oszczędność energii, segregowanie i odzysk odpadów, kontynuację projektu dotyczącego ograniczenia dystrybucji toreb jednorazowego użytku na kasach, animacje wewnętrzne, uwrażliwienie i szkolenia z zakresu zrównoważonego rozwoju.

O działaniach, przez które realizujemy te cele przeczytaj Państwo dalszych sekcjach raportu: miejsce pracy,  rynek,  otoczenie społeczne,  środowisko. 



## Wywiad z Dyrektorem Generalnym Auchan – Panem Markiem Szeib

### Jakie kierunki rozwoju wyznacza sobie Auchan na rok 2013?

Chcemy być przedsiębiorstwem wielkich handlowców, poprzez naszą ofertę: bogatą, zawsze dopasowaną do potrzeb klienta i zasobności jego portfela, zapewnić Auchan Polska dalszy, stabilny i zrównoważony rozwój. Istotnym kierunkiem jest dla nas zwiększenie skuteczności i rentowności, we wszystkich obszarach działalności operacyjnej, handlowej. Niezwykle istotną osią jest to, co w Auchan nazywamy byciem przedsiębiorstwem towarzyszącym innym, słuchającym pracowników. W tym celu szkolimy nasze ekipy z polityk firmy i towarzyszymy im w realizacji strategicznych projektów.

### Jakie są cele zrównoważonego rozwoju Auchan w Polsce?

Nasze cele zrównoważonego rozwoju to być przedsiębiorstwem etycznym, prowadzącym działalność w oparciu o Kodeks Etyczny i wartości, wierzymy że sprawiedliwy, zrównoważony rozwój można zbudować jedynie na fundamencie etyki. Chcemy budować różnicę poprzez jakość relacji międzyludzkich, być dobrym sąsiadem – wpasować się w lokalne środowiska i sprostać oczekiwaniom naszych klientów. Polityka zrównoważonego rozwoju jest ściśle związana z naszą strategią rozwoju a dzięki efektowi synergii, jest niezwykle istotnym narzędziem jej realizacji.

### Jakie działania planuje Auchan w roku 2013?

Rok 2013 oznacza dla nas kontynuację działań, określonych w strategii zrównoważonego rozwoju, wynikających z wizji Auchan, czyli dalsze szkolenia z etyki i inne szkolenia, dialog i dzielenie się informacjami, promowanie inicjatywy Global Compact, rozwój



programu wolontariatu pracowniczego i lokalnego zaangażowania oraz, odpowiedzialną konsumpcję poprzez dalszą redukcję zużycia papieru, energii, segregację śmieci i recykling. Będziemy też odpowiadać na oczekiwania naszych klientów – uruchamiamy nowy program związany ze zdrowym odżywianiem – Zdrowo z Auchan, koncentrując się, zgodnie z naszą globalną strategią na dzieciach. Jako firma przejrzysta raportujemy swoje dokonania naszym interesariuszom, zobowiązujemy się do pewnych działań i rozliczamy z nich, poprzez nasze raporty Global Compact Communication on Progress oraz raporty zrównoważonego rozwoju.



# Zarządzanie zrównoważonym rozwojem

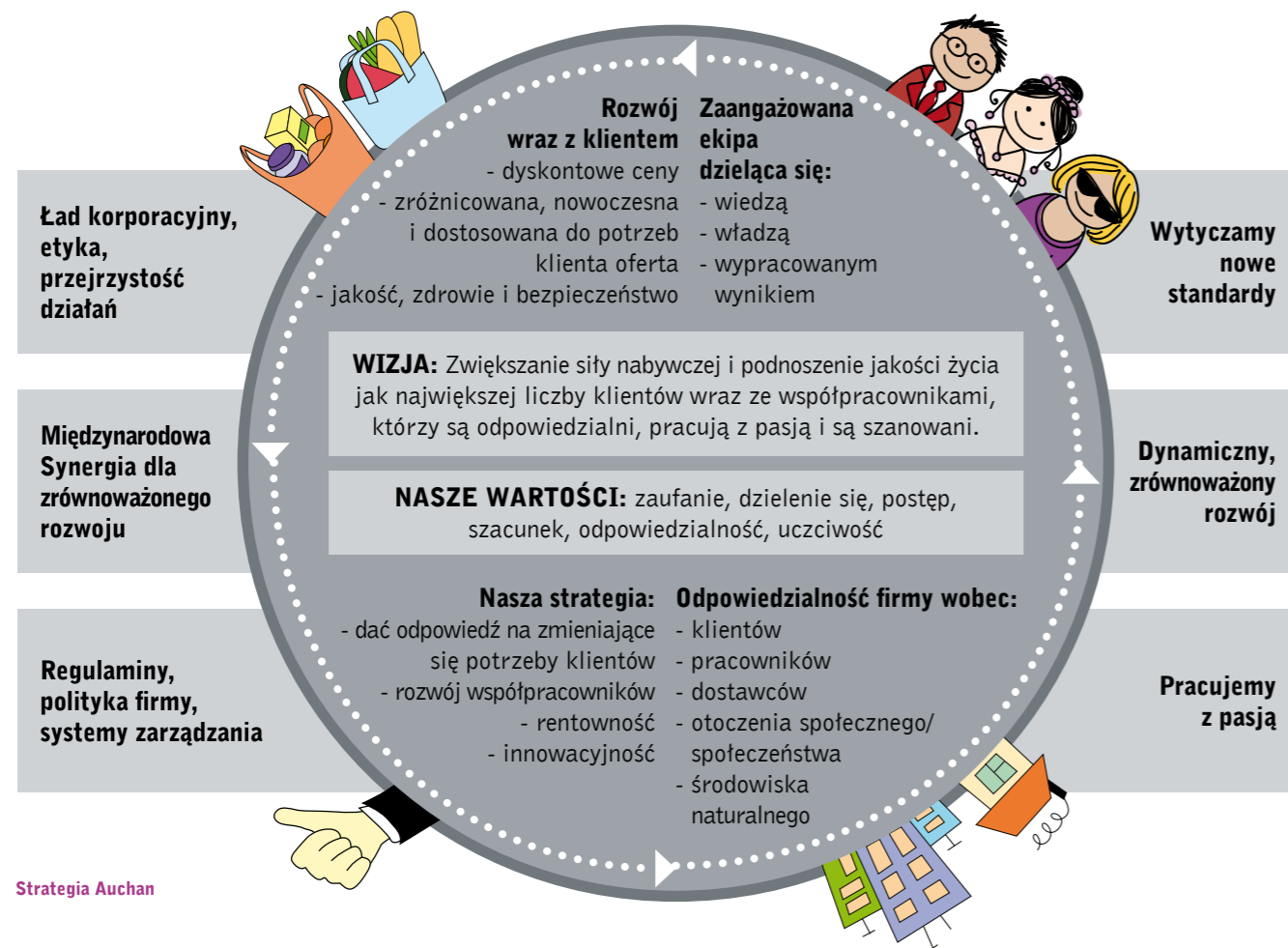
Decyzje dotyczące strategii zrównoważonego rozwoju podejmowane są w Auchan na szczeblu zarządu firmy, za sprawą integracji działań w ramach międzynarodowej synergii oraz przy wykorzystaniu narzędzi wewnętrznych takich, jak regulaminy, polityka firmy czy systemy zarządzania. Dążymy do przełożenia wartości i idei kierujących firmą na realne działania oraz do systematycznego monitorowania osiąganych wyników, co umożliwia nam osiągnięcie długookresowych celów.

Zarządzanie inicjatywą zrównoważonego rozwoju oznacza **codzienne podejmowanie odpowiedzialnych decyzji** w zakresie naszej działalności. Odbyna się to zgodnie z modelem biznesowym godzącym troski i oczekiwania naszych interesariuszy takich jak: klienci, pracownicy, dostawcy, społeczność oraz akcjonariusze i uwzględniającą dbałość o środowisko naturalne. Nasza codzienna działalność skupia się na realizacji misji zgodnie z wyznawanymi przez nas wartościami i opiera się na cyklicznym modelu doskonalenia, który pozwala na osiągnięcie nieustannej poprawy wyników w czterech

kluczowych obszarach działalności firmy: **rozwój wraz z klientem, zaangażowanie pracowników, odpowiedzialność firmy** oraz **sukces wyników finansowych**.

## DOBRA PRAKTYKA - SYNERGIA NA RZECZ ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

**Synergia** na rzecz zrównoważonego rozwoju to grupa robocza o charakterze multidyscyplinarnym, której zadaniem jest tworzenie i wdrażanie strategii oraz planowanie w różnych obszarach działalności koncernu Auchan. W 2009 roku powstał projekt o nazwie Międzynarodowa Synergia, którego celem jest harmonizacja działań na szczeblu międzynarodowym oraz wprowadzenie dobrych praktyk w innych krajach poprzez wymianę doświadczeń w zakresie stosowanych rozwiązań oraz ich skuteczności. Co miesiąc odbywają się telefoniczne konferencje grupy, a raz w roku zjazd jej członków.



# Global Compact

W roku 2011 firma Auchan podjęła decyzję o przystąpieniu do **najistotniejszej inicjatywy** na rzecz **etycznego biznesu i zrównoważonego rozwoju** na świecie – Paktu Organizacji Narodów Zjednoczonych - **Global Compact**. Tym samym firma zobowiązała się do przyjęcia i przestrzegania we wszystkich sferach prowadzonej działalności dziesięciu zasad z zakresu **ochrony praw człowieka, jakości miejsc pracy, ochrony środowiska i przeciwdziałania korupcji**, jak również do podejmowania kroków dla ich pełnego zintegrowania z działalnością operacyjną Auchan i ciągłego doskonalenia firmy dla swoich interesariuszy.



## ZASADY GLOBAL COMPACT:

### Prawa Człowieka

1. Popieranie i przestrzeganie praw człowieka przyjętych przez społeczność międzynarodową.
2. Eliminacja wszelkich przypadków łamania praw człowieka przez firmę.

### Standardy pracy

3. Poszanowanie wolności zrzeszania się.
4. Eliminacja wszelkich form pracy przymusowej.
5. Zniesienie pracy dzieci.
6. Efektywne przeciwdziałanie dyskryminacji w sferze zatrudnienia.

### Środowisko naturalne

7. Prewencyjne podejście do środowiska naturalnego.
8. Podejmowanie inicjatyw mających na celu promowanie postaw odpowiedzialności ekologicznej.
9. Stosowanie i rozpowszechnianie przyjaznych środowisku technologii.

### Przeciwdziałanie korupcji

10. Przeciwdziałanie korupcji we wszystkich formach, w tym wymuszeniom i łapówkarstwu.

# V Światowy Kongres Etyki Biznesu

Przystępując do paktu Global Compact Auchan nie tylko wyraził poparcie dla odpowiedzialności i etyki w biznesie oraz podjął zobowiązanie do prowadzenia biznesu w ich duchu, ale także zobowiązał się do ich promowania. W celu realizacji tej misji firma Auchan Polska zdecydowała się objąć sponsoringiem **V Światowy Kongres Etyki Biznesu International Society of Business Economics and Ethics (ISBEE)**, który odbył się 11-14 lipca 2012 w Warszawie.

- **ISBEE** to organizacja skupiająca niemal wszystkie naukowe centra etyki i odpowiedzialności biznesu na świecie, organizując m.in. światowe kongresy na poszczególnych kontynentach.
- **Kongresy Etyki ISBEE**, zwane Olimpiadami Etyki, to jedne z najważniejszych forów dyskusji o rozwoju światowych gospodarek na etycznym fundamencie oraz roli biznesu w budowaniu zrównoważonej globalnej gospodarki. Kongres organizowany jest co cztery lata, od 1996 roku, gromadzi wiodących przedstawicieli światowych kręgów naukowych i biznesowych. Poprzednie kongresy odbyły się w Japonii, Brazylii, Australii i RPA. V Światowy Kongres Etyki Biznesu ISBEE 2012 odbył się pod hasłem: Tradycja i nowe horyzonty – ku cnocie

odpowiedzialności, gospodarzem wydarzenia była Akademia Leona Koźmińskiego. O celach Kongresu tak powiedział menedżer wydarzenia, Dr. Bolesław Rok z Centrum Etyki Biznesu Akademii Leona Koźmińskiego: Poprzez integrowanie świata biznesu i nauki kongres ma pozwolić określić kierunki przyszłych badań naukowych, rozwoju programów nauczania i innych inicjatyw, które powinny odpowiadać na złożone globalne wyzwania, wskazać biznesowi narzędzia i dostarczyć inspiracji dla etycznego i zrównoważonego rozwoju.

I tę właśnie misję wsparła firma Auchan Polska. Pozostałymi sponsorami wydarzenia byli m.in.: Orange (drugi główny sponsor), Grupa Lotos, Narodowy Bank Polski, Inicjatywa Sekretarza Generalnego ONZ – Global Compact i Forum Odpowiedzialnego Biznesu.





**Kluczowym czynnikiem sukcesu Auchan są nasi pracownicy – ekipa Auchan. To dzięki nim i ich pracy możemy zaspakajać potrzeby naszych klientów i budować relacje z nimi, z ich pomocą realizujemy nasze cele biznesowe, budujemy relacje z partnerami, to z nimi i dla nich budujemy dobre, przyjazne miejsce pracy. Dzięki ich zaufaniu i osobistemu zaangażowaniu współtworzymy w Auchan kulturę dzielenia się i odpowiedzialności.**

## Zarządzanie miejscem pracy

Postawowym pojęciem zrównoważonego rozwoju jest **odpowiedzialność**. Odpowiedzialność jednostek i firm, odpowiedzialność za siebie i konsekwencje swoich działań, za dziś i za to, jakie jutro stworzymy poprzez codziennie podejmowane decyzje, nawet te - zdawałoby się - nieznaczne.

Dla nas w Auchan, **odpowiedzialność zaczyna się w miejscu pracy**. Jako firma **jesteśmy odpowiedzialni** za naszych pracowników - ekipę Auchan - za ludzi, którzy poprzez swoją codzienną pracę budują sukces firmy, którą uważają za swoją i której właścicielami są, dzięki programowi akcjonariatu pracowniczego.

Dlatego właśnie podejmujemy działania by stworzyć dobre środowisko pracy dla nich wszystkich. Dobre, czyli **przyjazne** i **sprawiedliwe**, takie, w którym każdy ma **równe szanse**, gdzie istnieją **dialog** i **rozumienie**, gdzie można się **uczyć** i **rozwijać swój potencjał**, w którym można **korzystać z efektów** swojej **pracy** oraz pracy całej ekipy.

To właśnie jest **nadrzędny cel Polityki Zarządzania Zasobami Ludzkimi**, szczegółowe cele przedstawiamy poniżej:

1. **Dać szansę** każdemu w znalezieniu pracy, przyczynić się do integracji osób niepełnosprawnych.
2. Powierzać **odpowiedzialność**, wzmacniać **autonomię** współpracowników.
3. Zaoferować każdemu współpracownikowi **indywidualny rozwój** zawodowy.
4. Rozwijać **promocję wewnętrzną** w przedsiębiorstwie.
5. **Dzielić się** owocami wspólnej pracy.
6. Poprawiać **warunki pracy** i **komunikację wewnętrzną**.
7. Ułatwiać **rozwój zawodowy** poprzez szkolenia, w tym specjalistyczne szkolenia zawodowe (rzeźnik, cukiernik, piekarz), przyczynić się do **podnoszenia kwalifikacji**.



**ELŻBIETA SIEMICKA**  
Dyrektor HR Auchan

Od kilku lat Auchan Polska wdraża polityki zrównoważonego rozwoju, nie tylko na poziomie narodowym ale również

lokalnie - w sklepach i serwisach centralnych. Nasi współpracownicy coraz częściej aktywnie uczestniczą w realizacji działań z zakresu zrównoważonego rozwoju. Chciałabym, aby w kolejnych latach było ich jeszcze więcej. Celem jest, aby każda osoba pracująca w Auchan Polska a także nasi klienci wzięli jakieś akcje zrównoważonego rozwoju podejmujemy i jak mogą się w nie włączyć.

### POLITYKA KADROWA

Swoją politykę kadrową Auchan Polska prowadzi w oparciu o **zasadę równego traktowania i przeciwdziałania dyskryminacji w zatrudnieniu i awansie**.

Sferę zatrudnienia regulują następujące dokumenty: Polityka Zarządzania Zasobami Ludzkimi, Regulamin wewnętrzny Auchan i Regulamin wynagrodzeń. Stosowne zapisy znajdują się między innymi w rozdziale par. 8, pkt. 12 – obowiązek pracodawcy do przeciwdziałania dyskryminacji i rozdziale IIa ustawy Kodeks Pracy - „Równe traktowanie w zatrudnieniu” stanowiącym załącznik do Regulaminu Pracy. Regulamin pracy zawiera ponadto obowiązki pracodawcy oraz pracownika, reguluje takie kwestie jak czas pracy, zasady wypłaty wynagrodzenia, obecność w pracy, urlopy wypoczynkowe i zwolnienia, bezpieczeństwo i higienę pracy, ochronę przeciwpożarową jak również kwestie przeciwdziałania mobbingowi itd.

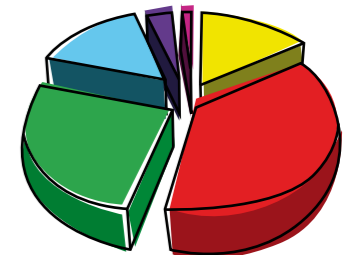
Pracownicy Auchan pracują w **równoważnym systemie czasu pracy**. Zgodnie z Regulaminem pracy (par. 17.1) czas pracy pracownika nie może przekraczać przeciętnie 40 godzin w przeciętnie pięciodniowym tygodniu pracy w 3-miesięcznym okresie rozliczeniowym. Czas pracy jest ściśle monitorowany i rozliczany w systemie **Tempora**.

