



RAPORT ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU  
AUCHAN POLSKA 2013



”

## Szanowni Państwo!



Rok 2013 był rokiem wyzwań dla Auchan Polska. Zakończyliśmy proces budowania Wizji wraz ze wszystkimi współpracownikami, określiliśmy ostatecznie naszą strategię dyskontera w pespektywie długoterminowej, wyznaczyliśmy drogę rozwoju dla naszych ekip. Wizja wyznacza nam kierunek w stronę odważnego handlu, prowadzonego przez odpowiedzialnych, profesjonalnych współpracowników, którzy codziennie, z pasją, słuchają potrzeb Klientów.

Nasza działalność handlowa uwzględnia dobro wszystkich interesariuszy: klientów, dostawców, współpracowników. Budujemy taką współpracę, która przede wszystkim pozwala uzyskać niską cenę dla klienta, z zachowaniem poziomu rentowności przedsiębiorstwa zapewniającego mu sprawne funkcjonowanie i rozwój na rynku. Cel Auchan to budowanie długotrwałej polityki i współpracy z dostawcami, w interesie i spełnianiu potrzeb Klientów.

Fundament Auchan to Wizja i wartości, które od powstania naszego przedsiębiorstwa pozostają niezienne. Zaufanie, dzielenie się i postęp mają przełożenie na relacje z Klientami i ze współpracownikami w duchu wzajemnego poszanowania przyjętych zobowiązań.

W ramach polityki zrównoważonego rozwoju skupiamy się przede wszystkim na wewnętrznych działaniach, szkoleniu współpracowników z etyki, angażowaniu ich w akcje społecznej solidarności, poszanowaniu środowiska naturalnego. Zrównoważony rozwój to również konkretne oszczędności dla przedsiębiorstwa – zminimalizowanie zużycia energii, czy odzysk odpadów. To zwrot inwestycji w szkolenia i uwrażliwienie współpracowników.

Jako odpowiedzialne przedsiębiorstwo stosujemy politykę długoterminową i trwałą, przynoszącą korzyść klientom, współpracownikom i akcjonariuszom. Będziemy ją kontynuować przez najbliższe lata, skupiając się na oferowaniu Klientom szerokiego i trafnego wyboru w jak najniższych cenach, aby to co nieosiągalne, stało się dla nich w pełni osiągalne.

FRANCOIS COLOMBIÉ  
Przewodniczący Rady Nadzorczej  
Auchan Polska, Rosja i Ukraina

”

”

## Szanowni Państwo!



Auchan Polska realizuje strategię zrównoważonego rozwoju od 2006 r. Wynika ona z naszej Wizji, oparta jest na naszych wartościach i kulturze organizacyjnej. W trzecim Raporcie zrównoważonego rozwoju Auchan - za rok 2013 - znajdziecie Państwo opis naszych działań podejmowanych w czterech zdefiniowanych obszarach zrównoważonego rozwoju, jakimi są: miejsce pracy, rynek, otoczenie społeczne i środowisko.

Rok 2013 był ważnym rokiem dla Auchan. Podpisanie umowy pomiędzy Grupą Metro i Grupą Auchan na temat integracji sklepów Real w 4 krajach Europy Środkowo-Wschodniej sprawia, że jeszcze pełniej będziemy realizować naszą wizję poprawiania siły nabywczej i jakości życia coraz większej liczby klientów razem z odpowiedzialnymi i profesjonalnymi współpracownikami.

W imię przejrzystości naszego działania i zobowiązań wynikających z członkostwa w światowej inicjatywie na rzecz odpowiedzialnego biznesu – Global Compact kontynuowaliśmy prace nad Programem Etycznym Auchan, szkoleniami naszych współpracowników i pracowaliśmy nad tym by nasze przedsiębiorstwo było dla nich dobrym miejscem pracy. Oprócz działań socjalnych organizujemy w sklepach liczne akcje ekologiczne, racjonalizujemy zużycie energii i budujemy świadomość ekologiczną wśród naszych współpracowników.

Ale przede wszystkim, w roku 2013 jeszcze uważniej słuchaliśmy naszych klientów. Tylko w ten sposób możemy poznać i w pełni odpowiedzieć na ich potrzeby. Nasza oferta jest zbudowana odpowiedzialnie, w trosce o klienta i jego zadowolenie. O konkretnych działaniach przeczytają Państwo w niniejszym raporcie. Dziękuję, że byli Państwo z nami w roku 2013, dziękuję za zaufanie oraz zaangażowanie w wiele z wymienionych w Raporcie działań – bo przecież właśnie dla Was i razem z Wami je podejmujemy.

Z poważaniem,

MAREK SZEIB  
Dyrektor Generalny Auchan Polska

”

# Kalendarz ważnych wydarzeń Auchan 2013



## Spis treści

	str.
➤ Wypowiedzi Zarządu .....	2
➤ Rok 2013 w skrócie .....	5
➤ Auchan .....	6
➤ Odpowiedzialna firma .....	20
➤ Zrównoważony rozwój .....	30
➤ Miejsce pracy .....	32
➤ Rynek .....	46
➤ Otoczenie społeczne .....	60
➤ Środowisko .....	72
➤ O raporcie .....	84
➤ Tabela wskaźników Auchan, wskaźniki GRI - G4 .....	86