### WYBRANE WSKAŹNIKI MIEJSCA PRACY

podział pracowników ze względu na płeć	kobiety	<b>72,74%</b>
	mężczyźni	<b>27,26%</b>
na stanowiskach kierowniczych	kobiety	<b>56,04%</b>
	mężczyźni	<b>43,86%</b>

### ZATRUDNIENIE WEDŁUG WIEKU

wiek	%
-18	0%
18-25	15,66%
26-35	37,83%
36-45	26,46%
46-55	15,13%
56-60	3,52%
60+	1,40%



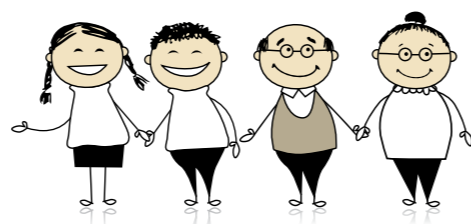
### UMOWY NA CZAS NIEOKREŚLONY

2010	2011	2012
<b>75,35%</b>	<b>79,00%</b>	<b>79,00%</b>

zatrudnienie na pełen etat	<b>73%</b>
poziom promocji wewnętrznej	<b>45%</b>

Rozwijając siebie, rozwijasz innych

# Wyrównywanie szans



## Europejska Karta Społeczna

(1961) wraz z Europejską Konwencją o Ochronie Praw Człowieka (1950) tworzy podstawowe ramy europejskiego systemu ochrony praw człowieka, uzupełniając zawarte w Konwencji prawa polityczne i obywatelskie o katalog praw społecznych.

więcej na: [www.mpips.gov.pl/spoleczne-prawa-czlowieka/rada-europy-europejska-karta-spoleczna/](http://www.mpips.gov.pl/spoleczne-prawa-czlowieka/rada-europy-europejska-karta-spoleczna/)

warto wiedzieć

**Prawo do pracy** to jedno z fundamentalnych praw człowieka zapisanych m.in. w **Europejskiej Karcie Społecznej**.

Respektując prawo do pracy każdej jednostki i dążąc do wyrównywania szans w zatrudnieniu, Auchan prowadzi program: „**Równe szanse w zatrudnieniu**”, którego beneficjentami są osoby **niepełnosprawne** i osoby w wieku **50+**, częstokroć znajdujące się w sytuacji wykluczenia na rynku pracy. Auchan Polska uczestniczy również w projekcie współfinansowanym przez Unię Europejską, którego jednym z elementów jest **zapewnienie równego dostępu do szkoleń** oraz **poradnictwa zawodowego** dla osób **45+**.

Firma Auchan wspiera niepełnosprawnych pracowników w dwojaki sposób: poprzez bezpośrednie zatrudnienie w Auchan oraz regularną, trwającą od 2006 roku współpracę z przedsiębiorstwem ekonomii społecznej ABA Service.



Od 2008 roku nasi Pracownicy – osoby niepełnosprawne – w ramach autorskiego projektu PION „Kraina Akceptacji”, realizują swoje zadania wyznaczone przez Dyrektorów i Managerów AUCHAN. Możemy poszczycić się zatrudnieniem 240 osób niepełnosprawnych w 19 Sklepach. Największym naszym wspólnym sukcesem jest to, że udało nam się stworzyć osobom niepełnosprawnym optymalne warunki do Ich rozwoju zawodowego i społecznego, przywrócić sens życia, zaufanie i godność, a poprzez pracę nadać nowe znaczenie rehabilitacji zdrowotnej. Dzięki współpracy m.in. z AUCHAN możemy dofinansować istnienie ponad 300 miejsc pracy dla najbardziej poszkodowanych przez los osób niepełnosprawnych, które nie miałyby możliwości pracy na otwartym rynku prac.

**ARKADIUSZ GREGORCZYK**  
Project Manager – Dyrektor Regionu Północ

Niepełnosprawni pracownicy zatrudnieni w Auchan na umowę o pracę

2010	2011	2012
2,97%	3,42%	3,09%

W roku 2012, Auchan Polska uruchomił **program stażowy dla studentów i absolwentów**. Dzięki zaangażowaniu pracowników Działu Zasobów Ludzkich zatrudniliśmy **ponad 60 stażystów**. Rekrutacja była prowadzona dwutorowo, poprzez ogłoszenia rekrutacyjne w prasie i Internecie, jak również poprzez współpracę z biurami karier uczelni wyższych. Znaczna część przyjętych stażystów pochodziła ze współpracy między Szkołami a Działami Zasobów Ludzkich Sklepów. W samej Centrali firmy było to 9 na 21 osób.

Dzięki wielkiemu zaangażowaniu pracowników Auchan w pomoc stażystom w ich starciu zawodowym, wszyscy stażyści **ocenili program** staży, jako **spełniający ich oczekiwania** i **pomocny** w ich ścieżce zawodowej. Wyrazem sukcesu programu jest to, że ponad 1/3 z nich znalazła stałe zatrudnienia na stanowiskach specjalistycznych i managerskich w Auchan.

Zgodnie ze swoją strategią zatrudnienia Auchan Polska opiera się na **zatrudnieniu lokalnym** i **współpracuje z lokalnymi Urzędami Pracy**.



## PLANY NA ROK 2013

W roku 2013 planowane jest przeprowadzenie **programu stażowego**, w ramach którego stypendyści Auchan będą odbywać **dwumiesięczne staże zawodowe we Francji**, z możliwością późniejszego zatrudnienia w Auchan Polska.

Do **końca maja 2013** każdy sklep Auchan ma zatrudnić **po 2 studentów/absolwentów** na staż. Tym samym w 2013 roku, po pozytywnym zweryfikowaniu stażu, **46 osób znajdzie zatrudnienie** w Auchan Polska w roli **menedżera** działu handlowego Auchan.



# Współwłasność – akcjonariat pracowniczy

Auchan Polska dzieli się z pracownikami owocami wspólnej pracy za pośrednictwem **akcjonariatu pracowniczego** oraz programu **partycypacji pracowników** w wynikach firmy. Dzięki tym programom, pracownicy Auchan są współwłaścicielami firmy i partycypują w wypracowanym dodatnim wyniku ekonomicznym netto.

Jest to element planu motywacyjnego firmy i kolejny element zacieśniania więzi firmy z pracownikami, którzy mają udział w wypracowanym przez siebie wzroście firmy.

Wiedzę ekonomiczną pracownik nabywa podczas specjalistycznych szkoleń z ekonomii przedsiębiorstwa, rachunku wyników oraz szkoleń e-learningowych: „Jak budować rentowność handlową? Model ekonomiczny” i „Zrozumieć rachunek wyników i wpływać na premię za progresję”.

## ZASADY PROGRAMU:

1. W programie akcjonariatu pracowniczego może wziąć udział każdy z pracowników Auchan.
2. Akcje Valauchan nie są notowane na giełdzie.
3. Wartość akcji jest wyceniana dorocznie w kwietniu przez trzech niezależnych ekspertów.
4. W okresie przed zakupem akcji po nowej wartości każdy z pracowników bierze udział w szkoleniu z zakresu ekonomii przedsiębiorstwa i zasad akcjonariatu.
5. Akcjonariusze wybierają w wyborach powszechnych swoich przedstawicieli (po dwóch na lokalizację).
6. Przedstawiciele akcjonariuszy wchodzi w skład Rady Nadzorczej Valauchan Polska.
7. Co miesiąc Rada Nadzorcza odbywa posiedzenia, podczas których członkowie Rady są informowani o bieżących wynikach firmy.



**Corocznie uczestnictwo w programie akcjonariatu pracowniczego wynosi około 90%.**



**MONIKA KOBUSZEWSKA**  
Przedstawiciel Valauchan

Współwłaścicielami Firmy stajemy się już od momentu zakupu pierwszej akcji Valauchan International. Zakup akcji Valauchan Intl. przez pracownika pokazuje, że mamy pełne zaufanie do Auchan. Wiedzę ekonomiczną nabywamy poprzez specjalne szkolenia, które pomagają nam skutecznie gromadzić oszczędności i rozwijać się wraz z rozwojem Auchan Polska. Z roku na rok dążymy do tego by nasz majątek wzrastał.



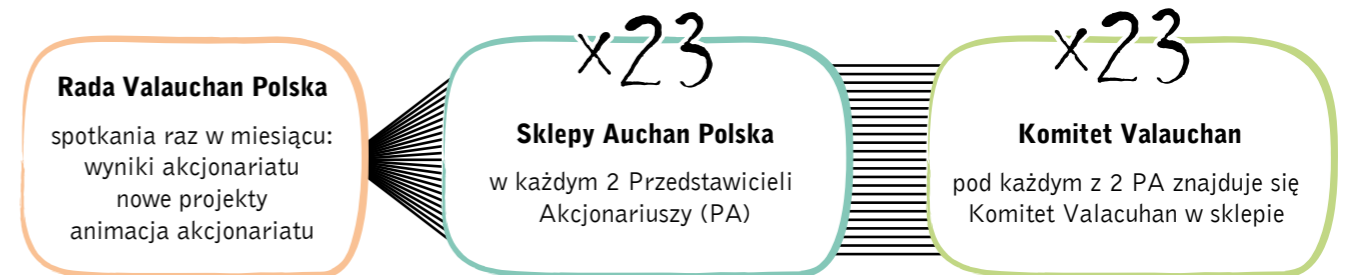
**MARCIN STROJNY**  
Przedstawiciel Valauchan

Powyższe szkolenia pozwalają pracownikowi zrozumieć lepiej model ekonomiczny firmy i miesięczne wyniki firmy oraz swojego sklepu/serwisu, pomagają przeanalizować mocne i słabe strony firm i działu, w którym pracujemy. Pozwala to oszacować naszą ciężką pracę i daje poczucie dumy z tego, że dzięki niej firma się rozwija.



## SZKOLENIA – ANIMACJA – KOMUNIKACJA AKCJONARIATU PRACOWNICZEGO VALAUCHAN

### Struktura Akcjonariatu Pracowniczego



#### Rada Valauchan Polska

spotkania raz w miesiącu:  
wyniki akcjonariatu  
nowe projekty  
animacja akcjonariatu

#### Sklepy Auchan Polska

w każdym 2 Przedstawiciele  
Akcjonariuszy (PA)

#### Komitet Valauchan

pod każdym z 2 PA znajduje się  
Komitet Valacuhan w sklepie

### Szkolenia

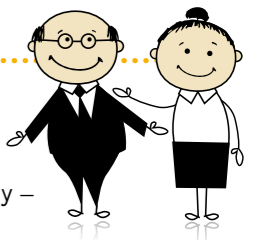
Obowiązkowe dla każdego akcjonariusza:

- szkolenie z ekonomii przedsiębiorstwa
- z rachunku wyników
- z filozofii akcjonariatu i polityki dzielenia się



### Komunikacja

- Gazetka Valauchan – 3 razy w roku
- Tablice ogłoszeniowe – aktualizacja co miesiąc
- Zebrania Komitetu Sklepowu/Serwisu Valauchan raz na miesiąc
- Spotkania Rady Valauchan Polska raz na miesiąc



### Animacje

- Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy – raz w roku w kwietniu
  - Prezentacja wyników Auchan Grupa i Polska
  - Ogłoszenie wskaźnika partycypacji
  - Ogłoszenie nowej wartości akcji
- Po Walnym Zgromadzeniu - zebrania informacyjne- 100% uprawnionych - 100% akcjonariuszy jest poinformowanych o wynikach Grupy, Polski, wskaźniku partycypacji oraz nowej wartości akcji
- Subskrypcja po zakończeniu zebrań informacyjnych, przez okres 3-4 tygodni. Raz w roku





# Komunikacja w Auchan

Sukces Auchan buduje ekipa. Dzięki zaangażowaniu i profesjonalizmowi swoich pracowników firma może się rozwijać i zaspakajać potrzeby swoich klientów. W Auchan wierzymy, że czynnikiem sukcesu naszej firmy jest **dialog** i **partycypacja pracowników w podejmowaniu decyzji** i kształtowaniu przyszłości firmy.

By budować sukces firmy pracownicy muszą znać jej wizję rozwoju, jej strategię i cele, muszą je przyjąć i świadomie dążyć do ich realizacji. Muszą wreszcie wiedzieć, na jakim poziomie realizacji tych celów się znajdują. Temu celowi służy **system komunikacji wewnętrznej** firmy, realizowany z wykorzystaniem szeregu narzędzi komunikacji bezpośredniej i pośredniej takich jak:



## Relacje pracownicze

Jednym z **kluczowych czynników dobrego miejsca pracy są szacunek**, należy każdemu człowiekowi oraz **zaufanie**. W kształtowaniu właściwych relacji pracowniczych w Auchan Polska pomaga system etyczny firmy, opisywany w rozdziale Etyka.

### Komisja ds. Relacji Pracowniczych

W 2012 roku, dla ściślejszego monitorowania kwestii związanych, z jakością, stabilnością miejsca pracy i przeciwdziałaniu potencjalnym nadużyciom, w 100% sklepów Auchan Polska wprowadzona została **Komisja ds. Relacji Pracowniczych**. Ma ona **stać na straży interesów każdego z pracowników i dobrego miejsca pracy**.

Do zadań Komisji należy rozpatrywanie skarg pracowników, w tym: wyjaśnianie okoliczności, rozmowy ze świadkami, ocena zdarzeń i udzielenie odpowiedzi na skargę.

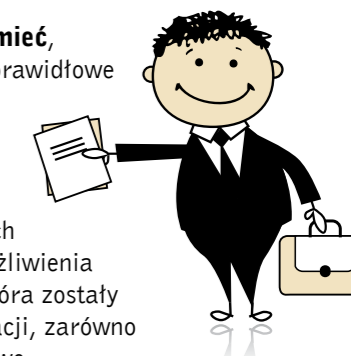
Komisja ma charakter instancyjny: poziom I – poziom sklepu/serwisu oraz poziom II – poziom Auchan, zapewniający możliwość odwołania od decyzji, decyzja II instancji jest decyzją ostateczną, niepodlegającą dalszemu odwołaniu.

Auchan jest firmą rodzinną, atmosfera w organizacji jest nieformalna, pracownicy są zżyci zarówno z sobą nawzajem, jak i firmą, darzą swoich przełożonych zaufaniem. Przekłada się to na kanały komunikacji, z których korzystają w przypadkach sytuacji, które budzą ich wątpliwości, pytań, problemów, obaw, czy ewentualnych nieprawidłowości. Większość zgłoszeń to zgłoszenia bezpośrednie, przy czym pojawiają się pytania do Dyrektora Generalnego czy nawet Prezesa Grupy.

### Szkolenia z relacji pracowniczych

Jednym z elementów tego systemu są szkolenia, w tym z relacji pracowniczych. Mają one formę elektroniczną (e-learning) oraz tradycyjną (warsztaty dla kadry i szkoła managera), kończą się testami. Obejmują wymienione poniżej zagadnienia.

Szkolenia pozwalają **zrozumieć**, w jaki sposób kształtować prawidłowe relacje pracownicze, jak **rozpoznać** te niewłaściwe i jak **reagować** na ewentualne nieprawidłowości. Dla zgłaszania potencjalnych nieprawidłowości oraz umożliwienia dialogu i komunikacji dół-góra zostały stworzone kanały komunikacji, zarówno bezpośrednie jak i anonimowe.



## Kanały zgłoszeń Auchan

### bezpośrednie

- do bezpośredniego przełożonego
- do przedstawiciela Forum Pracowniczego
- do przedstawiciela Forum w Radzie Etyki
- do Dyrektora ds. Komunikacji
- do Dyrektora ds. HR
- do Zarządu

### anonimowe

- przez skrzynki na pytania i zażalenia w każdym sklepie
- przez adres mailowy na stronie www: kontakt@auchan.pl



## Partnerzy w kreowaniu dobrego miejsca pracy

Nad jakością miejsca pracy czuwają także następujący partnerzy społeczni:

- Forum Pracownicze
- organizacje związkowe
- Państwowa Inspekcja Pracy (PIP)



## Badanie postaw pracowniczych

W firmie Auchan Polska co dwa lata prowadzone jest badanie postaw pracowniczych - **barometr satysfakcji i zaangażowania** pracowników. Jest to dobrowolne badanie satysfakcji pracowniczej. Badanie prowadzone jest przez firmę **AON Hewitt**. **Celem** badania jest zrozumienie zachowań i postaw pracowników, określenie ich poziomu zadowolenia i motywacji oraz analiza zachowań, które mogą z nich wynikać. Wyniki badania są komunikowane na każdym szczeblu organizacji, pokazywane są zarówno mocne jak i słabe strony. Badanie prowadzone jest **w cyklu dwuletnim**: 1 rok – **badanie**, 2 rok – **budowanie i implementacja planów naprawczych**. W roku 2012 nie było badania, zostały przeanalizowane wyniki badania z roku 2011, stworzone i wdrożone plany naprawcze.

W wyniku badania powstały **lokalne programy uznania i doceniania pracy ekipy** Auchan: w sklepach wybierany jest pracownik miesiąca, niektóre sklepy wdrożyły święto obrotów, organizowane są konkursy – np. konkurs na najlepszą progresję, w których ekipy są motywowane poprzez konkursy handlowe i inne.

O tym jak **pomagamy innym**, jak **włączamy się w życie lokalnych społeczności** – naszych sąsiadów i jak wspólnie, **zdrowo spędzamy wolny czas** przeczytaj Państwo w dalszych częściach raportu.

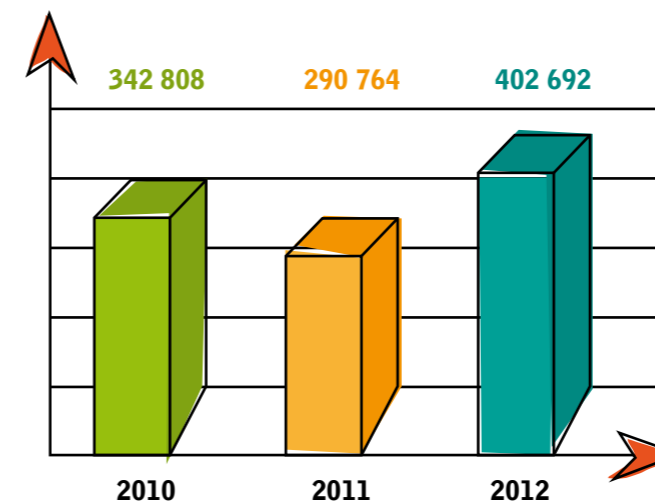


## Szkolenia

Dodatkowo pracownicy Auchan mogą rozwijać się korzystając z szerokiej oferty szkoleń z zakresu: etyki, strategii Auchan, zrównoważonego rozwoju, ekologii i ochrony środowiska, ekonomii przedsiębiorstwa, BHP i pierwszej pomocy, oraz rozbudowanego katalogu szkoleń zawodowych i produktowych i szkoleń umiejętności menedżerskich. Szkolenia dostępne są w różnych postaciach: szkolenia indywidualne, grupowe, e-learningowe, klasyczne (bezpośrednie) oraz warsztaty.

**Całkowita liczba godzin szkoleniowych w roku 2012: 402 692**

### GODZINY SZKOLENIOWE



**Celem naszej działalności jest zwiększanie siły nabywczej i jakości życia jak największej liczby klientów. Siła nabywczą to sprzedawanie coraz większej liczby artykułów wysokiej jakości, coraz taniej. Nasza oferta ma być trafna i zawsze dopasowana do zmieniających się potrzeb naszych klientów i zgodna z normami i standardami w zakresie zrównoważonej konsumpcji. Relacje z partnerami Auchan – dostawcami są oparte na fundamencie etyki.**

Centralnym punktem naszej strategii jest **klient**, to on i **jego potrzeby** determinują ofertę produktową, którą dla niego budujemy wspólnie z naszymi dostawcami. Dziś, kiedy klienci są coraz bardziej wymagający i świadomi konsekwencji swoich decyzji zakupowych dla siebie i środowiska, Auchan nieustannie dąży do tego by ich zrozumieć i lepiej im służyć poprzez swoją ofertę. Promocyjne ceny, szeroki wybór i różnorodność produktów, jakość obsługi, dostosowanie do lokalnych upodobań: **każda decyzja, każda polityka, wychodzi od klienta**. Słuchając oczekiwań klienta, firmy Grupy Auchan budują nowoczesny, dynamiczny handel detaliczny.

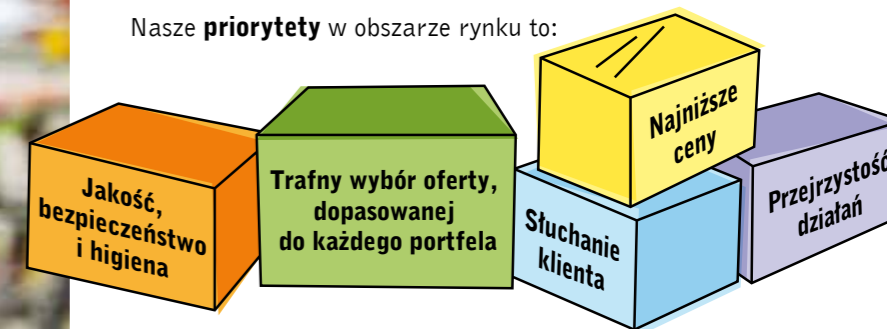
## WIZJA

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

Nie byłoby to możliwe bez naszych partnerów – **dostawców**, którym przyświeca ten sam cel. We współpracy kierujemy się zasadami etyki, staramy się wspierać lokalną gospodarkę i małe i średnie przedsiębiorstwa, firmy, które prowadzą biznes w sposób zrównoważony.



Nasze **priorytety** w obszarze rynku to:



## ROZWÓJ

W roku 2012 Grupa Auchan podpisała porozumienie z niemieckim dystrybutorem Metro Group mające na celu cesję aktywności Real w Europie Centralnej i Wschodniej. Grupa Auchan ma przejąć działania operacyjne oraz aktywa nieruchomości Grupy Metro w Polsce, w Rumunii, w Rosji i na Ukrainie. Operacja ta wymaga jeszcze zgody odpowiednich władz konkurencji w każdym kraju i zostanie sfinalizowana, pod warunkiem uzyskania tej aprobaty, w roku 2013.

# PRODUKT

## NISKIE CENY

Misję zwiększania siły nabywczej klientów Auchan realizuje poprzez swoją politykę cenową oraz marki własne w ofercie. Działania te widzą i doceniają nie tylko klienci firmy, ale i zewnętrzni specjaliści. Jak pokazują wyniki badania Najtańszy koszyk i liczne rankingi, pojawiające się w mediach typu Gazeta Prawna, Gazeta Wyborcza, Bydgoski Ekspres, Auchan w pełni realizuje swoją misję.

**Auchan najtańsze!**

Źródło:  
Dziennik Gazeta Prawna,  
Ekspres Bydgoski,  
Gazeta Wyborcza,

# Przed świętami. Sprawdź, gdzie najmniej zapłacisz za zakupy

Porównaliśmy ceny żywności w popularnych marketach. Koszyk tych samych produktów w najdroższym sklepie kosztuje dwa razy więcej niż w najtańszym

ILE ZAPŁACIMY ZA ZAKUPY W RÓŻNYCH SKLEPACH

	AUCHAN
Masło	200 g 3,49 zł
Chleb	500 g 1,68 zł
Śmietana	200 g 9,48 zł
Filety śledziowe	1 kg 3,98 zł
Pierogi z kapustą i grzybami	różne opakowania 1,48 zł/1,5 l
Barzcz koncentrat	500 g 2,98 zł
Łazanki Lubella	10 kg 6,95 zł
Tuszka kurczaka	słok 400 g 2,09 zł
Majonez	1 kg 7,29 zł
Mąka pszenna	różne opakowania 5,99 zł
Masa makowa	100 g 2,95 zł
Orzechy laskowe	1 kg 1,85 zł
Pomidory	1 kg 2,88 zł
Pomarańcze	1 kg 3,20 zł
Mandarynki	10 szt. klasa M 1,74 zł
Jaja	1 l 0,57 zł
Sok jabłkowy	1,5 l 10,98 zł
Woda mineralna	1 kg 12,26 zł
<b>SUMA</b>	<b>73,93</b>

### DGP radzi, gdzie zrobić tanie zakupy

Handel Porównaliśmy ceny żywności w najpopularniejszych marketach. Koszyk tych samych produktów w najdroższym sklepie kosztuje dwa razy więcej niż w najtańszym.

**Najtańszy koszyk - w Auchan!**

# Porównanie cen owoców i warzyw

W sieci można znaleźć wiele rankingów tak zwanych koszyków zakupowych. Jednak mało które zestawienie jest poświęcone owocom i warzywom.

Zbliżają się święta Bożego Narodzenia, miliony Polaków wybierają do sklepów i na targowiska nie tylko po prezenty, ale też po żywność. Potrzebna będzie kapusta do bigosu, pieczarki do lasanek, marchewki i cebula do ryby po grecku oraz cytryny.

5 grudnia portal fresh-market.pl sprawdził ceny owoców i warzyw w najbardziej znanych hipermarketach i dyskontach.

Zwycięzcą porównania okazały się hipermarkety Auchan i Real. Średnia cena za kilogram wszystkich produktów wyniosła 2,75 zł. W obydwóch sklepach najtańsze okazały ziemniaki oraz kapusta biała. Równie tanie były jabłka w tych dodatkach. W Lidlu natomiast najtańsze pomidory, cebula, marchewki oraz woszczary.

Na podium znalazły się także dyskont Lidl oraz hipermarket Carrefour. W Lidlu można kupić najtańsze jabłka: tylko 1,11 zł za kilogram.

W okresie przedświątecznym popyt na owoce rośnie o kilkanaście procent. Największym zainteresowaniem cieszą się cytryny - Katarzyna Zygmuntowska, ekspert serwisu fresh-market.pl - mówi. Mandarynki i mandarynki stanowią Bożego Narodzenia. Chęć posiadania cytrynowej jest głęboko zakorzeniona w podświadomości Polaków. Jeszcze od czasów starożytności, kiedy to używano go do celów medycznych.

Dużym zaskoczeniem jest również miejsce, na którym uplasowała się Biedronka. Mimo porównywalnych cen woszczary, buraków i to właśnie zdecydowało o stracie tej sieci. W opakowaniu kupiny tylko w Biedronce, okazuje się, że nie są to najtańsze produkty. Gwoździem do trumny dla Biedronki były ziemniaki. W placówce, były tylko umyte i w opakowaniu po 2,5 kg za 3,99 zł.

## Porównanie cen owoców i warzyw w marketach

Produkt	Auchan	Real	Biedronka	Lidl	Carrefour	Alma
Buraki (1 kg)	0,96	1,09	0,99	0,99	0,99	0,99
Cebula biała (1 kg)	1,18	1,19	1,29	1,19	0,99	1,49
Gruszkę (1 kg)	5,99	3,49	4,29	5,19	3,99	4,99
Jabłko (1 kg)	1,79	1,79	1,11	2,39	2,49	1,93
Mandarynki (1 kg)	2,78	4,59	2,49	3,79	2,49	4,99
Marchew (1 kg)	0,78	1,19	1,09	1,29	1,29	1,59
Pomarańcze (1 kg)	7,78	7,48	7,68	7,79	7,99	7,70
Pomidory (1 kg)	4,49	2,89	3,49	1,99	3,49	3,99
Ziemniaki (1 kg)	0,78	0,78	0,88	0,89	0,99	1,19

## Czas na świąteczne zakupy. Koszyk cen

Przy Produkcijnej i Hetmańskiej zrobimy przed świętami najtańsze zakupy. Chcesz dobre ceny dla...

	BIEDRONKA	CARREFOUR	TESCO	ELECLERC	PIOTR I PAWEŁ	ALMA
6,39 zł/375 g	1,59 zł	1,59 zł	1,69 zł	1,29 zł	1,49 zł	4,29 zł
1,45/200 g	1,59 zł	1,59 zł	1,69 zł	1,29 zł	1,49 zł	1,99 zł
1,35 zł/330 g	10,99 zł	7,99 zł/800 g	10,99 zł	10,99 zł	11,24 zł	1,49 zł
9,69 zł/1200 g	3,99 zł	8,99 zł	7,99 zł	7,99 zł	9,99 zł	16,90 zł
5,95 zł	2,99 zł	3,59 zł/300 ml	1,89 zł/330 ml	2,99 zł	1,99 zł/0,330 ml	19,48 zł
2,99 zł/300 ml	2,99 zł	3,99 zł	6,59 zł	2,99 zł	3,99 zł	5,39 zł/230 min
2,79 zł	7,99 zł	7,29 zł	3,29 zł/1,650 g	1,45 zł	1,45 zł	3,49 zł
7,29 zł	5,59 zł	5,59 zł	4,99 zł/900 g	2,99 zł	2,99 zł	3,49 zł
2,99 zł/400 g	1,99 zł	1,99 zł	2,99 zł	2,99 zł	2,99 zł	12,99 zł
1,49 zł	4,99 zł	4,99 zł	5,99 zł	5,99 zł	5,99 zł	5,69 zł
4,99 zł/900 g	4,79 zł	4,79 zł	5,99 zł	5,99 zł	5,99 zł	5,69 zł
3,99 zł	3,99 zł	3,99 zł	2,99 zł	2,99 zł	2,99 zł	5,49 zł
3,49 zł	2,99 zł	2,99 zł	2,99 zł	2,99 zł	2,99 zł	6,99 zł
2,99 zł	2,99 zł	2,99 zł	2,99 zł	2,99 zł	2,99 zł	5,49 zł
3,99 zł	2,99 zł	2,99 zł	2,99 zł	2,99 zł	2,99 zł	7,49 zł
2,19 zł	2,19 zł	2,19 zł	1,99 zł	1,99 zł	1,99 zł	11,90 zł
10 szt. klasa M	1,55 zł/1,5 l	1,55 zł/1,5 l	1,55 zł/1,5 l	1,55 zł/1,5 l	1,55 zł/1,5 l	3,19 zł
1 l	0,57 zł	0,57 zł	0,57 zł	0,57 zł	0,57 zł	1,39 zł
1,5 l	10,98 zł	10,98 zł	10,98 zł	10,98 zł	10,98 zł	19,90 zł
1 kg	12,26 zł	12,26 zł	12,26 zł	12,26 zł	12,26 zł	19,90 zł
<b>SUMA</b>	<b>80,9</b>	<b>106,04</b>	<b>142,63</b>	<b>85,57</b>	<b>106,04</b>	<b>142,63</b>



Najtańszy Koszyk to badanie prowadzone przez serwis internetowy dla handlu.pl., w którym porównywane są ceny 40 produktów marek własnych lub najtańszych marek producentek dostępnych w danej sieci w danym dniu. Do najtańszego koszyka 'trafia' kilka podstawowych produktów, zarówno towarów pod znany logo, jak i marki własne sklepów. Liderem badania w każdym miesiącu roku 2012 był Auchan.

# Marki własne

Marki własne Auchan łączą wysoką jakość z przystępną ceną. W chwili obecnej w Polsce dostępne są następujące marki własne Auchan:



Marka podniesionego kciuka to starannie dobrane produkty o satysfakcjonującej jakości i w swojej rodzinie produktów – w najniższej cenie. Kierując się potrzebą Klienta, Auchan stale dopasowuje swoją ofertę handlową wprowadzając nowe artykuły w najmocniej rozwijających się rodzinach produktów. Na koniec 2010 roku Auchan oferował ponad 600 artykułów z logo podniesionego kciuka.



Marka z logo Auchan (ptak), to artykuły o wysokiej jakości lidera, odpowiadające na nowe potrzeby klienta, ale w cenie około 30% niższej niż artykuły markowe. Dzięki marce Auchan klienci mogą spróbować między innymi smaku włoskiego Parmezanu, francuskiego Camembert, skosztować makaronu orkiszowego lub 100% soku naturalnego. Marka z logo ptaka to również wysokiej jakości produkty chemii gospodarczej.



Produkty marki Bio to gama artykułów, która w ciągu najbliższych lat będzie uzupełniana o kolejne propozycje. Śledząc nowe trendy w branży produktów żywnościowych, a zwłaszcza zdrowe odżywianie, które coraz bardziej skłania klientów do szukania tego typu produktów, Auchan nie pozostaje bierne proponując swoim klientom certyfikowane artykuły Bio.



Marka In Extenso - jest to marka tekstylna dla kobiet, mężczyzn, dzieci oraz niemowląt. Gwarantuje ona wysoką jakość produktu, w przystępnej cenie. Polityka marki gwarantuje szeroki wybór rozmiarów i kolorów. Fasony odzieży i obuwia odpowiadają najnowszym trendom mody, by każdy z klientów mógł poczuć się komfortowo i stylowo.



wysoka jakość + przystępna cena = marki własne Auchan



## PRODUKTY FINANSOWE I PROGRAM LOJALNOŚCIOWY



W trosce o siłę nabywczą klientów w Auchan wprowadziliśmy także Program lojalnościowy Skarbonka i dwa produkty finansowe: kartę płatniczą Skarbonka MasterCard oraz kartę kredytową Visa Auchan. Każdy zakup produktów ze skarbonką z wykorzystaniem dowolnej z kart Auchan jest premiowany złotówkami, które gromadzą się na koncie Skarbonka klienta.

Dodatkowo karta kredytowa - Visa Auchan, daje klientom możliwość skorzystania ze specjalnych obniżek cenowych, rozłożenia spłaty zakupów na 5 rat, okresowe nieoprocentowane raty (4 i 10 rat - 0%). Z pomocą karty debetowej Skarbonka MasterCard klienci mogą płacić kartą za zakupy zasilać swoje konto Skarbonka i korzystać z licznych obniżek cenowych.



## AKCJE HANDLOWE DLA KLIENTÓW

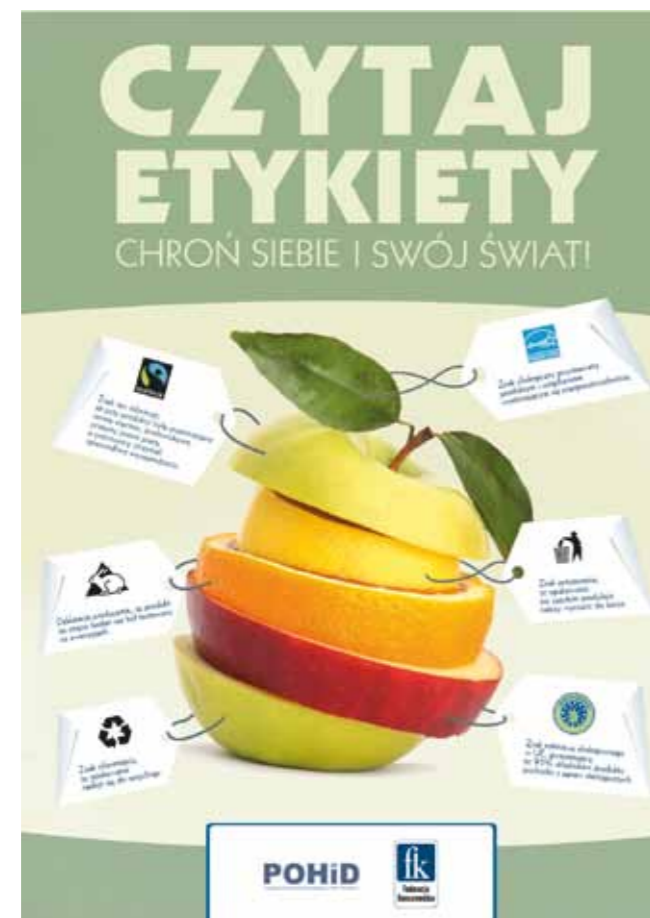
Auchan oferuje klientom szeroki wybór produktów oraz liczne promocje, połączone z animacjami, wspólnymi inicjatywami i dobrą zabawą. Corocznie, w lutym, maju, sierpniu i październiku organizowane są akcje handlowe, podczas których niskie ceny Auchan, stają się jeszcze niższe, a zakupy stają się niezłą rozrywką: Akcja Handlowa – „Promocje XXL”, Urodzinowa akcja handlowa dla Klientów, Akcja handlowa dla Klientów – „Promocje Cenowe Łaaaat!”, Akcja dla Klientów - „25 dni Auchan”.



# Odpowiedzialna konsumpcja

**Zakupy stanowią nieodłączny element naszego codziennego życia. Dokonując zakupów w odpowiedzialny sposób możemy chronić zarówno swoje zdrowie jak i środowisko, poprzez codzienne decyzje kształtujemy przyszłość. Ważnym elementem strategii zrównoważonego rozwoju Auchan są troska o zdrowie i środowisko naturalne.**

Auchan dąży do zminimalizowania negatywnego środowiskowego wpływu i wzmacniania pozytywnego między innymi poprzez zmniejszenie zużycia mediów, recykling oraz swoją ofertę produktową. Auchan włącza się aktywnie w działania informacyjne i edukacyjne, prowadząc akcje i animacje dla klientów – propagujące pro-środowiskowe postawy i zdrowy tryb życia oraz inne projekty.



## CZYTAJ ETYKIETY – CHRONI SIEBIE I SWÓJ ŚWIAT

Rozumiejąc znaczenie odpowiedzialnej konsumpcji, jej skutki dla zdrowia i środowiska, w listopadzie 2012 roku firma Auchan Polska wzięła udział w I edycji kampanii konsumenckiej „Czytaj etykiety – chroń siebie i swój świat” Organizacji Handlu i Dystrybucji oraz z Federacji Konsumentów, adresowanej do klientów sieci handlowych. W wybranych sklepach zostały umieszczone plakaty oraz spoty informacyjne, połączone z informacjami na stronach www.

Jak pokazują badania Eurobarometru aż **50% Polaków** wogóle **nie czyta etykiet** przed dokonaniem zakupu, a **64% nie zna znaczenia żadnego z oznakowań i certyfikatów**. Celem kampanii było **zwrócenie uwagi konsumentów na kluczowe aspekty zrównoważonego rozwoju** oraz **zachęcenie ich do czytania etykiet** na produktach, do podejmowania świadomych, odpowiedzialnych decyzji zakupowych, w oparciu o informacje o pochodzeniu produktu, rodzaju opakowania i jego wpływie na środowisko itd.