- Styczeń**
  - Podsumowanie roku 2012
  - Wyznaczenie kierunków strategicznych na rok 2013
- Luty**
  - Krajowe Forum Pracownicze
  - Wsparcie 6 nowych projektów lokalnych polskich organizacji i stowarzyszeń przez Fundację Auchan na rzecz młodzieży
  - Badanie „Słuchamy Klienta” Helios
  - Nagroda dla Auchan Wola
- Marzec**
  - Publikacja drugiego raportu Global Compact Communication on Progress za rok 2012
  - Grupa Auchan publikuje wyniki za rok 2012
  - Dystrybucja ankiety „Barometr Zaangażowania i Satysfakcji Pracowników”
  - Spotkanie Rady Valauchan International
  - Wielkanocna zbiórka żywności z Bankami Żywności
- Kwiecień**
  - Walne Zgromadzenie akcjonariuszy Valauchan International
  - Ogłoszenie nowej wartości akcji Valauchan International
  - Wręczenie „Oskarów” Auchan dla pracowników
- Maj**
  - 17. urodziny Auchan Polska
  - Urodzinowe Dni Dawców Szpiku w Auchan
  - Subskrypcja akcji Valauchan International
  - Trzecie Krajowe Forum Pracownicze
- Czerwiec**
  - Auchan Polska otrzymuje statuetkę Hermesa dla Auchan w kategorii Sieci Wielkopowierzchniowej
  - Ogłoszenie wyników Barometru Zaangażowania Pracowników
  - Imprezy z okazji Dnia Dziecka w sklepach Auchan
- Lipiec**
  - Lipcowa rejestracja Dawców Szpiku - DKMS, na ulicy Francuskiej (14 lipca - Święto Francji)
- Sierpień**
  - Grupa Auchan publikuje wyniki za pierwsze półrocze 2013 r.
  - Druga edycja projektu Strefa Aktywności Młodych w Częstochowie
  - Akcje dla Klientów – „Bezpieczny powrót do szkoły”
- Wrzesień**
  - Kampania „Zdrowo z Auchan” promująca zdrowe żywienie wśród dzieci i młodzieży
  - Krajowe Forum Pracownicze
  - Dwa ogólnopolskie konkursy
  - 1. urodziny portalu społecznościowego dla pracowników - my auchan
- Październik**
  - Wspólna akcja edukacyjna Carlsberg Polska i Auchan Polska – „Butelka zwrócona – przyroda chroniona”
  - Konkurs dla pracowników na najpiękniejszą dynię
  - Udział w akcji „Podziel się posiłkiem”
- Listopad**
  - Otwarcie Auchan Kraków Bronowice
  - Wspólna Akcja Auchan Żory i Urzędu Miasta „Segreguj śmieci”
  - Urodziny sklepów Auchan
- Grudzień**
  - Mikołajkowa rejestracja dawców szpiku z DKMS
  - Świąteczna zbiórka żywności z Bankami Żywności
  - Akcja charytatywna na rzecz SOS Wioski Dziecięce - sprzedaż misia



# GRUPA AUCHAN



Auchan to francuska sieć handlowa działająca w **15 krajach świata, na 3 kontynentach** (Europa, Azja i Afryka). Pierwszy sklep Auchan został otwarty w roku **1961** w Roubaix, w północnej Francji. Nazwa firmy wywodzi się od nazwy dzielnicy, w której otwarto sklep – Hauts Champs (fonetycznie: osza).

W styczniu roku 2014 Grupa Auchan łącznie zatrudniała **302 500 pracowników**,

skonsolidowane przychody Grupy Auchan po opodatkowaniu wzrosły 3,4% do **48,1 mld €**, przychody przed opodatkowaniem wzrosły o 4,1% do **62,1 mld €**.

Grupa Auchan działa w **pięciu głównych branżach**: hipermarketów (Auchan), supermarketów (Simply), galerii handlowych (Immochan), usług bankowych (Accord), innowacyjnych kanałów.

W roku 2013 Grupa Auchan plasowała się na **11 pozycji w rankingu największych światowych sieci handlowych** zgodnie z raportem firmy Deloitte: „Global Powers of Retailing 2013”.

**62,1 mld €** brutto

**302 500** pracowników

**774** hipermarkety

**817** supermarketów

**362** centra handlowe

**7,6 mln** klientów w banku Oney

**15,2 mln** klientów w handlu elektronicznym

## Rok 2013 – integracja z REAL

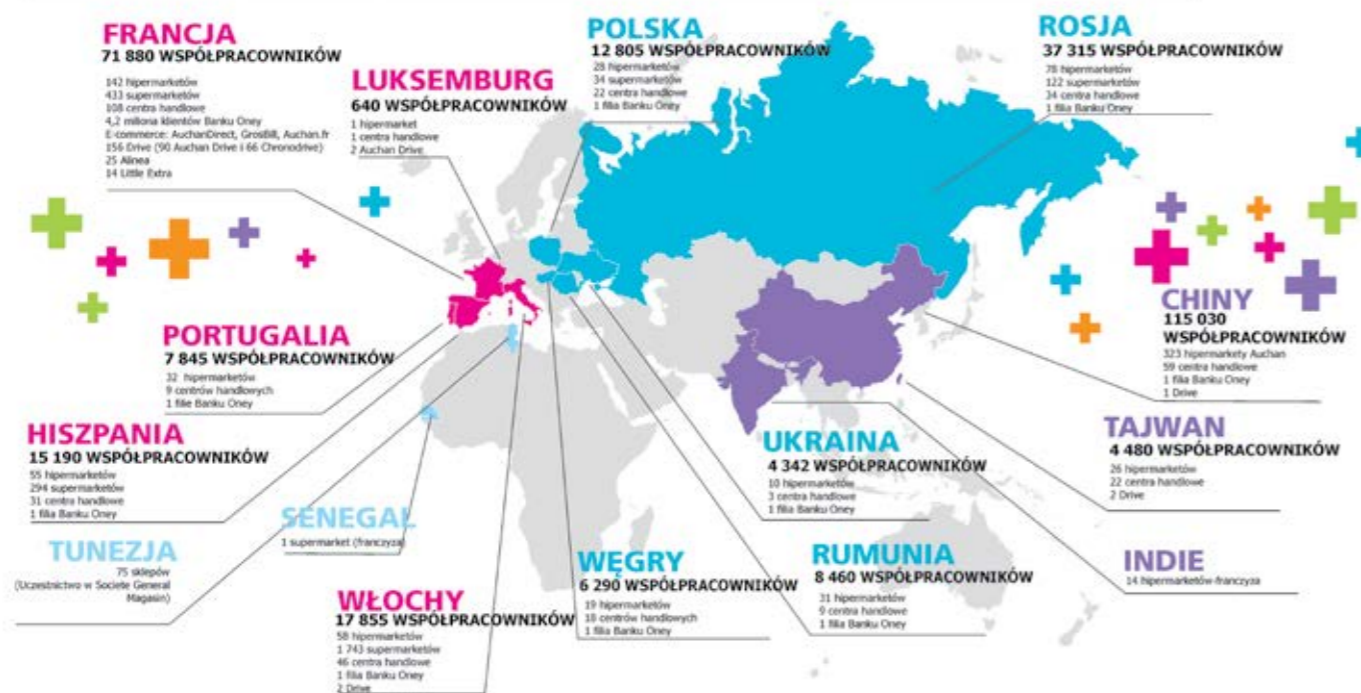
**30 listopada 2012 r.** Grupa Auchan podpisała porozumienie z niemieckim dystrybutorem Metro Group mające na celu cesję aktywności Real w Europie Centralnej i Wschodniej. Grupa Auchan ma przejąć działania operacyjne oraz aktywa nieruchomości odpowiednio w filiach Grupy Metro w Polsce, w Rumunii, w Rosji i na Ukrainie.



	Rumunia	12 września 2013	<b>20</b> hipermarketów i <b>6</b> centrów handlowych
	Ukraina	13 marca 2013	<b>2</b> hipermarkety
	Rosja	25 kwietnia 2013	<b>16</b> hipermarketów i <b>7</b> centrów handlowych
	Polska	06 lutego 2014	<b>57</b> hipermarketów



Na koniec 2013 r., Grupa Auchan jest obecna w 15 krajach, liczy 774 hipermarkety, 817 supermarketów zintegrowanych, 362 centra handlowe. Zatrudnia 302 525 współpracowników (31/12/2013).





# AUCHAN POLSKA - HIPERMARKETY

**11 000**  
współpracowników

**80%** umów na czas  
nieokreślony

**6 591** mld zł obrotu

### SKALA DZIAŁALNOŚCI

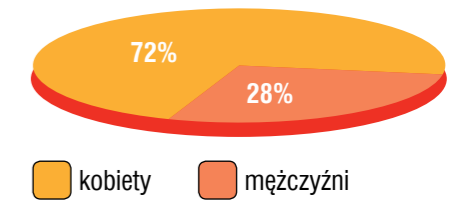
Pierwszy hipermarket Auchan w Polsce został otwarty **14 maja 1996 roku** w Piasecznie pod Warszawą, gdzie mieści się siedziba główna firmy. **30 listopada 2013 roku** Auchan otworzył **28. hipermarket** w Krakowie – Auchan Bronowice.

Dodatkowo Auchan Polska posiada trzy **centra logistyczne** w Wolborzu, Woli Bykowskiej i Grójcu oraz - wraz z firmą Schiever Polska - po 50% udziałów w czterech **centrach handlowych** w Legnicy, Zielonej Górze, Raciborzu i Wałbrzychu.

### ZATRUDNIENIE

**11 000** pracowników Auchan **80%** umów na czas nieokreślony **59%** kobiet na stanowiskach managerskich **262 tys.** godzin szkoleniowych

### PODZIAŁ PRACOWNIKÓW ZE WZGLĘDU NA PŁEĆ



### MISJA

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

### WIZJA

Wizją Auchan jest **zwiększanie siły nabywczej** i **podnoszenie jakości życia** jak największej liczby klientów wraz ze współpracownikami, którzy są odpowiedzialni, pracują z pasją i są szanowani.

### Naszymi priorytetami są:

Stuchanie współpracowników i klientów, siła ekipy, podejmowanie decyzji jak najbliższej klienta, poszukiwanie skutecznych rozwiązań długoterminowych z prostotą, zdrowym rozsądkiem i wymagająco.

### Nasze zobowiązania:

1. Postępujemy tak, aby pozostać najbardziej pożądanym pracodawcą dla naszych współpracowników.
2. Chcemy być ulubioną marką naszych klientów.
3. Jesteśmy odpowiedzialnym partnerem otoczenia społecznego.

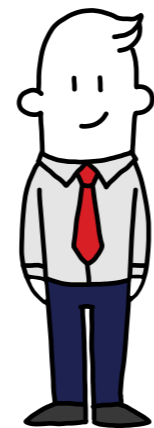
### STRUKTURA WŁASNOŚCI

Auchan jest firmą prywatną, nienotowaną na Giełdzie, jej właścicielami są **Stowarzyszenie Rodziny Mulliez (88%)** oraz **pracownicy Auchan (12%)** w ramach wprowadzonego przez założyciela firmy – Gerarda Mulliez – w roku 1977 akcjonariatu pracowniczego, zgodnie z zasadą partycypacji czyli udziału pracowników w wypracowanych przez firmę zyskach.