- Zrównoważony produkt** to taki, który:
- jest bezpieczny dla zdrowia i życia użytkowników
  - spełnia międzynarodowe standardy środowiskowe i etyczne (np. pochodzi z upraw Fair Trade czy ekologicznych)
  - jego wyprodukowanie miało pozytywny wpływ na lokalną społeczność (np. poprzez zatrudnienie przez producenta osób zagrożonych wykluczeniem społecznym)
  - negatywny wpływ jego opakowania może być zminimalizowany poprzez recykling
  - jest opatrzone informacją o aspektach środowiskowych i społecznych związanych z jego wytworzeniem i utylizacją



### Zakupowa check-lista, czyli co sprawdzamy na etykietach

- skład i wartość odżywczą produktu
- datę przydatności do spożycia
- czy produkt pochodzi z rolnictwa ekologicznego
- czy opakowanie produktu jest przyjazne dla środowiska
- czy produkt wykonany jest z surowców naturalnych / biodegradowalnych
- czy produkt ma certyfikat sprawiedliwego handlu (Fair Trade)
- czy produkt był testowany na zwierzętach
- czy urządzenie jest energooszczędne
- ile zużywa wody

Od nas i naszych decyzji zakupowych zależy nasze zdrowie i to, jaki świat zostawimy dla kolejnych pokoleń. **Robiąc bardzo niewiele, można zmienić bardzo dużo.**

Więcej o odpowiedzialnej konsumpcji można przeczytać na: <http://www.pohid.pl/kampania-czytaj-etykiety.html>



## BIO I EKO

Z myślą o klientach, przywiązujących wagę do zdrowego trybu życia, Auchan rozwija konsekwentnie kategorie produktów **BIO i EKO**, w odpowiedzi na rzeczywiste zapotrzebowanie klientów na dany produkt

Produkty **BIO** to przede wszystkim owoce, warzywa i inne artykuły spożywcze, wyprodukowane **bez użycia chemii, nieprzetwarzane chemicznie**. Są one oznaczone specjalnym zielonym logotypem i tworzą odrębny dział. Produkty pochodzące z ekologicznych upraw cieszą się coraz większym zainteresowaniem klientów.



W chwili obecnej w ofercie Auchan można znaleźć 300 produktów tej kategorii.



## PRODUKTY FAIR TRADE

Produkty Fair Trade (uczciwego handlu) to produkty pochodzące z upraw drobnych producentów i spółdzielni krajów rozwijających się. Celem idei FAIR TRADE jest wspieranie producentów z krajów rozwijających się poprzez szereg zasad. Najważniejsze z nich to:

1. Uczciwa cena i gwarancja ceny minimalnej
  2. Godne warunki pracy
  3. Ochrona praw pracowniczych
  4. Równe prawa dla kobiet i mężczyzn
  5. Zakaz pracy dzieci
  6. Długoterminowe umowy
  7. Przedpłaty i premie socjalne
  8. Mniej pośredników
  9. Spółdzielczość – certyfikacja
- Obecnie w ofercie Auchan znajdują się następujące marki: kawy wpisać, dwie marki będą.

**Sprawiedliwy Handel (Fair Trade)** to globalny ruch, który ma na celu wspieranie producentów z krajów rozwijających się i tym samym zapobieganie ubóstwu w krajach tzw. Globalnego Południa.

warto wiedzieć

## PRODUKTY ENERGOOSZCZĘDNE

W trosce o środowisko oraz by zaspokoić potrzeby klientów, coraz bardziej wrażliwych na kwestie ekologii i skutki swoich codziennych wyborów w skali makro (na otoczenie, środowisko), Auchan rozwija gamę produktów energooszczędnych. W pro-ekologicznej ofercie Auchan można znaleźć szeroki wybór sprzętów RTV/AGD: pralek, lodówek, zmywarek, odkurzaczy, fadwarek czy zwykłych żarówek, które cieszą się rosnącym zainteresowaniem klientów.



**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).

warto wiedzieć

Na przykład wartość obrotu sprzętu chłodniczego w podziale na klasy energooszczędne dobitnie wskazuje na wzrost świadomości ekologicznej i to, że ekologia staje się istotnym kryterium konsumenckich wyborów. W roku raportowania udział klasy energooszczędnej A++ został zwiększony do 14%, klasa A (6%), została niemal całkowicie zastąpiona wyższą klasą energetyczną A+ (80%), całkowicie zlikwidowano niższą klasę energetyczną B.

### UDZIAŁ KLASY ENERGOOSZCZĘDNEJ W OFERCIE HANDLOWEJ SPRZĘTU CHŁODNICZEGO

klasa sprzętu	2010	2011	2012
A++	10%	11%	14%
A+	31%	32%	80%
A	56%	57%	6%
B	3,50%	0,11%	0%



## ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ W ZAKUPIE I SPRZEDAŻY RYB

Nadmierne eksploatacja łowisk, zanieczyszczenie oraz globalne ocieplenie w coraz większym stopniu zakłócają produkcję w tym sektorze. Według FAO (raport nt. stanu światowego rybołówstwa i hodowli ryb 2006) przełowienie dotyczy 25% gatunków ryb w skali światowej (w tym 8% gatunków wymierających), 50% gatunków ryb poławia się na maksymalną skalę, a jedynie w przypadku pozostałych 25% gatunków natężenie połowów mogłoby być większe, długość 93% ryb oceanicznych nie przekracza 20 cm. Łączna wielkość produkcji pochodzącej z połowów i hodowli prawdopodobnie nie wystarczy do zaspokojenia światowego popytu, który gwałtownie rośnie.

Przy zakupie ryb Auchan kieruje się **zasadami zrównoważonego rozwoju i poczuciem odpowiedzialności za środowisko**, pozwalającymi na świadome wykorzystanie zasobów wód i w rezultacie na odbudowę łowisk. Przestrzegane są okresy ochronne poszczególnych gatunków ryb oraz ich wymiary ochronne. Są to podstawowe czynniki regulujące połowy, ich zachowanie pozwala na prawidłowy rozwój poszczególnych gatunków ryb. Ponadto wszyscy dostawcy Auchan posiadają zezwolenia na bezpieczne odłowy i odpowiedzialnie wykorzystują zasoby polskich i zagranicznych wód. W działach rybnych w Auchan klienci mogą znaleźć mapy z zaznaczonymi obszarami połowu ryb znajdujących się w ofercie Auchan. Kupując ryby w Auchan klienci mają pewność, iż pochodzą one z dopuszczonych do odłowy danego gatunku łowisk.

Od początków swojej działalności w Polsce Auchan współpracuje z Instytutem Rybactwa oraz Polską Akademią Nauk. W roku 2010 Auchan we współpracy z PAN wprowadził specjalne rynienki dla przechowywania świeżego karpia, pozwalające rybce swobodnie oddychać.

# KLIENT

**Wizja Auchan to zwiększanie siły nabywczej i podnoszenie jakości życia jak największej liczby klientów.**

W misji firmy zapisano stworzenie i utrzymanie **najtańszej i dopasowanej do potrzeb i zasobności klientów oferty**. Jednym ze sposobów budowania szerokiej i trafnej, dopasowanej do potrzeb klientów, oferty jest dialog, słuchanie klientów i nieustanne monitorowanie ich potrzeb oraz wprowadzanie zmian w ofercie firmy w odpowiedzi na nie.



**NAJTAŃSZY**

## Oferta

- ceny wyrobów przemysłowych i spożywczych
- wybór, świeżość i jakość produktów spożywczych
- promocje dla posiadaczy karty Auchan

## Zakupy

- komfort
- organizacja powierzchni handlowej
- czas oczekiwania do kas
- zgodność ceny na etykiecie z ceną w kasie

## Personel

- jakość obsługi w punkcie Obsługi Klienta
- uprzejmość kasjerek
- kompetencja, jakość porad

## Serwis

- obsługa reklamacji
- łatwość wymiany towaru



## NASZE KOMPETENCJE I PROFESJONALIZM DOCENIONE

W roku 2012 ekipa **stanowiska serowego z Modlińskiej** w Warszawie zajęła zaszczytne **drugie miejsce** w prestiżowym konkursie na najlepszych sprzedawców, organizowanym przez portal **forummleczarskie.pl**, który jest najpopularniejszym źródłem informacji on-line dla handlu nabiałem.

Celem konkursu było **wyłowienie i nagrodzenie najlepszych zespołów** pracujących na **tradycyjnych stoiskach z serami** oraz motywowanie pracowników do rozwijania wiedzy i umiejętności, a także budowania satysfakcji z wykonywanej pracy.



## WYGODA KLIENTA: E-ZAKUPY

**Auchan Direct.pl**

W odpowiedzi na rosnące tempo życia, dla wygody swoich klientów, by mogli dokonywać zakupów o wybranej przez siebie porze, w zaciszu własnych domów, w roku 2011 Auchan uruchomił e-zakupy, **pod marką AuchanDirect.pl**. AuchanDirect.pl realizuje swój biznes w duchu hasła Auchan: **„Zbijamy ceny zawodowo online”**, tym razem również w sieci, dając swoim klientom szansę by oszczędzać nie wychodząc z domu.



# Bezpieczeństwo w sklepie

**W trosce o klientów i pracowników Auchan realizuje cyklicznie akcję informacyjną** - „Co? Kiedy? Po co? Dlaczego? Bezpieczniej w Auchan” - z zakresu BHP, ochrony przeciwpożarowej i pomocy przedmedycznej. Jej celem jest przypomnienie i utrwalenie podstawowych zagadnień związanych z bezpieczeństwem własnym i klientów: sposobów ochrony przed zagrożeniami wypadkowymi i zagrożeniami dla zdrowia w warunkach normalnej pracy i w warunkach awaryjnych, a także zdobyć i odświeżyć wiedzę i praktycznych umiejętności z zakresu bezpiecznego wykonywania powierzonych zadań.

## BEZPIECZEŃSTWO W AUCHAN:

- BHP
- ochrona przeciwpożarowa
- pomoc przedmedyczna



**Każdy sklep Auchan** wyposażony jest ponadto w **defibrylator typu AED**, samodzielnie analizujący EKG i sygnalizujący, kiedy defibrylacja jest wskazana. Zespoły ochrony, a także wybrani pracownicy wszystkich sklepów Auchan Polska zostali specjalnie przeszkoleni w obsłudze urządzenia oraz w zakresie udzielania pierwszej pomocy.

Tym samym Auchan nie tylko dba o klientów poprzez **niskie ceny, profesjonalną i kompetentną obsługę, szeroką ofertę** i jej **jakość** oraz **komfort robienia zakupów** ale także poprzez **zapewnienie bezpieczeństwa klientom i pracownikom**.

**Defibrylator** - urządzenie, które oddziałuje na mięsień sercowy i za pomocą wstrząsów elektrycznych przywraca regularną pracę serca.

warto wiedzieć

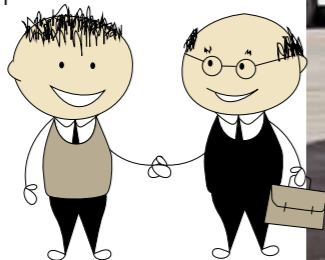




## DOSTAWCA

**Auchan buduje odpowiedzialne, partnerskie relacje ze swoimi dostawcami. Naszym celem jest wieloletnia współpraca. Filarem tej współpracy jest etyka. W Karcie Etyki Dostawców znajduje się wymóg traktowania dostawców Auchan w pełen szacunku, nastawiony na współpracę, sposób.**

W rezultacie powstają partnerskie relacje, które stają się załączkami wieloletniej współpracy. W Auchan jesteśmy świadomi, że nasza działalność ma wpływ na rozwój gospodarki krajowej i lokalnej. Dlatego współpracujemy z lokalnymi dostawcami, np. producentami owoców i warzyw, hodowcami ryb, drobnymi wytwórcami czy spółdzielniami mleczarskimi. Dla niektórych lokalnych dostawców handlowych partnerstwo z Auchan stało się szansą na zwiększenie produkcji, dzięki czemu mogli zapewnić dostawy Auchan w całym kraju.



### ETYCZNY FUNDAMENT WSPÓŁPRACY

Wzajemne relacje pomiędzy dostawcą i Auchan reguluje **Karta Etyki**. Dokument ten nakłada na obie strony szereg zobowiązań, w tym przestrzeganie litery prawa, norm moralnych i zasad etyki. Kontrakty handlowe z dostawcami podpisane są na roczne okresy, co pozwala na ciągłą adaptację oferty Auchan do potrzeb klienta. Każdorazowo, przy podpisywaniu kontraktu, podpisana jest także Karta Etyki, która stanowi integralną część umowy handlowej.

W roku 2012 **Karta Etyki** podpisana została przez **100% dostawców Auchan**. Podpisując umowę handlową i Kartę Etyki dostawca Auchan zobowiązuje się do zagwarantowania w miejscu produkcji/pracy standardów higieny i bezpieczeństwa, oraz przestrzegania zasad dotyczących kwestii socjalnych i społecznych, zgodnie z zasadami Międzynarodowej Organizacji Pracy, Polskiej Organizacji Handlu i Dystrybucji czy Global Compact, którego sygnatariuszem jest Auchan.

Jako sygnatariusz w Global Compact Auchan planuje w roku 2013 zrealizować program promowania tej inicjatywy wśród swoich dostawców.

### KODEKS DOBRZYCH PRAKTYK POHiD

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

- Uczciwość:** być szczerym w intencjach i wiarygodnym w działaniach. Mówić i pisać prawdę. Nie unikać ostrzeżeń w sytuacji konfliktowej.
- Przejrzystość:** nie ukrywać celu działania, nie stosować podwójnych standardów, dotrzymywać obietnic publicznych i danych w zaufaniu. Uzasadniać słuszność swoich dążeń.
- 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.
- Kompromis:** każdy problem rozwiązywać w sposób wykorzystujący wszystkie dostępne środki budowania kompromisu. Brak możliwości kompromisu traktować jako niepowodzenie i przestankę ponowienia próby kompromisu w przyszłości.
- 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.
- 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.
- Legalizm:** działać zawsze zgodnie z prawem, piętnować naruszanie i omijanie prawa. Przyczyniać się dla powstawania dobrego prawa.
- Pomocniczość:** udzielać wsparcia i pomocy inicjatywom społecznym i indywidualnym dla dobra ogółu. Angażować się charytatywnie.
- Sprawiedliwość:** oceniać po uzyskaniu możliwie pełnej informacji, piętnować winnych bez względu na ich status zawodowy lub społeczny, przyznać racje temu, kto reprezentuje wartość wyższego rzędu, nawet gdy to szkodzi bieżącym interesom.
- 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 pomyślności społeczeństwa. Sukces mierzyć nie tylko zyskiem.

# Bezpieczeństwo oferty

Za bezpieczeństwo i jakość oferty Auchan odpowiada Departament Kontroli Jakości. W celu zapewnienia przestrzegania zasad dobrej praktyki produkcyjnej oraz bezpieczeństwa produktów na poziomie krajowym i międzynarodowym w Grupie Auchan stworzona została lista zasad:

1. Przestrzeganie wymogów prawa żywnościowego.
2. Przestrzeganie zasad i wymagań ze strony Grupy Auchan.
3. Umowy handlowe z dostawcami zawierające aneks o jakości i bezpieczeństwie produktów.
4. Badanie produktów z logo handlowym marki „kciuk” oraz „Auchan (ptak)” lub produkowanych przez Auchan w niezależnych akredytowanych laboratoriach.
5. Umowy handlowe z dostawcami uwzględniające przeprowadzanie audytów.
6. Określenie zasad kwalifikacji dostawców na podstawie check-listy.
7. Prowadzenie porównań jakościowych produktów w tej samej klasie produktów.
8. Przestrzeganie zasad i obowiązujących wymagań dobrej praktyki higienicznej i produkcyjnej przez pracowników Auchan.
9. Kontrola reklamacji oraz stosowanie odpowiednich działań.
10. Przestrzeganie zasad i obowiązujących wymagań systemu HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points)
11. Nadzorowanie działań korygujących u dostawców Auchan.
12. Zarządzanie sytuacjami kryzysowymi.
13. Szkolenia e-learningowe z zakresu prawa żywnościowego, zasad dobrej praktyki higienicznej i produkcyjnej.



## Fundament:

- prawo żywnościowe
- HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points)
- zasady Grupy Auchan

## Dostawcy:

- check-lista kwalifikowania dostawców
- jakość i bezpieczeństwo produktów
- przeprowadzanie audytów

## Ekipa Auchan:

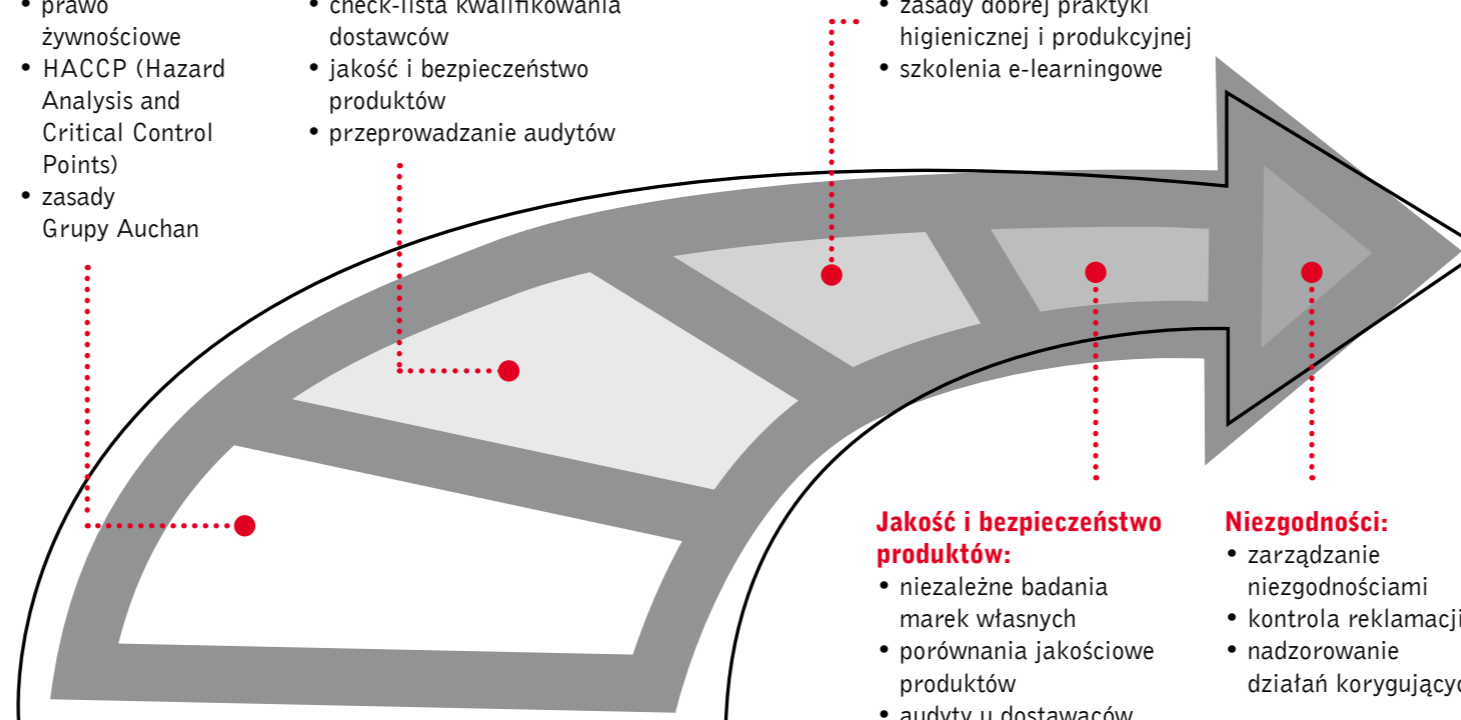
- zasady dobrej praktyki higienicznej i produkcyjnej
- szkolenia e-learningowe

## Jakość i bezpieczeństwo produktów:

- niezależne badania marek własnych
- porównania jakościowe produktów
- audyty u dostawców

## Niezgodności:

- zarządzanie niezgodnościami
- kontrola reklamacji
- nadzorowanie działań korygujących



# Audyty

Przeprowadzane przez niezależną firmę audyty dostawców prowadzone są w oparciu o standard ICS. Jest to bardzo kompleksowe badanie, podstawę stanowią przegląd dokumentacji z ostatnich 12 miesięcy (dokumenty księgowe, zapisy HR, inne) wizyta w zakładzie, wywiady z pracownikami (indywidualne i zbiorowe).



W zależności od wielkości zakładu badanie jest prowadzone przez jednego do trzech audytorów. Wnioski audytów, przekazywane dostawcom, stają się podstawą planu działań naprawczych, wynikających ze zdefiniowanych obszarów niezgodności.

Prowadzone są również audyty społeczne, obejmujące inspekcję na miejscu oraz przegląd dokumentacji. Badanie przeprowadzane są zazwyczaj przez zespół lokalnych inżynierów, którzy zostali przeszkoleni w zakresie metodologii audytów.

**ICS (Initiative, Clause Sociale)** to standard etyczny opublikowany po raz pierwszy w roku 1998 przez FCD (Francuską Federację Handlu). Standard ten opiera się nie tylko o wytyczne ILO (Międzynarodowa Organizacja Pracy), normy SA 8000 ale również o wytyczne prawa lokalnego.

warto wiedzieć

Wszystkie audyty prowadzone są na podstawie **planów audytu:**

AUDYT DOSTAWCÓW PRODUKTÓW ŻYWNOŚCIOWYCH ORAZ CHEMICZNYCH:	
nota > 7,0	audyt co 2 - 3 lata
nota 5,0 - 7,0	audyt co 1 rok
nota 4,0 - 5,0	audyt co 6 miesięcy
nota poniżej 4,0	brak współpracy

AUDYT DOSTAWCÓW PRODUKTÓW BAZAROWYCH, TEKSTYLNICH (*)	
nota > 90	3 lata
nota 70-90	2-3 lata
nota 50-70	1 rok
nota 40 - 50	co 6 miesięcy
nota poniżej 40	brak współpracy (*)

Dostawcy posiadający aktualny certyfikat: IFS/BRC zwalniani są z audytu.

Dla marek własnych Auchan prowadzone są dodatkowo następujące audyty:

#### Panel konsumencki

- Każdy produkt przed wprowadzeniem jest badany organoleptycznie - przeprowadzane są wewnętrzne panele konsumenckie na grupie min. 35 osób. Warunkiem wprowadzenia produktu jest wysoki poziom akceptacji, w przypadku niskiego 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, zobowiązujące dostawców do zgodności produktu z wymaganiami prawa żywnościowego oraz innych wymagań związanych z przepisów.

#### Analizy laboratoryjne

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



W roku 2012 przeprowadzono 647 audytów w następującym podziale:

AUDYTY	2010	2011	2012
audyty higieny u dostawców wg standardów IFS / BRC	135	192	215
wg check listy Auchan	110	120	120
audyty wg metody Silliker	252	312	312



**NASZ SUKCES: Produkty marki własnej Auchan najlepszej jakości!**

W wybranych placówkach handlowych w całym kraju UOKiK przeprowadził kontrole produktów marek własnych. Inspektorzy ocenili jakość i prawidłowość oznakowania marek własnych w poszczególnych sieciach. Sieć Auchan wypadła w tym badaniu najlepiej. Była także bezsprzecznym liderem pod względem kryterium jakościowego - jakość żadnej partii produktów marki własnej Auchan nie została zakwestionowana.

Artykuł: „UOKiK sprawdził supermarketowe marki. Najlepsza jakość w Auchan.” Źródło: wyborcza.biz

#### CZERWONY FAX – NA STRAŻY ZDROWIA KLIENTA

Dla zarządzania ryzykiem związanym z jakością produktów w Auchan została wprowadzona **procedura zarządzania sytuacjami kryzysowymi i czerwony telefon/faks**, na który można zgłosić nieprawidłowości i zdarzenia potencjalnie zagrażające zdrowiu i bezpieczeństwu klientów Auchan.

#### ZARZĄDZANIE ŁAŃCUCHEM DOSTAW

Auchan należy do organizacji **efektywnej obsługi konsumenta ECR**, której celem jest optymalizacja łańcucha dostaw i tym samym zrównoważona dystrybucja. Firma Auchan Polska została laureatem  **nagrody głównej Supply Chain Designer** w kategorii handel. Auchan Polska zdobył **nagrodę za doskonałe kompetencje** w dziedzinie **organizacji łańcucha dostaw**.

Nagroda Supply Chain Designer wyłania liderów outsourcingu logistycznego w przemyśle i handlu. Ocenie między innymi poddawane są: **zakres usług** logistycznych kupowanych na zewnątrz, **współpraca z operatorami** logistycznymi, **zakres outsourcingu** logistycznego oraz **innowacyjność** w podejściu do organizacji łańcucha dostaw.

Badanie realizowane jest przez Agencję Badawczą Data Group Consulting oraz Wydawnictwo Eurologistics. W tym roku nagrodę Supply Chain Designer przyznano po raz pierwszy podczas Gali Logistyki i Transportu, na której ogłoszono wyniki Programu Badawczego Operator Logistyczny Roku 2012, Produkt Innowacyjny dla Logistyki.



## Nasza strategia

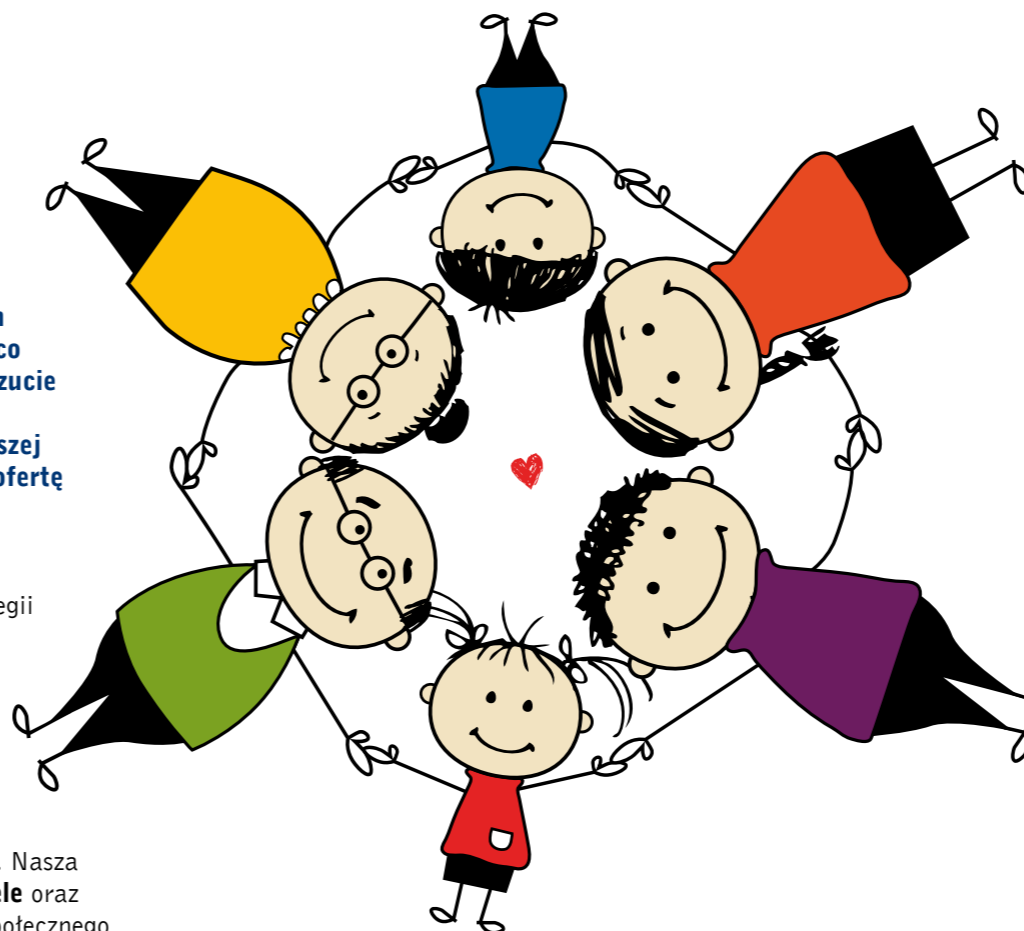
Obecność Grupy Auchan w 12 krajach pozwala nam zrozumieć różnorodne konteksty kulturowe, społeczne i gospodarcze, same ekipy Auchan w tych krajach różnią się pomiędzy sobą. Jest jednak coś, co łączy nas wszystkich w Grupie Auchan – jest to poczucie solidarności i odpowiedzialności. W wizji Auchan zapisane jest podnoszenie jakości życia jak największej liczby osób, realizujemy ją nie tylko poprzez naszą ofertę ale także bycie firmą solidarną i dobrym sąsiadem.

Otoczenie społeczne to jeden z czterech obszarów strategii zrównoważonego rozwoju Auchan. W strategii zrównoważonego rozwoju postawiliśmy sobie cel wspierania grup znajdujących się w trudnej sytuacji wykluczenia, czy nią zagrożonych, szczególnie naszej przyszłości - dzieci. Zaangażowanie Auchan przyjmuje szereg form: zbiórki żywności, wsparcie finansowe dla grup non-profit realizowane poprzez Fundację Auchan, działalność lokalna sklepów. Nasza filozofia zakłada **globalne spojrzenie na firmę i jej cele** oraz **lokalne działanie**. Sklepy Auchan są aktorami życia społecznego, uczestniczą w życiu swojego rejonu, oferując lokalne zatrudnienie, angażując się wspólnie z sąsiadami w rozwiązywanie lokalnych problemów społecznych, w projekty wolontariackie na rzecz swoich sąsiadów i potrzebujących w swoim rejonie, budując lokalne partnerstwa i więzi z lokalnymi społecznościami. Poprzez wszystkie te działania zmieniają swoje "małe ojczyzny" i budują lepszy świat.



**DOROTA PATEJKO**  
Dyrektor ds. Komunikacji

Od początku mojej pracy w Auchan wiedziałam, że wartość "dzielenia się" jest konkretnie realizowana przez firmę i ludzi, którzy w niej pracują. Nie są to tylko i wyłącznie szkolenia, czy dzielenie się informacją. To coś więcej, wychodzenie poza firmę, szersze spojrzenie na lokalną społeczność, na potrzeby innych. Pomagaliśmy od samego początku działalności Auchan, ale kto w 96 roku wiedział, co to jest odpowiedzialność społeczna? Obecnie, po prawie 8 latach komunikowania na ten temat mamy prawie 400 zaangażowanych wolontariuszy, uczestniczymy w licznych akcjach społecznych, a Fundacja Auchan wspiera kolejne projekty lokalnych stowarzyszeń. To są konkretne działania - tak realizujemy naszą wartość w praktyce.



Auchan - firma solidarna

## Fundacja Auchan

W roku 2011, w duchu wizji Auchan, z myślą o młodych, potrzebujących osobach, we wszystkich 12 krajach, w których działa Auchan, zostały uruchomione oddziały Fundacji Auchan na Rzecz Młodzieży. Fundacja działa wśród i dla dzieci i młodzieży, jej celem jest dostarczenie im środków umożliwiających osiągnięcie sukcesu, rozwój posiadanego talentu i zainteresowań oraz wspieranie solidarnych inicjatyw.



Fundacja Auchan na Rzecz Młodzieży to kolejny krok w kierunku zrównoważonego rozwoju w obszarze działań solidarnych, jest ona realizacją misji mecenatu w odpowiedzi na oczekiwania społeczne. Odpowiadając na lokalne potrzeby Fundacja Auchan wspiera projekty, których beneficjentami są dzieci zamieszkujące okolice sklepów Auchan. Realizowane są one poprzez partnerstwa sklepów i fundacji/organizacji, każdy

z dofinansowanych projektów ma swojego lokalnego opiekuna – sklep Auchan w jego okolicy.



Być dobrym sąsiadem  
Być firmą solidarną  
Budować lepsze jutro



Poprzez Fundację każdy ze sklepów Auchan:

- buduje relacje z lokalną społecznością
- jednoczy się wokół wspólnego działania
- wymienia się posiadanymi umiejętnościami i środkami
- dzieli się dobrymi praktykami z innymi sklepami Auchan.

Fundacja postawiła sobie za cel umożliwiać młodzieży:

- naukę czytania, pisania i liczenia
- integrację społeczną poprzez kształcenie i zatrudnienie
- poznanie zasad zdrowego odżywiania się i zachowań prozdrowotnych
- zdobycie wiedzy o ochronie środowiska.

W roku 2012 Fundacja Auchan wsparła w Polsce 9 projektów, łącznie na sumę niemal 500 tysięcy złotych.

Prezentacja wybranych projektów:

**Wyzwanie: WYRÓWNANIE SZANS EDUKACYJNYCH**  
**Partnerzy: FUNDACJA POMÓŻ DOROSNAĆ**  
**I SERWISY CENTRALNE**

Fundacja Pomóż Dorosnąć świadczy pomoc psychologiczną, materialną i edukacyjną, dzieciom i młodzieży wychowującym się w rodzinach dysfunkcyjnych. Celem działania fundacji jest profilaktyka marginalizacji społecznej i wykluczenia społecznego, wspomaganie wychowawcze rodziców, socjoterapia, psychoterapia, integracja, działania wspomagające edukację, pomoc socjalna i finansowa (finansowanie edukacji, leczenia, dożywianie).

Lp	Zakres projektu	Nazwa Stowarzyszenia	Sklep opiekun	Wysokość subwencji (zł)
1	zdrowie, opieka nad dziećmi z hospicjum	Pomóż im	Hetmańska-Białystok	48 300
2	opieka nad chorymi dziećmi, działalność świetlicy środowiskowej	Fundacja Dr Clown	Modlińska	48 300
3	wyrównanie szans edukacyjnych, szkolenie	Przywrócić dzieciństwo	Wola	50 400
4	wyrównanie szans edukacyjnych	ATD Czwarty Świat	Wola	63 000
5	integracja poprzez szkolenia niepełnosprawnych mentalnie	Podaj dłoń	Płock	52 500
6	przedszkole integracyjne dla dzieci z zespołem Down'a	Wielkie serce	Bielsko Biała	36 960
7	wsparcie projektu szkoleniowego osób niepełnosprawnych	Jestem	Płock	54 600
8	wsparcie rodzeństwa dzieci chorych na raka	Fundacja Dr Clown	Komorniki	50 400
9	wyrównanie szans edukacyjnych	Fundacja Pomóż Dorosnąć	Serwisy centralne	84 000
			<b>Razem</b>	<b>488 460</b>



**Dzięki dofinansowaniu z Fundacji Auchan udało się zorganizować:**

Całoroczne zajęcia socjoterapeutyczne i edukacyjne (usprawnianie umiejętności pisania, czytania, liczenia) dla dzieci w wieku 6-16 lat, z rodzin dysfunkcyjnych oraz dla dzieci obciążonych dysfunkcjami rozwojowymi. Odbyły się zajęcia korekcyjno – kompensacyjno – terapeutyczne dla dzieci z grupy ryzyka dysleksji rozwojowej oraz ze stwierdzoną dysleksją rozwojową i trudnościami edukacyjnymi na innym podłożu, terapia zaburzeń mowy i usprawnianie zdolności komunikacji językowej, terapia pisania i czytania, terapia matematyczna.

Zajęcia pomogły dzieciom nabrać umiejętności przydatnych w życiu, tym samym pomagając im w osiągnięciu sukcesu szkolnego, ich celem było również kształtowanie pozytywnych postaw edukacyjnych i pozytywnych cech, takich jak motywacja, systematyczność, obowiązkowość i sumienność. Rozwijane były także kompetencje społeczne dzieci w takich obszarach jak: wzrost samooceny, rozpoznanie swoich mocnych stron, zainteresowań, uzdolnień, samodzielność, trening komunikacji i rozwiązywania konfliktów. Dzieci przeszły również trening właściwych sposobów rozładowywania emocji, obniżenia poziomu agresji, co ma skutkować poprawą ich funkcjonowania w rodzinie, szkole i w środowisku rówieńczym.

**Wyzwanie: PRZECIWDZIAŁANIE WYKLUCZENIU OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH**  
**Partnerzy: FUNDACJA JESTEM I AUCHAN PŁOCK**

Towarzystwo Wspierania Inicjatyw Społecznych na Rzecz Kształcenia Specjalnego działa na rzecz integracji dzieci i młodzieży niepełnosprawnych intelektualnie, ze środowiskiem lokalnym oraz z rówieśnikami. Członkowie Towarzystwa organizują akcje charytatywne (zbieranie odzieży, funduszy, pomocy dydaktycznych) organizują pikniki integracyjne, wycieczki i wiele innych, działań mających na celu wsparcie osób z dysfunkcjami i wyrównanie szans edukacyjnych.

**Dzięki dofinansowaniu z Fundacji Auchan udało się zorganizować:**

Projekt edukacji poprzez muzykę - nabywanie umiejętności gry na instrumentach muzycznych przez dzieci niepełnosprawne umysłowo. W ramach projektu zorganizowano warsztaty muzyczne dla nauczycieli szkół specjalnych, studentów IV roku rewalidacji, fundacji i organizacji zajmujących się rozwojem dzieci niepełnosprawnych i zainteresowanych rodziców w celu praktycznego poznania i posługiwania się w nauczaniu nowatorską metodą cyfrowo – literową gry na instrumentach muzycznych dla dzieci niepełnosprawnych intelektualnie w stopniu lekkim, umiarkowanym i znacznym ze sprzężeniami.