### STRUKTURA WŁASNOŚCI

**88%** Stowarzyszenie Rodziny Mulliez

**12%** pracownicy Auchan



# Historia Auchan Polska

## 1996

otwarcie pierwszego hipermarketu w Piasecznie pod Warszawą



## 1998

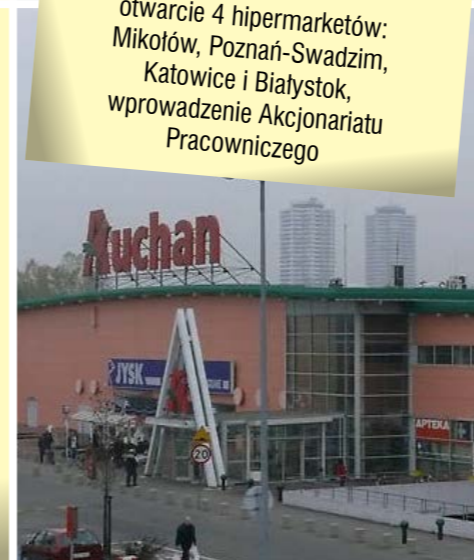
otwarcie centrum handlowego w Gdańsku i Auchan Modlińska w Warszawie

## 1999

otwarcie centrum handlowego w Sosnowcu

## 2000

otwarcie 4 hipermarketów: Mikołów, Poznań-Swadzim, Katowice i Białystok, wprowadzenie Akcjonariatu Pracowniczego



## 2001

kolejne centra handlowe powstają w Poznaniu - Komornikach, Płocku, Częstochowie, Bydgoszczy, Bielsku-Białej, Zielonej Górze (Schiever Polska) i Żorach, powstaje nowoczesne centrum logistyczne w Wolborzu, rozpoczyna swoją działalność platforma logistyczna dla owoców i warzyw w Grójcu, Bank Accord wprowadza kartę kredytową Auchan



## 2002

otwarcie największego w Polsce hipermarketu Auchan o powierzchni prawie 18 tys. m<sup>2</sup> w centrum handlowym Wola Park w Warszawie, otwarcie centrum handlowego w Legnicy (Schiever Polska)



## 2008

otwarcie centrum handlowego Auchan Kołbaskowo pod Szczecinem oraz Auchan Hetmańska w Białymstoku



## 2009

otwarcie centrum handlowego Auchan Bonarka w Krakowie

## 2003

otwarcie centrum handlowego we Wrocławiu, wprowadzenie programu lojalnościowego Skarbonka



## 2010

otwarcie centrum handlowego Auchan Gliwice



## 2004

otwarcie centrum handlowego w Wałbrzychu (Schiever Polska)



## 2006

wprowadzenie dla klientów najtańszej Karty VISA Auchan, otwarcie hipermarketu w Rzeszowie (Auchan Krasne)



## 2013

otwarcie hipermarketu w Krakowie (Auchan Bronowice), podpisanie umowy z Grupą Metro na zakup sieci Real (w tym w Polsce); postępowanie UOKiK.

## 2012

otwarcie hipermarketu w Łomiankach



## 2011

wprowadzenie nowej karty Skarbonka MasterCard, uruchomienie sklepu internetowego AuchanDirect.pl



# Firmy z Grupy Auchan obecne w Polsce

**Auchan**

**SIMPLY**  
MARKET

**oney**

**immochan**

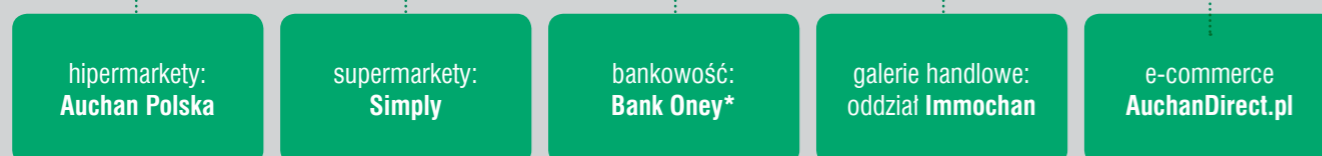
**Auchan Direct.pl**

Grupa Auchan prowadzi w Polsce działalność w 5 branżach (zawodach). Są to **hipermarkety** pod szyldem Auchan, **supermarkety** pod szyldem Simply, **bank konsumencki** pod szyldem Oney Bank, zarządza **galeriami handlowymi** poprzez oddział Immochan oraz prowadzi handel przez internet pod logo **AuchanDirect.pl**.



Starowiska banku Oney w hipermarkiecie Auchan Łomianki

## GRUPA AUCHAN W POLSCE



\*W sierpniu 2013 miała miejsce zmiana nazwy banku Accord na Oney.

### ROK 2013

24 hipermarkety Auchan  
4 hipermarkety Auchan Schiever  
3 centra logistyczne

27 supermarketów Simply Market  
20 centrów handlowych Immochan  
28 oddziałów Oney  
AuchanDirect - e-commerce - 1



## Oferta produktowa

Klienci znajdują w hipermarketach Auchan ponad **70 000** produktów spożywczych i przemysłowych. Firma rozwija także gamę produktów marki własnej, łączących wysoką jakość z korzystną ceną: produkty z logo Auchan, marka podniesionego kciuka oraz produkty BIO.

Budując swoją ofertę Auchan współpracowało z **15 000** dostawców, sklepy Auchan obsługiwały w roku 2013 średnio **5 000 - 10 000** klientów dziennie.



Zawsze najtaniej!



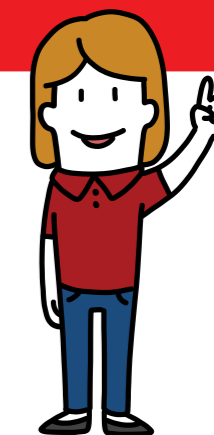
Super jakość po korzystnej cenie!



To co natura ma najlepsze!

## WSKAŹNIKI ZA ROK 2013

- 11 000 pracowników
- 1 500 dostawców
- 6,591 mld zł obrotów
- 60 000 produktów
- 5 000 - 10 000 klientów w sklepie dziennie (średnio)





# INTERESARIUSZE AUCHAN

Stabilny i zrównoważony rozwój firmy zależy od jej umiejętności zrozumienia i zaspokojenia oczekiwań istotnych dla niej grup, nazywanych interesariuszami. Pojęcie to zostało użyte po raz pierwszy w 1963 roku przez Stanford Research Institute.



Zgodnie z teorią interesariuszy (ang. stakeholders) istnieje szereg kryteriów definiujących tę grupę, takich jak: wzajemny wpływ, relacje, interes lub roszczenia. Istotą wszystkich podejść jest związek pomiędzy tymi grupami a firmą i osiągnięciem przez nią celów, oraz wyływające z tej relacji poczucie odpowiedzialności.

W wyniku wywiadów z pracownikami oraz prac warsztatowych towarzyszących

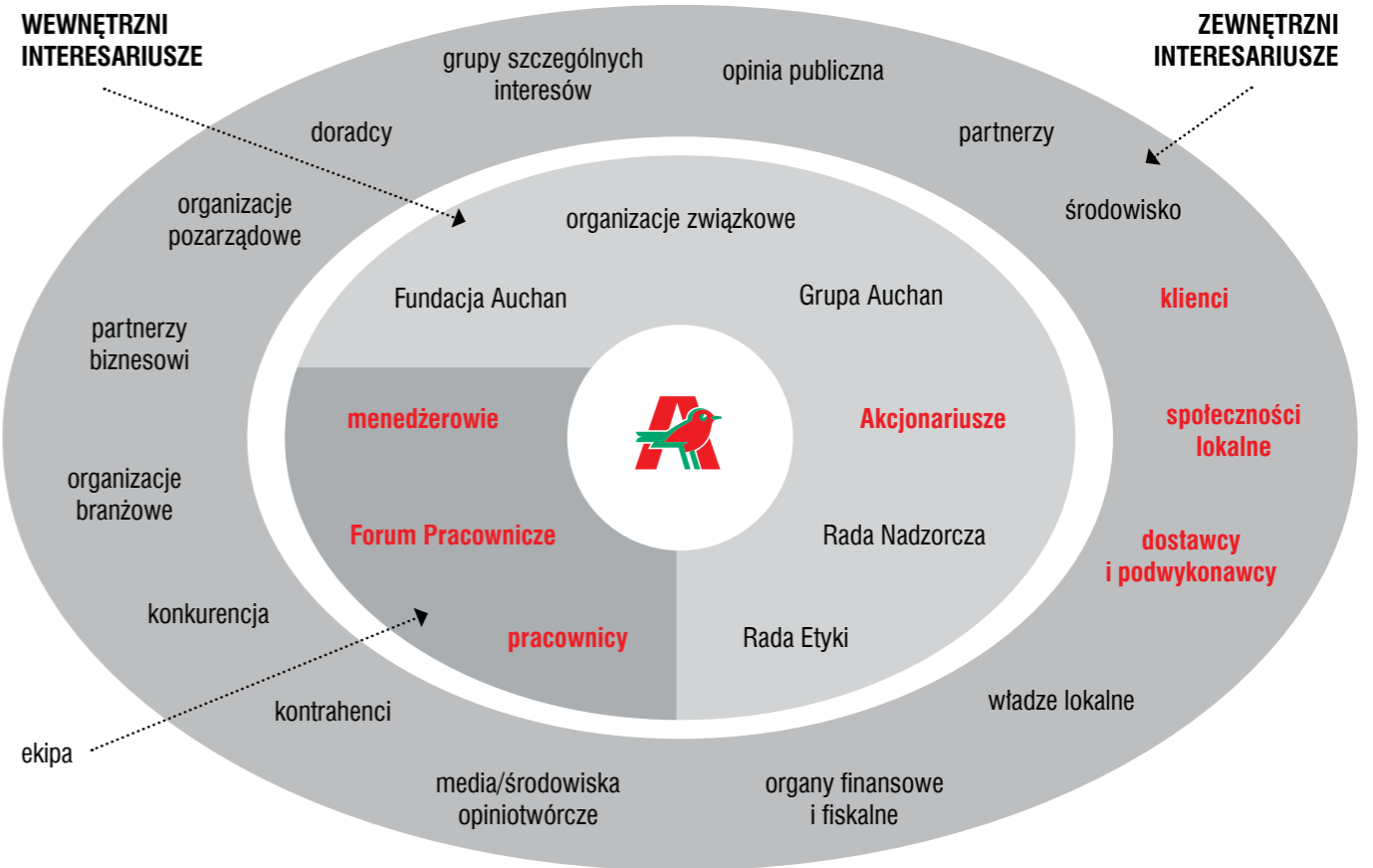
tworzeniu strategii zrównoważonego rozwoju Auchan, stworzyliśmy **mapę interesariuszy**, uwzględniając zarówno kontekst wewnętrzny jak i zewnętrzny organizacji i wyłoniliśmy najistotniejsze dla Auchan grupy – **kluczowych interesariuszy** Auchan. W swojej analizie oparliśmy się na stopniu zainteresowania danej grupy działalnością Auchan, wpływie jaki ta grupa wywiera na Auchan i temu, w jakim stopniu Auchan wpływa na daną grupę.



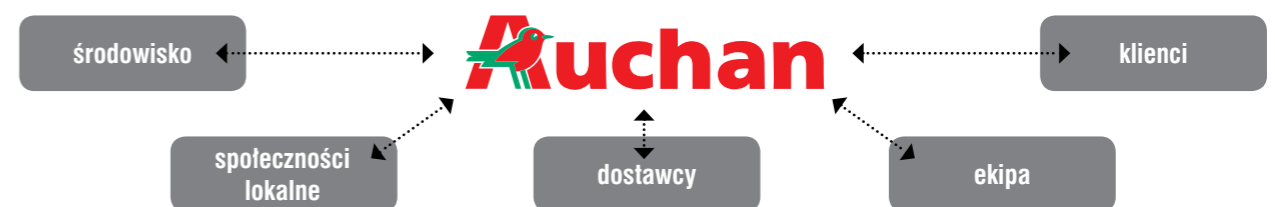
## Mapa interesariuszy Auchan

### INTERESARIUSZE AUCHAN

- pracownicy
- akcjonariusze
- klienci
- dostawcy i podwykonawcy
- konkurencja
- Rada Nadzorcza
- Rada Etyki
- Grupa Auchan
- społeczności lokalne
- władze lokalne
- doradcy
- opinia publiczna
- organy finansowe i fiskalne
- media/środowiska opiniotwórcze
- kontrahenci
- organizacje branżowe
- partnerzy biznesowi
- organizacje pozarządowe
- organizacje związkowe
- Rada Pracowników
- menedżerowie
- Fundacja Auchan
- grupy szczególnych interesów
- środowisko
- partnerzy