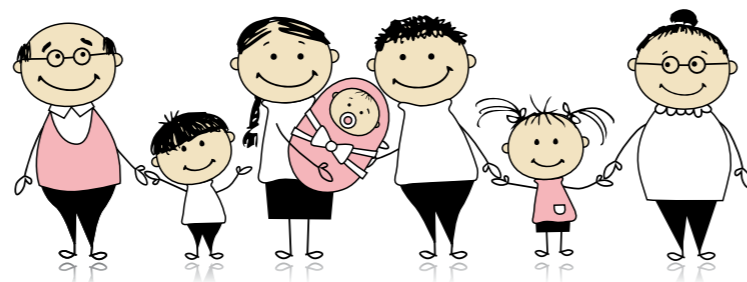


**Metoda cyfrowo – literowa** nauki gry na instrumentach muzycznych opiera się na zastąpieniu nut cyframi i literami – łatwiejszymi do zapamiętania i odtworzenia w postaci dźwięków dla uczniów niepełnosprawnych.

Litery i cyfry jako podstawowe znaki, symbole w kształceniu są bliskie dzieciom, a poprzez użycie ich w muzykowaniu dobrze korelują przedmioty w ogólnym nauczaniu. Poprzez cyfry i litery oraz ich wielkości pokazuje się dźwięki oraz ich wartości rytmiczne.

Taki sposób zapisu muzyki staje się bliski i zrozumiały, ponieważ bazuje na znakach-symbolach, używanych w globalnym kształceniu.

warto wiedzieć



Celem projektu była popularyzacja metody poprzez opracowane programy komputerowe, który umożliwił przekształcenie nut na cyfry i litery utworów, których będą uczone dzieci oraz młodzież niepełnosprawna podczas zajęć warsztatowych.

Zajęcia będą odbywać się w 15-osobowych grupach, ich poziom zostanie sprofilowany do poziomu umiejętności dzieci niepełnosprawnych. Tym samym stworzone zostaną gotowe wzorce zajęć dla dzieci niepełnosprawnych. Biegłość w grze uzyskuje się przez intensywne ćwiczenia w czasie cyklicznych spotkań.



## Rozwiązywanie problemów społecznych

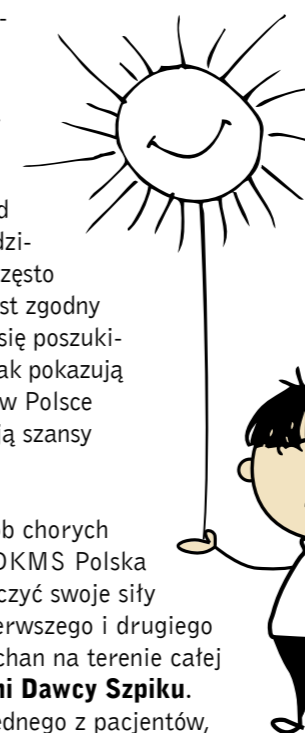
**Auchan czynnie włącza się w działania na rzecz rozwiązywania problemów społecznych. Wierząc w to, że ograniczenie ich skali możliwe jest tylko poprzez współdziałanie wszystkich uczestników życia społecznego - rządu, firm, fundacji i obywateli. Wierząc, że każdy, może przyczynić się do tego by życie innych stało się choć odrobinę lepsze. I że jest to powinnością i przywilejem każdego z nas.**

**Problem: BIAŁACZKA**  
**Odpowiedź: MIKOŁAJKOWE DNI DAWCY SZPIKU W AUCHAN**

W Polsce, co godzinę stawiana jest komuś diagnoza: nowotwór krwi, czyli białaczka. Liczba pacjentów, u których diagnozuje się białaczkę, co roku wzrasta o 4%. Pierwszym etapem walki z chorobą jest chemioterapia. Jeśli nie udaje się choroby zwalczyć tą drogą, chory kwalifikowany jest do przeszczepienia. W pierwszej kolejności zgodnego dawcy poszukuje się wśród rodziny.

Prawdopodobieństwo znalezienia zgodnego dawcy dla pacjenta wśród rodzeństwa wynosi 25%, wśród rodziców/dzieci już tylko 3%. Niestety często okazuje się, że nikt z rodziny nie jest zgodny z pacjentem, wówczas rozpoczyna się poszukiwanie dawcy niespokrewnionego. Jak pokazują statystyki dla co drugiego pacjenta w Polsce nie udaje się go znaleźć i nie dostają szansy na nowe życie.

Aby zwiększyć szanse na życie osób chorych obecnie i w przyszłości Fundacja DKMS Polska i Auchan Polska postanowiły połączyć swoje siły w walce z białaczką. W dniach pierwszego i drugiego grudnia w 19 hipermarketach Auchan na terenie całej Polski odbyły się **Mikołajkowe Dni Dawcy Szpiku**. Inspiracją do akcji była historia jednego z pacjentów, który właśnie w święta otrzymał informację o tym,



że znaleziono jego genetycznego bliźniaka. Czekał na nią ponad dwa lata, powoli traciwszy nadzieję i wolę walki z chorobą. To były najlepsze święta w jego życiu, najpiękniejszy świąteczny prezent - szansa na jutro, na bycie z rodziną i bliskimi.

I tak narodziła się idea by pokazać innym, że i oni mogą stać się Mikołajami i ofiarować na święta komuś najcenniejszy dar – życie. I tak, w grudniowy weekend 1-2 grudnia, klienci odwiedzający hipermarkety Auchan mogli zarejestrować się jako potencjalni dawcy szpiku. W akcji wzięło udział 19 sklepów Auchan i Serwisy Centralne.

Przez dwa wyjątkowe dni klienci i pracownicy Auchan wspólnie pochylili się nad tragedią innego człowieka i wyciągali pomocną dłoń. Zarejestrowało się 4 000 dawców, absolutny rekord padł w Auchan Żory, gdzie w ciągu **2 dni zarejestrowano 500 potencjalnych dawców**. Echem akcji w mediach społecznościowych było 791 lików na Facebook'u.





**Problem: NIEDOŻYWIENIE**  
**Odpowiedź: ZBIÓRKA**  
**Z BANKAMI ŻYWNOŚCI**

Wiele polskich rodzin żyje na granicy ubóstwa. Głównymi czynnikami prowadzącymi do ubóstwa są bezrobocie, dziedziczenie ubóstwa – czyli niemożność kolejnych pokoleń do wyrwania się z sytuacji ekonomicznej swojej rodziny - niskie wykształcenie i wysoka liczebność rodzin. Ofiarami tego problemu społecznego są dzieci. Zgodnie z danymi statystycznymi niedożywienie dotyka 130 tysięcy uczniów szkół podstawowych (7-12 lat), co stanowi 6% ogółu. W roku 2010 ponad 130 tysięcy dzieci w Polsce wymagało żywienia. Jest to trzeci wynik pod względem skali tego problemu w Unii Europejskiej.

Federacja Polskich Banków Żywności jest organizacją pożytku publicznego, której misją jest walka z problemem niedożywienia i ograniczanie problemu marnowania żywności w Polsce. Banki Żywności przekazują żywność



ponad 3 500 organizacjom charytatywnym, za pośrednictwem których, trafia ona do blisko miliona potrzebujących. Rozumiejąc skalę tego problemu, Auchan Polska od lat czynnie włącza się w walkę z niedożywieniem, poprzez współpracę z Bankami Żywności.

W dniach **7-9 grudnia 2012** w sklepach Auchan Polska przeprowadzono **Świąteczną Zbiórkę Żywności**. We wszystkich sklepach Auchan, w okolicach kas, przygotowane zostały specjalne stanowiska do odbioru darów, wyposażone w skrzynie na dary. Akcji towarzyszyła kampania komunikacyjna: zbiórka poprzedzona została akcją plakatową, informującą klientów o planowanej zbiórce i jej celach, akcja była promowana przez sklepowy radiowęzeł, informacja o zbiórce została wkomponowana w wewnętrzne i zewnętrzne materiały Auchan, a po zakończeniu zbiórki przeprowadzono akcję informującą klientów o jej wynikach i dziękującą im za zaangażowanie. Podczas zbiórki Podziel się Posiłkiem w Auchan Polska zebrano prawie 11 ton (10 944,383 kg) żywności. Dary trafiły do matek samotnie wychowujących dzieci, rodzin wielodzietnych, osób bezdomnych, bezrobotnych, starszych i niepełnosprawnych.

Auchan - firma solidarna

## Uczestnictwo w życiu lokalnym

**W strategii zrównoważonego rozwoju zapisaliśmy cel czynnego uczestnictwa w życiu swojego rejonu, lokalnego działania na rzecz potrzebujących w swojej okolicy. Działania Auchan na rzecz otoczenia społecznego realizowane są z pomocą partnerów, z którymi pracujemy zarówno na poziomie krajowym i lokalnym, jak i lokalnych stowarzyszeń i fundacji, których cele są tożsame z naszymi.**

Auchan Polska współpracuje regularnie na poziomie krajowym z następującymi partnerami:

- Fundacją Dr Clown
- Federacją Polskich Banków Żywności
- Sos Wioskami Dziecięcymi
- Stowarzyszeniem ATD Czwarty Świat

W myśl polityki „**Auchan dobrym sąsiadem**”, centra handlowe współpracują z lokalnymi stowarzyszeniami i fundacjami, na przykład:

- Auchan Białystok Hetmańska z Hospicjum dziecięcym w Białymstoku
- Auchan Warszawa Wola z Fundacją „ATD Czwarty Świat” oraz Stowarzyszeniem „Przywrócić dzieciństwo”
- Auchan Warszawa Modlińska oraz Auchan Komorniki z Fundacją „Dr Clown”
- Auchan Żory ze Stowarzyszeniem „Po prostu partner”
- Auchan w Częstochowie z Fundacją „Św. Barnaby”
- Auchan w Bielsku ze Stowarzyszeniem „Wielkie Serce”
- Auchan w Płocku ze Stowarzyszeniami „Jestem” oraz „Pomocna dłoń”

Zapraszamy do zapoznania się z programami naszych Partnerów i do wsparcia naszych wspólnych wysiłków na rzecz pomocy potrzebującym.



**IWONA DURDUSIAK**  
Prezes Stowarzyszenia  
Pomocna Dłoń

Dyrektor sklepu Auchan w Płocku oraz pracownicy okazali pomoc i wsparcie w realizacji projektu, byli otwarci na osoby niepełnosprawne intelektualnie, które mają trudności w nawiązywaniu logicznych kontaktów z otoczeniem, są też nieporadne, niepewne, skrępowane swoją sytuacją, nie wierzą w swoje możliwości. Okazali uczestnikom projektu dużo ciepła, uśmiechu i wyrozumiałości.



**ARNOLD SOBOLEWSKI**  
Wiceprezes Fundacji  
„Pomóż Im”

Auchan Hetmańska otworzył dla naszych podopiecznych nie tylko korporacyjną kieszeń, ale również serca pracowników. Mali pacjenci Kliniki Onkologii i Hematologii Dziecięcej UDSK w Białymstoku mogą doświadczać stałego, długofalowego kontaktu z uczestnikami wolontariatu pracowniczego z Auchan, co pozwala obu stronom bliżej się poznać, nawiązać prawdziwe więzi, wzajemnie się zrozumieć. Korzyści z tych spotkań dla ciężko chorych dzieci są oczywiste, wierzymy, że czerpią z nich także wolontariusze Auchan, nie tracąc z pola widzenia szerszego horyzontu ludzkiego życia.





Jako **dobry sąsiad** uczestniczymy też w życiu naszej okolicy, towarzysząc naszym sąsiadom w ich codziennym życiu, zapraszając ich do wspólnego świętowania ważnych dla nas chwil.

### 14 LIPCA Z AUCHAN

14 lipca, to święto narodowe Francji. Z tej okazji Francuska Izba Przemysłowo-Handlowa w Polsce wraz z firmami członkowskim oraz partnerem strategicznym Auchan Polska zaprosili mieszkańców Warszawy i okolic na całodniowe wydarzenie **Rendez-Vous z Francją**. Podczas tego święta Auchan zorganizowało wiele animacji i atrakcji dla najmłodszych. Na ulicy Francuskiej w Warszawie, gdzie odbywało się spotkanie z Francją, Auchan wraz z Auchan Direct witało gości. Kolorowi Klauni zachęcali przechodniów do wspólnej zabawy. Kilka godzin dobrej zabawy razem z Auchan pozwoliło w miły sposób spędzić sobotni dzień.

### MIASTEczKO ZDROWIA W CH AUCHAN BIELANY WROCŁAWSKIE.

Na miejscu wykonywane były badania mammograficzne piersi, to propozycja dla kobiet w wieku 50-69 lat. Wizyta w Miasteczku była także okazją do oddania krwi, zbadania ciśnienia i zarejestrowania się jako dawca szpiku.

### SZCZĘŚLIWE MACIERZYŃSTWO RAZEM Z CENTRUM HANDLOWYM AUCHAN KRASNE

12-13 maja miała miejsce akcja dotycząca m.in.: porad w zakresie przygotowania do porodu, zalet karmienia piersią, pielęgnacji niemowląt i małych dzieci, właściwej diety kobiety w ciąży i mamy karmiącej czy noszenia i przytulania dziecka w chustach.

### BEZPIECZNE WAKACJE W AUCHAN GLIWICE

Z myślą o zbliżających się wakacjach **Auchan Gliwice** wraz z Komendą Miejską Policji w Gliwicach zorganizował na początku czerwca 2012 egzamin na kartę rowerową, w którym udział wzięło dwadzieścioro ośmiorgo dzieci. Oprócz egzaminu teoretycznego i praktycznego, który zdali wszyscy kandydaci, na terenie parkingu zorganizowano tor przeszkód. Chętnych do udziału w rywalizacji nie brakowało, a dzieci które najlepiej zdały egzamin na kartę rowerową i bezbłędnie pokonały tor przeszkód, otrzymały nagrody ufundowane przez Auchan (m.in. rower, aparat fotograficzny, odtwarzacz mp4, pendrive). Wszyscy uczestnicy otrzymali również upominki w postaci wyposażenia rowerowego. Dodatkową atrakcją był pokaz możliwości technicznych policyjnego radiowozu i motocykla oraz okazja do zrobienia sobie zdjęcia z policyjną maskotką - sznupkiem.

## Nasi wolontariusze

**Wszystkie opisane projekty, i te na które, z uwagi na ich liczebność, nie starczyło miejsca w tym raporcie nie byłyby możliwe bez zaangażowania ekip sklepów Auchan w całej Polsce, którym chcemy podziękować za ich serce i wrażliwość na nieszczęście i krzywdę innych i za chęć zmieniania świata na lepsze.**



A oto wypowiedzi naszych wolontariuszy:



**MAGDALENA ŚWIATŁOCH**  
Auchan Bielsko-Biała

Z pracą charytatywną mam do czynienia od dawna, niesienie pomocy jest dla mnie rzeczą naturalną. Jestem honorowym dawcą krwi i chętnie angażuję się w różne akcje charytatywne - ostatnio w akcję DKMS. Pomaganie innym daje mi wiele satysfakcji. Świadomość, że dzięki mojej pomocy ktoś może się cieszyć życiem jest dla mnie najlepszą zapłatą.



**EWELINA GRZOMBA**  
Agent Ochrony Auchan Żory

Przez wolontariat osiągam satysfakcję, jest to odskocznia od codziennych problemów, spraw. Kiedy, poprzez pomoc innym, wywołuję uśmiech na ich twarzach, daję radość, to równocześnie oddaję część siebie, wierząc że jest to dobre nie tylko dla mnie ale i dla tych dzieci. To jest ogromna radość dla mnie!



**ELA CELEBUCKA**  
Filar / Sektor Kas  
Katowice

Gdy w ubiegłym roku powstał pomysł zorganizowania akcji DKMS w całej sieci Auchan „WSPÓLNIE PRZECIW BIAŁACZCE”, bez namysłu włączyłam się w organizację akcji. Z grupą wspianych ludzi (wolontariuszami-pracownikami Auchan) i przy wsparciu przełożonych zorganizowałam i koordynowałam akcję.

Z jeszcze większym zapałem przystąpiłam do majowej akcji - „URODZINOWE DNI DAWCY SZPIKU” W AUCHAN, której realizacja nie byłaby możliwa bez sztabu zaangażowanych ludzi. Obecnie za zgodą dyr. sklepu współpracuję z Centralną Stacją Krwiodawstwa i Krwiolecznictwa w Katowicach. W ubiegłym roku ambulans 2 razy odwiedził nasz sklep, zebrano wtedy ponad 13 litrów krwi. Na ten rok mamy ustalony stały kalendarz cyklicznych wizyt ambulansu do pobierania krwi.

Takie akcje dają mi wielką satysfakcję, poczucie sensu, że warto pomagać, a przez to podnosić wizerunek firmy Auchan w otoczeniu.

### PODSUMOWANIE DZIAŁAŃ W ROKU 2012

Wskaźniki	2012	Cel 2013
projekty dofinansowane przez Fundację Auchan	7 projektów dofinansowanych 75 tys. Euro 7 zaangażowanych sklepów	8 projektów dofinansowanych 8 zaangażowanych sklepów
pomoc dla SOS Wioski Dziecięce	kartka z życzeniami oraz akcja „Miś Auchan wspiera Wioski”; 60 tys. zł	kartka z życzeniami oraz akcja „Miś Auchan wspiera Wioski”; 60 tys. zł
lokalna pomoc charytatywna	22 zaangażowane sklepy: 120 tys. złotych darowizn	kontynuacja
Bank Żywności	3 zbiórki w roku 19 ton żywności	kontynuacja
wolontariat pracowniczy	12 sklepów zaangażowanych 120 pracowników	15 sklepów zaangażowanych 300 pracowników





Światowa Komisja Środowiska i Rozwoju (UNCED) definiuje zrównoważony rozwój jako rozwój, który zaspokaja potrzeby obecnego pokolenia bez pozbawiania przyszłych pokoleń możliwości do zaspokojenia ich potrzeb. W Auchan prowadzimy działalność w myśl tej definicji, gospodarując zasobem – dzielonym z przyszłymi pokoleniami – w sposób racjonalny, dążąc do zminimalizowania negatywnego oddziaływania na środowisko poprzez usprawnienie zarządzania. Tym samym wnosimy wkład w rozwiązywanie problemów środowiskowych.

Rozwój światowych gospodarek negatywnie wpływa na kondycję środowiska naturalnego, za sprawą eksploatacji zasobów naturalnych i ekspansji terytorialnej obszarów urbanistycznych i przemysłowych, odbywającej się kosztem obszarów zielonych. W rezultacie światowe gospodarki stanęły przed narastającym problemem radzenia sobie z konsekwencjami życia i działalności produkcyjnej człowieka oraz minimalizowania ich skutków w postaci zanieczyszczeń.



Skutki dostrzegamy w codziennym życiu. W ostatnich latach w Europie obserwuje się podwyższenie średnich temperatur, a także zmniejszenie ilości opadów w regionach południowych i zwiększenie ilości opadów w Europie Północnej. Ekstremalne zjawiska pogodowe takie jak powodzie, susze, fale upałów, niosą lawinę ludzkich nieszczęść i niebagatelne koszty gospodarcze. Konieczna jest poprawa relacji pomiędzy skutkami działalności człowieka a środowiskiem, pojawiają się liczne głosy mówiące, że **od przywrócenia harmonii pomiędzy człowiekiem i naturą zależy przyszłość naszej cywilizacji.**

Realizacji tego celu służyć mają systemy zarządzania środowiskowego i polityki ekologiczne. Polityka środowiskowa Unii Europejskiej, jako najważniejsze wyzwania stojące przed wspólnotą definiuje działania na rzecz zrównoważonego rozwoju, przystosowanie do zmian klimatu i ochronę różnorodności biologicznej. Od nas wszystkich zależy czy zdołamy im podołać.

Minimalizować negatywny wpływ, wzmacniać pozytywny.



## System zarządzania środowiskowego

Zarządzanie kwestiami środowiskowymi jest umiejscowione w Auchan na poziomie Dyrektora ds. Inwestycji, jednak troska o środowisko to odpowiedzialność nas wszystkich. W odpowiedzi na te wyzwania, rozumiejąc tą odpowiedzialność, wdrożyliśmy w Auchan System Zarządzania Środowiskowego, którego główne osie to:

1. **efektywne wykorzystanie zasobów** poprzez racjonalizację zużycia materiałów, energii i wody
2. **redukcja zanieczyszczeń** poprzez minimalizowanie emisji CO<sub>2</sub>, wytworzonych odpadów i ścieków, recykling i odzysk
3. **szkolenie pracowników i budowanie świadomości ekologicznej** klientów poprzez wdrażanie najlepszych praktyk, zielone akcje i animacje.

Nasz kierunek rozwoju: minimalizować negatywny wpływ, wzmacniać pozytywny.



## ZARZĄDZANIE WPŁYWEM ŚRODOWISKOWYM W AUCHAN:

### dostawcy

■ współpraca z partnerami, stosującymi pro-ekologiczne technologie i rozwiązania w zakresie parku maszynowego, produkcji i transportu

### oferta

■ rozwój handlu EKO i BIO, w trosce o zdrowie klientów i w odpowiedzi na zmieniające się trendy żywieniowe, chcemy by każdy z naszych klientów mógł sobie pozwolić na to by odżywiać się zdrowo

■ wprowadzanie oferty produktów energooszczędnych klas energetycznych A+ oraz A++ i stopniowe zastępowanie starego sprzętu nowoczesnym

■ propagowanie zdrowego stylu życia i odżywiania, poprzez komunikację, animacje, ofertę produktową, cykliczne upusty cen produktów Bio i Eko oraz warzyw i owoców

■ odpowiedzialne zakupy, np. politykę zrównoważonego rozwoju w dziale rybnym, zapewniającą przestrzeganie okresów ochronnych i wymiarów ochronnych ryb, wycofanie ze sprzedaży gatunków zagrożonych, np. rekina

### zarządzanie

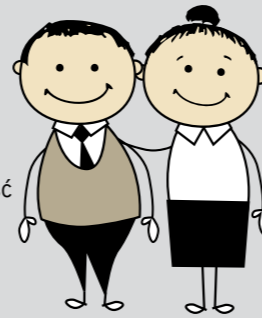
■ odpowiedzialna konsumpcja: oszczędność energii elektrycznej, wody, ekonomiczny model zużycia mediów

■ ograniczenie zużycia toreb kasowych połączone z wdrażaniem praktyk efektywnego pakowania

■ wprowadzenie toreb bio-degradowalnych oraz wielokrotnego użytku, redukcja emisji dwutlenku węgla

■ recykling i odzysk odpadów, poprzez współpracę z profesjonalną firmą odzysku Rekopol i procedury wewnętrzne

■ inwestycje w pro-ekologiczne technologie poprzez np. wymianę czynników freonowych we wszystkich instalacjach chłodniczych



### doskonalenie

■ dzielenie się dobrymi praktykami na poziomie Grupy i polskich sklepów Auchan w ramach Synergii

■ dobra współpraca pomiędzy sklepami i dobre współzawodnictwo pomiędzy sklepami w osiągnięciu najlepszych środowiskowych wskaźników



### pracownicy

■ komunikacja wewnętrzna

■ szkolenia: zrównoważony rozwój, oszczędność energii, odzysk odpadów

■ projekt EkoSklepów:

- sadzenie drzewek
- sprzątanie okolicy
- zajęcia edukacyjne z segregacji śmieci
- animacje związane z Dniem Ziemi

■ ograniczenie zużycia toreb kasowych połączone z wdrażaniem praktyk efektywnego pakowania

■ wprowadzenie toreb bio-degradowalnych oraz wielokrotnego użytku

■ realizacja ekologicznych projektów – np. Zielone Ogrody Auchan



### klienci

■ animacje, uwrażliwianie, wspólną Eko-zabawą, akcje EKO

■ realizacja wspólnych pro-środowiskowych projektów z klientami

■ umożliwianie klientom segregacji przeznaczonych do recyklingu zużytych świetlówek, baterii, toreb foliowych za pomocą specjalnego Eko-Mebła



## Racjonalizacja zużycia

### WODA

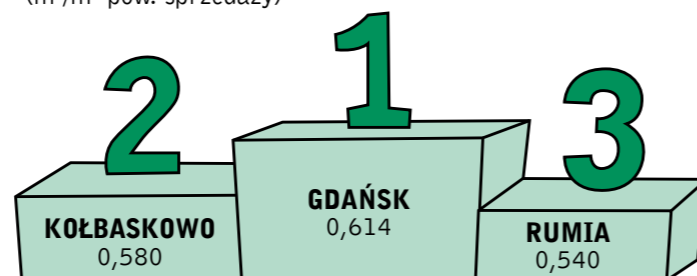
Zgodnie ze sprawozdaniem Europejskiej Agencji Środowiskowej by uniknąć osłabienia swojej gospodarki, Europa musi podwoić wysiłki na rzecz bardziej racjonalnego użytkowania wody.

Oszczędność wody jest jednym z priorytetów środowiskowych Auchan. Stosowane są takie praktyki jak okresowe kontrole szczelności urządzeń, korzystanie z obiegów zamkniętych, wprowadzenie baterii z czujnikiem ruchu, w których strumień wody uruchamiany jest czujnikiem podczerwieni, bezwodne pisuary. Wszystkie te działania zapobiegają marnotrawstwu wody. Dzięki tym rozwiązaniom, oraz wysokiej świadomości ekologicznej ekipy Auchan, zużycie wody zmalało w roku 2012 o 5%, pomimo otwarcia nowego hipermarketu.

Doświadczenia Auchan z rynków zachodnich pokazują, że możliwe byłyby poczynienie dalszych oszczędności wody przez wykorzystanie deszczówki, zbieranej do zbiorników. I tak w Jumbo Fiigueira Foz w Portugalii w roku 2011 udało się zaoszczędzić 235 m<sup>3</sup> wody, przeznaczonej do celów gospodarczych. Rozwiązanie to, popularne w krajach zachodnich, nie zostało dotychczas zaakceptowane przez władze sanitarne w Polsce.

ZUŻYCIE WODY (m <sup>3</sup> /m <sup>2</sup> )		
2010	2011	2012
0,99	0,96	0,91

W roku 2012 najniższe zużycie wody odnotowały (m<sup>3</sup>/m<sup>2</sup> pow. sprzedaży)



## ENERGIA ELEKTRYCZNA

W celu zapewnienia ochrony i świeżość żywności, komfortu termicznego i jakości powietrza w pomieszczeniach dla klientów i pracowników Auchan, konieczne jest stosowanie energooszczędnych urządzeń konsumenckich. W roku 2012 zużyliśmy 451 kwh energii na metr kwadratowy powierzchni sprzedaży.

Jednym ze środków ograniczenia zużycia energii elektrycznej w Auchan było zastąpienie oświetlenia na energooszczędne w 80% sklepów Auchan. Jest to wzrost 14% w stosunku do roku poprzedniego, kiedy to energooszczędne oświetlenie zostało wprowadzone w 70% sklepów. Ponadto w 100% sklepów funkcjonują czujniki ruchu, eliminujące zbędne oświetlenie, czy wykorzystanie klimatyzacji w miejscach o małym natężeniu ruchu. Dodatkowo w 100% sklepów w dachach zamontowano świetlki a poziom oświetlenia dostosowano do rzeczywistych potrzeb, poprzez likwidację zbędnych świetlówek. Celem wyeliminowania strat zimna chłodnie we wszystkich działach

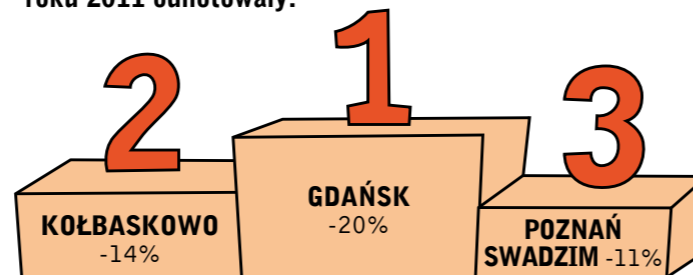


mrozonek są zamykane na noc, a nad poziomymi lodówkami na mrożonki wprowadzono dodatkowe szyby do zamykania na noc. Szyldy oświetleniowe w pro-środowiskowej technologii LED zostały wprowadzone w X% sklepów. W każdym ze sklepów Auchan powołano Menedżera Technicznego odpowiedzialnego za zużycie energii elektrycznej. Dzięki tym działaniom w roku 2012 udało się zredukować zużycie energii elektrycznej o 4% w stosunku do roku poprzedniego.

Dośkonale jest wpisane w zrównoważony rozwój, staramy się więc poprawiać raz osiągnięte wskaźniki środowiskowe, zarówno na poziomie całej firmy, jak i każdego ze sklepów. Pokazana dalej tabela prezentuje redukcję zużycia energii elektrycznej w Auchan w roku 2012 oraz sklepy, które poczyniły największe oszczędności w stosunku do roku 2011.

ZUŻYCIE ENERGII ELEKTRYCZNEJ (kwh/m <sup>2</sup> pow. sprzedaży)		
2010	2011	2012
473	468	451

Największą oszczędność zużycia prądu w stosunku do roku 2011 odnotowały:

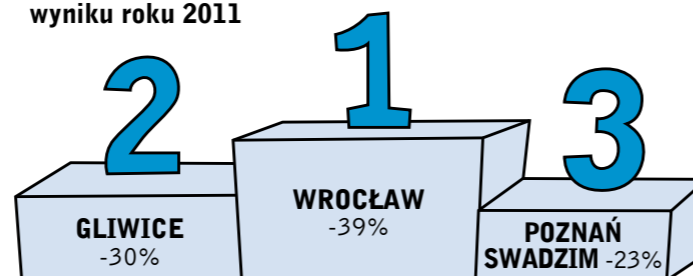


## GAZ

W siedemnastu ze sklepów Auchan gaz jest używany do ogrzewania w 17 sklepach, w pozostałych jest ogrzewanie miejskie. W większości sklepów Auchan, za wyłączeniem Auchan Hetmańska i Auchan Modlińska, gaz jest wykorzystywany w działach piekarnia cukiernia i grill. W celu ograniczenia zużycia gazu podejmowane są między innymi następujące działania: regularne przeglądy techniczne instalacji klimatyzacji/ogrzewania/wentylacji, monitorowanie sprawności automatyki instalacją, sterowanie zużyciem ciepła w zależności od temperatury zewnętrznej. Ponadto, dla lepszej wymiany ciepła, raz na rok czyszczone i odkamieniane są kotły gazowe, a w niektórych ze sklepów Auchan wdrożono system odzysku ciepła z centrali chłodniczej. Dzięki tym praktykom w roku 2012 udało się zredukować wykorzystanie gazu z 16 m<sup>3</sup>/m<sup>2</sup> do 15 m<sup>3</sup>/m<sup>2</sup>.

ZUŻYCIE GAZU (w m <sup>3</sup> / m <sup>2</sup> )		
2010	2011	2012
18	16	15

Największa oszczędność zużycia gazu w stosunku do wyniku roku 2011



## Dobra praktyka

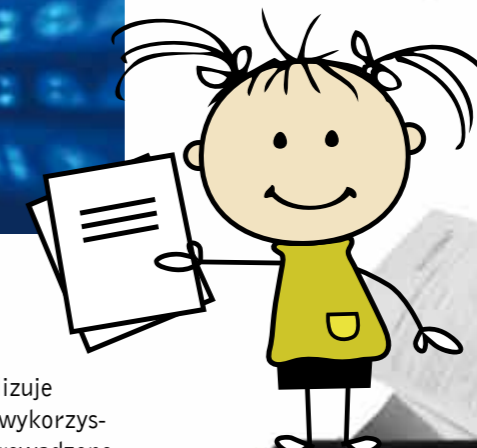
Dla zapewnienia optymalnego zużycia mediów w Auchan wprowadzono Ekonomiczny Model Zużycia Mediów i pełny monitoring zużycia mediów on-line. W systemie zapisano optymalne poziomy zużycia mediów we wszystkich strefach operacyjnych (magazyny, hala sprzedaży, parking itd.). System automatycznie zawiadamia odpowiedzialne osoby o przekroczeniach pożądanego poziomu, dając dyspozycję sprawdzenia i skorygowania tego stanu.



## PAPIER

Kolejnym obszarem, w którym Auchan optymalizuje zużycie i ogranicza swój negatywny wpływ jest wykorzystanie papieru. Z tego względu w roku 2010 wprowadzono projekt Dematerializacja, polegający na zastąpieniu papierowych wersji dokumentów nośnikami informatycznymi wraz z towarzyszącymi im bazami danych. Dematerializacji w pierwszej kolejności zostały poddane faktury dostawców. Jest to typowy przykład projektu, niosącego korzyść zarówno firmie jak i środowisku. Z jednej strony mamy oczywistą środowiskową korzyść w postaci braku papieru, z drugiej pojawiają się korzyści natury operacyjnej, usprawnienie zarządzania, handlu, współpracy z partnerami Auchan, podnosi jakość i efektywność w pracy. Beneficjentami Dematerializacji stają się więc i środowisko i Auchan wraz ze swoimi interesariuszami. Niestety nie udało się osiągnąć planowanych na rok 2012 100%, na koniec roku osiągnęliśmy 90% dematerializacji. Poziom 100% planujemy osiągnąć w roku 2013.

DEMATERIALIZACJA FAKTUR		
2010	2011	2012
68%	80%	90%





## LINIA KAS – ZUŻYCIE TOREB KASOWYCH

Dla ograniczenia negatywnego wpływu na tym etapie łańcucha wartości Auchan podjął działania w zakresie:

1. **toreb kasowych:** zastąpienie toreb foliowych biodegradowalnymi torbami ze składnikiem d2w, umożliwiającym kontrolowanie czasu ich życia.

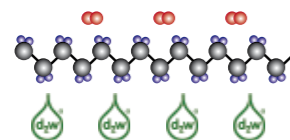
2. **edukacji pracowników linii kas:** pracownicy kas odbywają szkolenia z ekonomicznego pakowania towarów, dzięki czemu udało się osiągnąć średnią 6 artykułów na siatkę i 3 siatki na klienta. Wynik ten został wypracowany wspólnie z klientami, którzy segregując zakupy na taśmie przyczyniają się do efektywniejszego wykorzystania toreb. Dodatkową korzyścią jest krótszy czas, potrzebny na spakowanie zakupów i obsłużenie jednego klienta.

3. **akcji informacyjno-edukacyjnej skierowanej do klientów:** zachęcającej klientów do skorzystania z toreb wielokrotnego użytku i segregowania zakupów na taśmie, w celu wykorzystania mniejszej ilości siatek. Klienci zostali również poinformowani o składzie chemicznym toreb i korzyściach dla środowiska, z niego wynikających. Dodatkowo w sklepach prowadzone są eko akcje i animacje dla klientów, które przyczyniają się do popularyzowania pro-ekologicznych postaw i sprawiają, że troska o środowisko staje się dobrą zabawą.

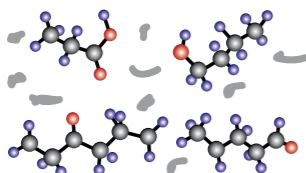
### OKSYBIODEGRADACJA TWORZYWA d2w

<http://d2w.com.pl/>

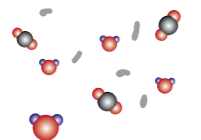
**ETAP 1.** Do tworzywa sztucznego dodawana jest niewielka ilość d2w.



**ETAP 2.** Czynniki naturalne aktywują d2w, który wnika w strukturę cząsteczki i powoduje jej rozkład.



**ETAP 3.** Otrzymana substancja jest bioasymilowana przez mikroorganizmy i staje się nieszkodliwa dla środowiska.



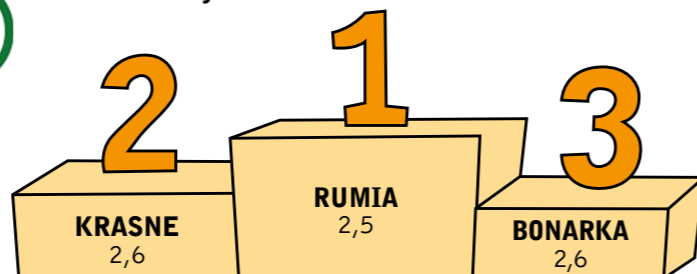
● węgiel ● wodor ● tlen ● mikroorganizmy



Rozkład opakowań następuje po zakończeniu założonej przydatności do użycia. Dodatkowo zostały wprowadzone odpłatne alternatywy – torby wielokrotnego użytku z tym samym składnikiem, torby z dodatkiem juty oraz plastikowe skrzynki do wygodnego pakowania zakupów w samochodzie i ich bezpiecznego transportu.

LICZBA TOREB JEDNORAZOWYCH ROZDYSTRYBUOWANYCH W KASACH (na m <sup>2</sup> powierzchni sprzedaży)		
2010	2011	2012
658	638	625

W roku 2012 najniższe zużycie toreb kasowych na klienta miały:



## REDUKCJA MATERIAŁÓW OPAKOWANIOWYCH

W roku 2012 kontynuowaliśmy prace nad redukcją materiałów opakowaniowych w przypadku marek własnych. W rezultacie zmniejszenia wielkości opakowania łososia norweskiego marki własnej z rozmiaru 180x290 – na 180x225, udało się obniżyć wagę jednostkową opakowania do 30 g i tym samym osiągnąć oszczędność 300 kg papieru rocznie. Wynik ten został osiągnięty przez inny rodzaj opakowania, z okienkiem, które dodatkowo pozwala klientom zobaczyć zapakowany produkt.

Waga butelek napojów marki własnej Auchan: wody gazowanej, niegazowanej, lekko gazowanej, o smaku cytrynowym i jabłkowym została obniżona z 32 g do 28 g, co dało redukcję ponad 8 965 ton rocznie.