### KLUCZOWI INTERESARIUSZE



# Komunikacja z interesariuszami

Mapa interesariuszy Auchan stała się podstawą do stworzenia strategii budowania relacji i zarządzania relacjami z interesariuszami, których podstawą jest komunikacja. Konstruując mechanizmy komunikacji zadaliśmy o to, by miała ona charakter dwustronny, dając tym samym interesariuszom Auchan możliwość zaangażowania się w kształtowanie przyszłości firmy i zapewniając, iż dalszy rozwój Auchan będzie zgodny z oczekiwaniami pracowników, klientów, dostawców oraz społeczności lokalnych.

## KANAŁY KOMUNIKACJI Z KLUCZOWYMI INTERESARIUSZAMI AUCHAN:

PRACOWNICY	
<ul style="list-style-type: none"> <li>zebrania</li> <li>spotkania</li> <li>prezentacje</li> <li>tablice ogłoszeń</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>broszury</li> <li>portal społecznościowy MyAuchan</li> <li>newslettery</li> <li>Agora – kwartalnik pracowniczy</li> <li>Mag Auchan – filmy o istotnych w życiu Auchan wydarzeniach</li> <li>Forum Pracownicze</li> <li>badanie satysfakcji i zaangażowania pracowniczego</li> <li>raporty zrównoważonego rozwoju Auchan</li> </ul>



KLIENCI	
<ul style="list-style-type: none"> <li>happeningi i spotkania w sklepach</li> <li>komunikacja w sklepach Auchan</li> <li>akcje plakatowe w sklepach</li> <li>ulotki</li> <li>skrzynka kontaktowa na stronie www</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>gazetki</li> <li>internet</li> <li>informacje prasowe</li> <li>konkursy</li> <li>eventy</li> <li>grupy fokusowe</li> <li>badanie satysfakcji klientów</li> <li>raporty zrównoważonego rozwoju Auchan, Global Compact</li> </ul>

SPOŁECZNOŚCI LOKALNE	
<ul style="list-style-type: none"> <li>internet</li> <li>informacje prasowe</li> <li>projekty na rzecz społeczności i rozwiązywania problemów społecznych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>konkursy</li> <li>eventy</li> <li>ulotki związane z akcjami pomocy i zaangażowania społecznego Auchan</li> <li>skrzynka kontaktowa na stronie www</li> <li>raporty zrównoważonego rozwoju Auchan</li> </ul>



DOSTAWCY	
<ul style="list-style-type: none"> <li>okresowe spotkania z przedstawicielami handlowymi</li> <li>audyty</li> <li>listy</li> <li>e-mail</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>telefon</li> <li>prezentacje</li> <li>internet</li> <li>informacje prasowe</li> <li>ulotki i materiały edukacyjne</li> <li>skrzynka kontaktowa na stronie www</li> <li>raporty zrównoważonego rozwoju Auchan</li> <li>komunikaty prasowe</li> <li>prezentacja dobrych praktyk i rozwiązań</li> </ul>

# CZŁONKOSTWA I INICJATYWY

Auchan bierze udział w zewnętrznych inicjatywach i projektach na rzecz budowania odpowiedzialnego środowiska biznesowego i wywierania dodatniego wpływu na swoich interesariuszy, zarówno bliskich jak i dalszych, poprzez edukację, promowanie odpowiedzialnych standardów, akcje pomocowe i inne działania. Auchan jest członkiem Francuskiej Izby Przemysłowo-Handlowej, Polskiej Organizacji Handlu i Dystrybucji (POHiD) oraz sygnatariuszem Global Compact.



**GLOBAL COMPACT**

Pakt Organizacji Narodów Zjednoczonych Global Compact (GC) to jedna z najważniejszych inicjatyw na rzecz promowania odpowiedzialności korporacyjnej i zrównoważonego rozwoju na świecie. GC łączy działalność biznesową firm z dziesięcioma zasadami z zakresu praw człowieka, jakości miejsc pracy, środowiska i przeciwdziałania korupcji.

Wstępując do Global Compact w roku 2011 firma Auchan Polska zobowiązała się dążyć do zintegrowania zasad GC w swojej działalności biznesowej i do rocznego raportowania postępów na tej drodze, jak również promowania zasad GC i idei odpowiedzialnego biznesu.



## FRANCUSKA IZBA PRZEMYSŁOWO-HANDLOWA

Francuska Izba Przemysłowo-Handlowa w Polsce (CCIFP) jest stowarzyszeniem pracodawców zrzeszającym ponad 420 firm francuskich i polskich. Działa na rzecz interesów polskich i francuskich inwestorów pełniąc rolę platformy współpracy i wymiany doświadczeń biznesowych oraz najlepszych praktyk pomiędzy przedsiębiorcami. CCIFP aktywnie promuje odpowiedzialny biznes w Polsce z pomocą Komitetu CSR. Auchan aktywnie uczestniczy w pracach Komitetu. Komitet wypracował między innymi Deklarację Odpowiedzialnego Biznesu, którego jednym z pierwszych sygnatariuszy było Auchan Polska. Auchan dzieli się także swoimi doświadczeniami i dobrymi praktykami z innymi członkami CCIFP, w tym dotyczącymi raportowania społecznego.