0,01

37

Łosoś norweski 100 g



**Całkowita redukcja wszystkich opakowań: 8 965 ton**



## Redukcja emisji i zanieczyszczeń

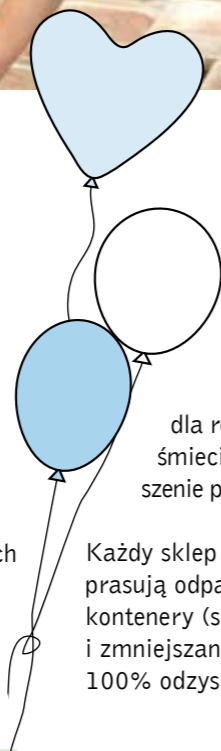
### EMISJA CO<sub>2</sub>

Emisja CO<sub>2</sub> w naszych sklepach związana jest głównie ze zużyciem energii i wykorzystaniem czynników chłodniczych, uczestniczących w wymianie ciepła w urządzeniu chłodniczym lub klimatyzacji. W roku 2011 w instalacjach chłodniczych we wszystkich sklepach Auchan Polska zostały wymienione czynniki freonowe, szkodliwe dla warstwy ozonowej i atmosfery ziemskiej. Nowe instalacje wykorzystywane w Auchan nie stosują już freonu do chłodzenia.

Na całym świecie **zmiana klimatu** jest faktem, a stopień oraz szybkość zmian stają się coraz bardziej widoczne. Oznacza to konieczność przystosowania każdego obszaru gospodarki, ..., jak również zmniejszenia emisji gazów cieplarnianych.

**Jacqueline McGlade** - dyrektor wykonawczy Europejskiej Agencji Środowiska

warto wiedzieć



## Gospodarka odpadami

Zmniejszenie negatywnego środowiskowego wpływu jest zapisane w ogólnej polityce firmy, dla realizacji tego celu stworzona została polityka śmieciowa, która stawia dwa naczelną cele: zmniejszenie produkowanych odpadów i zwiększenie odzysku.

Każdy sklep Auchan wyposażony jest w belownice, które prasują odpady i tym samym ułatwiają ich odzysk, oraz kontenery (suche i mokre) do gromadzenia odpadów i zmniejszania ich gabarytów. W roku 2012 osiągnęliśmy 100% odzysku opakowań kartonowych i foliowych.

ODPADY	2011	2012
karton i folia (mg)	12 206	11 309
komunalne (mg)	11 916	10 435
mięsne (mg)	2 104	2 186

ODZYSK	2011	2012
odpadów opakowaniowych – folia	100%	100%
odpadów opakowaniowych – karton	100%	100%

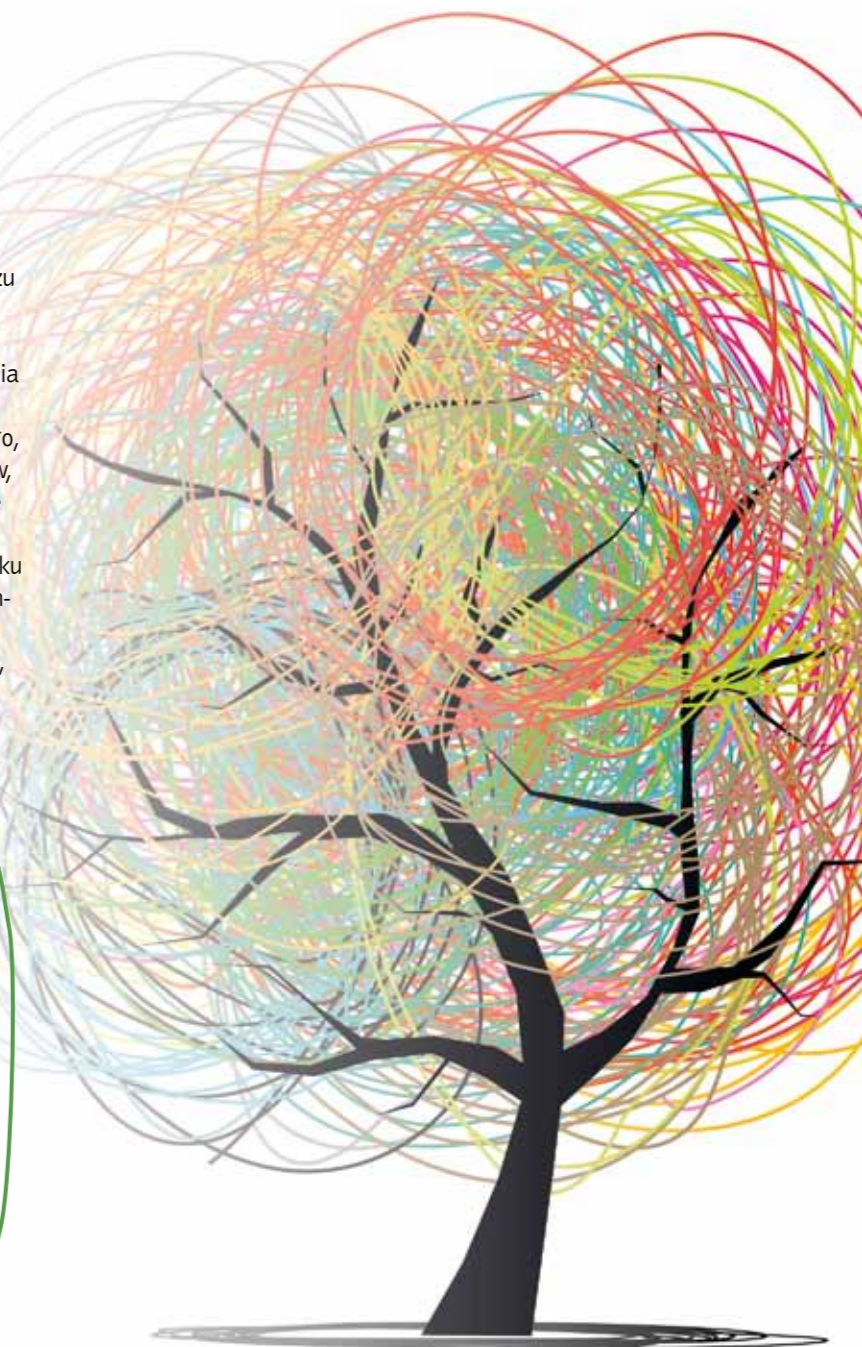
## PROGRAM SEGREGACJI ODPADÓW W MAGAZYNIE W WOLBORZU

We wrześniu 2012 roku w Centrum Logistycznym w Wolborzu został uruchomiony Program Segregacji Odpadów. Przeanalizowane zostały grupy odpadów, przeprowadzone rozmowy z firmami zajmującymi się utylizacją odpadów celem określenia grup podlegających odzyskowi. Wytypowano cztery grupy: plastik i odpady podlegające spalaniu, metal i aluminium, szkło, makulaturę biurową, określono miejsca powstawania odpadów, sposób ich zbiórki i przechowywania, postawiono odpowiednie pojemniki. W okresie 4 miesięcy udało się zebrać i przekazać do odzysku 1 350 kg makulatury, 480 kg szkła, 460 kg plastiku i 42 kg aluminium. Dzięki pracy nad programem, większej kontroli i nadzorowi nad wyrzucanymi do kompaktora odpadami, ilość śmieci oddanych na wysypisko zmniejszyła się o 8 600 kg, w porównaniu do analogicznego okresu 2011 roku, a zebrana makulatura pozwoliła na uratowanie **23 drzew**.



**KONRAD ŚWINOGA**  
Menedżer Techniczny  
Centrum Logistyczne  
Auchan

Jesteśmy na początku tej pracy i ciągle się uczymy, ale chcemy by ten Program żył i rozwijał się, dostosowywał do naszych potrzeb, oczekiwań i możliwości, tak byśmy wewnątrz siebie zarówno jako pracownicy Auchan ale i po prostu ludzie, czuli że robimy coś dobrego i ważnego, sprawiając że Świat wokół będzie czystszy i piękniejszy.



## RECYKLING Z KLIENTAMI

Oprócz zarządzania odpadami wytwarzanymi w naszych zakładach, staramy się również uwrażliwić klientów na kwestie środowiskowe i pomóc im w recyklingu odpady produkują w ich codziennym życiu. W tym celu powstały specjalne Eko-punkty, w których klienci mogą zostawić zużyte torby plastikowe, baterie, żarówki. W sklepach Auchan prowadzone są także zbiórki szkła, plastiku, metalu.

# Nowe inwestycje – poszanowanie środowiska przy rozwoju firmy

W listopadzie roku 2012 Auchan Polska otworzył 27. hipermarket w Łomiankach pod Warszawą. Inwestycja prowadzona była w oparciu o 6 celów zrównoważonego rozwoju, za pośrednictwem których Grupa Auchan zarządza swoim wpływem środowiskowym przy rozwoju.

## 1. Projekt w harmonii z bezpośrednim otoczeniem środowiska naturalnego

- stworzenie projektu wkomponowanego w środowisko naturalne, w krajobraz, w miasto
- ograniczenie istniejącej równowagi lokalnej poprzez zapewnienie ciągłości pomiędzy projektem a otaczającym środowiskiem

## 2. Zarządzanie energią

- ograniczenie potrzeb energetycznych budynku, tak aby zmniejszyć emisję dwutlenku węgla
- rozwijanie wytwarzania energii ze źródeł odnawialnych

## 3. Zarządzanie wodą

- odpowiedzialne zarządzanie wodami opadowymi
- obniżenie zużycia wody pitnej poprzez wdrożenie programu oszczędności w zużyciu wody

## 4. Zarządzanie wytwarzanymi odpadami

- ograniczenie produkcji śmieci bezwartościowych poprzez recykling
- dążenie do osiągnięcia bilansu zarządzania śmieciami na poziomie 0 zł

## 5. Jakość wyposażenia wewnętrznego przyjazna środowisku

- osiągnięcie właściwego wpływu budynku na środowisko i komfort użytkowników
- zapewnienie komfortu użytkowego

## 6. Zielony plac budowy

- ograniczenie szkodliwego wpływu spowodowanego budową
- całkowite zastosowanie ustawy w zakresie selekcji i odzysku wartościowych odpadów z budowy

## EDUKACJA EKOLOGICZNA

Auchan prowadzi edukację ekologiczną swojej ekipy, przekazując niezbędną wiedzę za pomocą szkoleń o zrównoważonym rozwoju, w tym w obszarze środowiska, jak również z zakresu odzysku odpadów i oszczędności energii. W roku 2012 przeszkoliliśmy ze zrównoważonego rozwoju **4 875 pracowników**.

Szkolenia	2011	2012
pracownicy przeszkoleni w zakresie zrównoważonego rozwoju	3 645	4 875



# Proekologiczne akcje z klientami

Sklepy w całej Polsce, wspólnie z klientami, działają na rzecz bardziej zielonego świata. Wspólnie odnotowaliśmy szereg sukcesów, poniżej prezentujemy kilka z nich.

W czerwcu 2012 roku Auchan Częstochowa przeprowadził zbiórke surowców wtórnych wraz z Galerią Auchan oraz firmami Rekopol i A.S.A. Każdy klient, który przyniósł makulaturę, szkło, czy plastik otrzymywał w podziękowaniu symboliczną sadzonkę. Wśród klientów, którzy oddali odpady przeprowadzono konkurs ze znajomości wiedzy ekologicznej, w którym nagrodą główną był rower. **Wspólnie zebraliśmy 1 080 kg opakowań szklanych, 90 kg butelek pet oraz 1 710 kg makulatury.**

Dziewięcioosobowa ekipa sklepu, ubrana w koszulki Auchan, wzięła również udział w akcji sprzątania zalewu z Poraju - „Zalew w Poraju – czysto jak w raj”.

Od kilku lat managerowie sektora Ochrony w Auchan Modlińska wraz z ekipą angażują się w proekologiczne projekty. W maju dzięki tym inicjatywom na Modlińskiej zebraliśmy kilkadziesiąt tysięcy plastikowych nakrętek, propagując jednocześnie stosowanie toreb wielokrotnego użytku oraz energooszczędnych żarówek.



**AGNIESZKA WIKTOROWSKA**  
RRH Auchan Modlińska

Akcja ta, to nie tylko ekologia, przyświeca jej jeszcze jeden bardzo ważny cel – zakup wózka inwalidzkiego dla 5-letniego Filipka.



**KATARZYNA KUBANEK**  
asystentka sklepu Auchan Częstochowa.

Byliśmy tak liczną grupą, że do naszej dyspozycji był jeden sektor do sprzątania – w koszulkach Auchan byliśmy najbardziej wyróżniającą się grupą. To było wspaniałe móc uczestniczyć w tym projekcie.



W czerwcu Ekipa Ochrony z Auchan Modlińska, kontynuując coroczną tradycję, podjęła się aranżacji terenów zielonych w miejscach użyteczności publicznej. Wyselekcjonowano sadzonki kwiatów, drzew i krzewów, zaprojektowano ogródek i stworzono plan adaptacji terenu. Ogródek ozdobił plac zabaw wokół siedziby Towarzystwa Przyjaciół Dzieci na warszawskiej Białołęce.



# Wskaźniki zrównoważonego rozwoju Auchan Polska

wskaźnik	2010	2011	2012
<b>MIEJSCE PRACY</b>			
umowy na czas nieokreślony	75,35%	79%	79%
% uczestnictwa w akcjonariacie pracowniczym	94%	89%	90%
poziom promocji wewnętrznej	40,31%	44%	45%
% kobiet na stanowiskach kierowniczych	54,36%	53,9%	56,04%
% pracowników niepełnosprawnych do ogółu zatrudnionych	2,97%	3,42%	3,09%
total godzin szkoleniowych	342 808	290 764	402 692
<b>RYNEK</b>			
obrót (mln zł)	6 250	6 550	6 550
liczba centrów handlowych	26	26	27
liczba branż	4	5	5
liczba produktów w ofercie Auchan	80 000	60 000	60 000
liczba produktów marki własnej Auchan	405	557	857
liczba artykułów z logo podniesionego kciuka	627	828	897
liczba dostawców			1500
% dostawców, którzy podpisali Kartę Etyki	100%	100%	100%
audyty u dostawców wg. check-listy Auchan	110	120	120
audyty u dostawców wg. standardu IFS/BRC	135	192	215
audyty u dostawców wg. metody Silliker	252	312	312
<b>SPOŁECZEŃSTWO</b>			
liczba akcji charytatywnych zorganizowanych przez poszczególne sklepy w roku raportowania	66	104	88
liczba lokalnych stowarzyszeń wspieranych przez sklepy Auchan	16	22	22
żywność zebrana w sklepach podczas zbiórek żywności (ton)	16	19	11
liczba projektów dofinansowanych przez Fundację Auchan	nie dotyczy	2	9
<b>ŚRODOWISKO</b>			
zużycie energii elektrycznej kwh/m <sup>2</sup> powierzchni sprzedaży	473	468	451
zużycie gazu m <sup>3</sup> /m <sup>2</sup> powierzchni sprzedaży	18	16	15
zużycie wody m <sup>3</sup> /m <sup>2</sup> powierzchni sprzedaży	0,99	0,96	0,91
odpady - karton i folia (mg)		12 206	11 309
odpady komunalne (mg)		11 916	10 435
odpady mięsne (mg)		2 104	2 186
odzysk odpadów opakowaniowych – folia	100%	100%	100%
liczba pracowników przeszkolonych w zakresie zrównoważonego rozwoju	5 939	3645	4 875

**Niniejszy raport jest piątym raportem zrównoważonego rozwoju Auchan Polska i drugim raportem w komunikacji zewnętrznej. Raport obejmuje rok kalendarzowy 2012, zawarte w nim dane dotyczą działalności Auchan Polska.**

Auchan Polska raportuje w cyklu rocznym, ostatni raport zrównoważonego rozwoju został wydany we wrześniu 2012 roku. W okresie raportowania, w listopadzie 2012, Auchan Polska otworzył hipermarket w podwarszawskich Łomiankach. Przedstawiane w raporcie zagadnienia, wynikają ze strategii zrównoważonego rozwoju Auchan Polska i podjętych przez firmę zobowiązań, jak również kwestii istotnych dla kluczowych interesariuszy firmy. Auchan Polska kieruje niniejsze opracowanie do swoich partnerów społecznych: pracowników, klientów, partnerów biznesowych, do wszystkich tych, którzy są zainteresowani sposobem zarządzania wpływem ekonomicznym, środowiskowym i społecznym Auchan Polska i wizją dalszego, zrównoważonego rozwoju firmy.

**PYTANIA, INFORMACJE:** Wszelkie pytania dotyczące niniejszego raportu prosimy kierować do Doroty Patejko, Dyrektor ds. Komunikacji: [d.patejko@auchan.pl](mailto:d.patejko@auchan.pl) i Działu Komunikacji Auchan: tel.: 22 703 82 34

## PRZY RAPORCIE PRACOWALI

Dorota Patejko – Dyrektor ds. Komunikacji Auchan  
Inga Szaniawska – doradztwo merytoryczne, [www.ingaszaniawska.pl](http://www.ingaszaniawska.pl)  
**Projekt graficzny i skład:** Agnieszka Neinert, [www.agnieszkaneinert.wix.com/toya](http://www.agnieszkaneinert.wix.com/toya)  
**Zdjęcia:** Paweł Stelmach, [www.nietypowo.com](http://www.nietypowo.com)  
**Pozostałe ilustracje:** Agnieszka Neinert, materiały własne Auchan, [www.fotolia.com](http://www.fotolia.com), [www.shutterstock.com](http://www.shutterstock.com)  
**Druk:** Full – Print Warszawa, ul. Berezyńska [www.full-print.pl](http://www.full-print.pl)

## ŚRODOWISKO

W trosce o środowisko niniejszy raport został wydrukowany w niewielkim nakładzie 50 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.

Elektroniczna wersja raportu: [www.auchan.pl](http://www.auchan.pl)  
**Wszelkie prawa zastrzeżone.**

Szanowni Państwo!

Dziękujemy za zainteresowanie naszymi dokonaniem na drodze zrównoważonego rozwoju w roku 2012 i lekturę niniejszego raportu.

Dziękujemy koleżankom i kolegom z Auchan Polska za współpracę przy tym raporcie i ich zaangażowanie w opisywane w nim działania w zakresie zrównoważonego rozwoju.

Autorzy raportu



**Auchan Polska Sp. z o.o.**  
**Dyrekcja Generalna**  
**ul. Puławska 46**  
**05-500 Piaseczno**

tel.: 22 703 82 34  
e-mail: [kontakt@auchan.pl](mailto:kontakt@auchan.pl)  
[www.auchan.pl](http://www.auchan.pl)

## RAPORT ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU AUCHAN POLSKA 2012