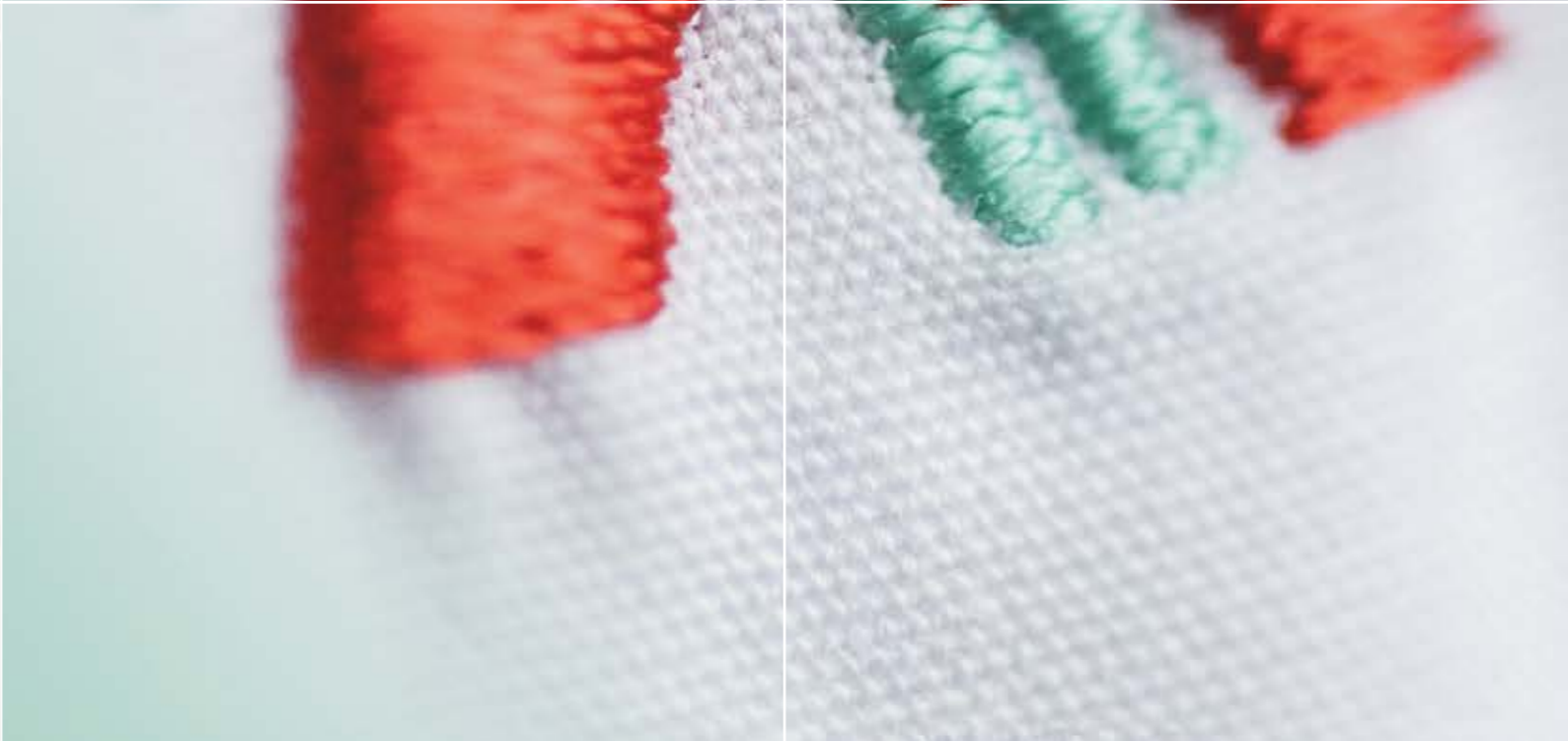
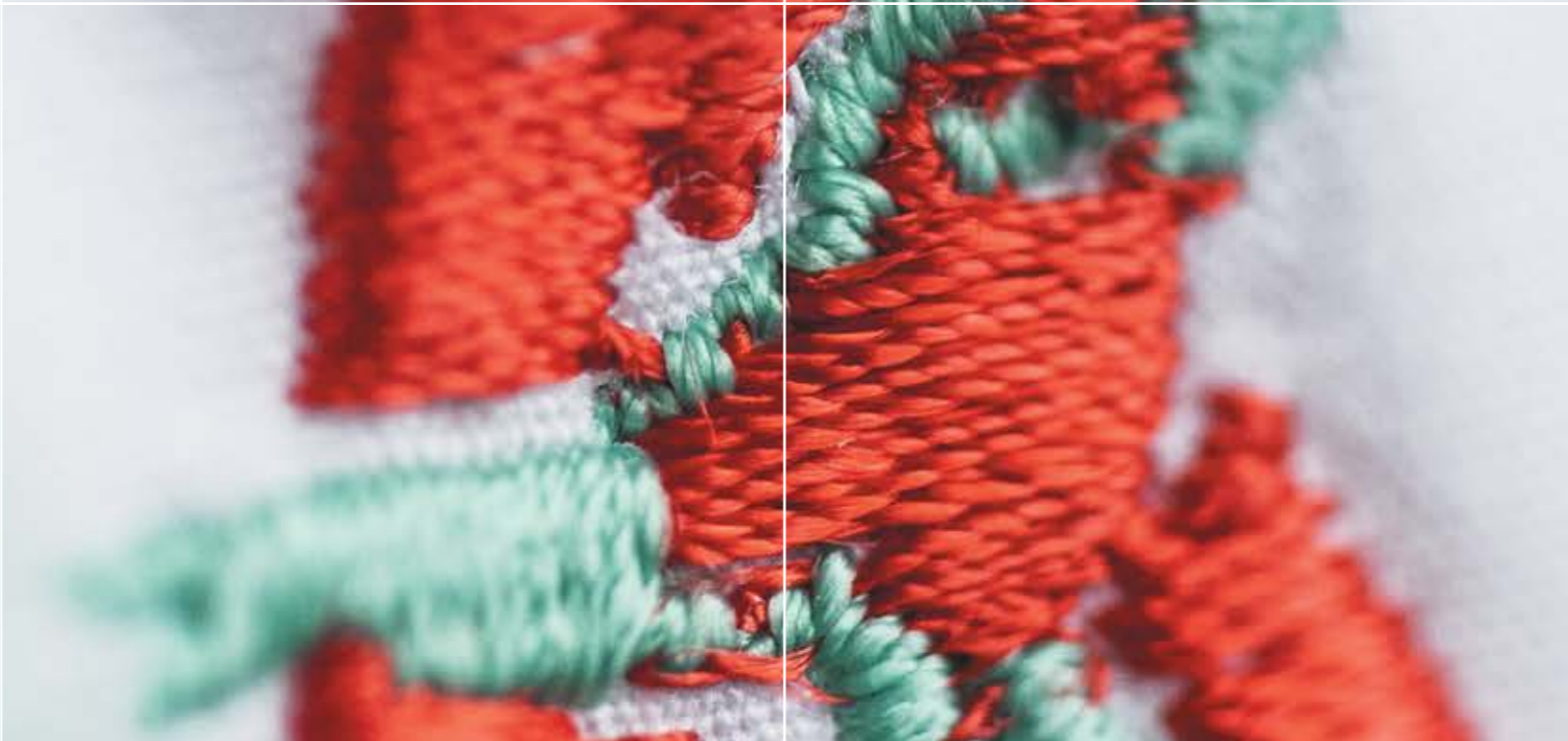
## POLSKA ORGANIZACJA HANDLU I DYSTRYBUCJI

Polska Organizacja Handlu i Dystrybucji (POHiD) jest związkiem pracodawców zrzeszającym firmy detaliczne i dystrybucyjne; działa czynnie na rzecz poprawy warunków dla rozwoju handlu w Polsce, wolnej konkurencji i swobodnego dostępu do rynku. POHiD podejmuje inicjatywy i działania dla promowania zasad zrównoważonego rozwoju, ochrony środowiska i zdrowia oraz bezpieczeństwa konsumentów, promuje etyczne standardy i zrównoważony rozwój. Sygnatariusze POHiD zobowiązani są do przestrzegania Kodeksu Dobrych Praktyk POHiD.





# Odpowiedzialna firma



**Odpowiedzialność** to dotrzymywanie danego słowa oraz poszanowanie przyjętych zobowiązań. Każdy z pracowników Auchan bierze odpowiedzialność za swoje działania względem:

**Autonomia** - każdy pracownik ma autonomię w swoim obszarze odpowiedzialności.

## Odpowiedzialność i autonomia

# PROGRAM ETYCZNY AUCHAN

Fundamentem rozwoju Auchan jest **etyka**. Jest ona standardem zarządzania, nierozłącznie związanym z rozwojem firmy. W Auchan funkcjonuje **Program Etyczny**, mający na celu zapewnienie odpowiedzialnego i transparentnego rozwoju. Jego elementy to: wartości i standardy postępowania, etyczne przywództwo – zarówno poprzez przykład jak i doradztwo, promowanie wspólnych wartości i wzorów zachowań, monitorowanie funkcjonowania programu i jego korekty.

### I. WARTOŚCI I STANDARDY

1. Wizja, misja, wartości, zobowiązania
2. Standardy postępowania: Kodeks Etyczny, Karta Etyki Zakupów, Kodeks Biznesu Grupy Auchan

### II. ETYCZNE PRZYWÓDZTWO

3. Dawanie przykładu
4. Rada Etyki

### III. NARZĘDZIA PROMOWANIA WARTOŚCI I WZORÓW ZACHWAŃ

5. Komunikacja
6. Edukacja
7. Uwrażliwianie
8. Szkolenie e-learningowe z relacji pracowniczych

### IV. MONITOROWANIE

9. Monitorowanie przestrzegania norm i wartości
10. Kanały zgłaszania nieprawidłowości
11. Komisja ds. Relacji Pracowniczych

### V. DOSKONALENIE

12. Opracowywanie zgłoszeń
13. Analiza i wyciąganie wniosków
14. Korekty programu etycznego i komunikowanych treści

## Wartości i standardy

### WIZJA, MISJA, WARTOŚCI, ZOBOWIĄZANIA

Wartości Auchan to **zaufanie, dzielenie się i postęp**. Wynikają one z wizji firmy i są niezmiennie ponad 50 lat. W procesie aktualizacji wizji Auchan, w wyniku prac warsztatowych, które objęły całą organizację, polscy współpracownicy dodali kolejne trzy wartości: **szacunek, odpowiedzialność i uczciwość**.

Wartości Auchan wytyczają kierunek rozwoju firmy i stanowią punkt odniesienia dla całej ekipy Auchan.

### STANDARDY ZACHWAŃ

Obowiązujące w Auchan **standardy zachowań**, których przestrzeganie jest warunkiem współpracy Auchan z partnerami, zapisane są w następujących dokumentach:

- **Kodeks Etyczny Współpracowników Auchan Polska** – dokument wewnętrzny dla Ekipy Auchan
- **Karta Etyki Zakupów Auchan Polska** – dokument zewnętrzny, reguluje zasady współpracy pomiędzy Auchan i dostawcami firmy, stanowi integralną część kontraktu handlowego
- **Kodeks Biznesu Grupy Auchan** – dokument zewnętrzny, reguluje zasady współpracy pomiędzy Auchan i partnerami firmy na poziomie Grupy Auchan

Dokumenty te w szczególowy sposób określają oczekiwania Auchan w stosunku do pracowników i partnerów. Nie są to dokumenty jednostronne - zobowiązując swoich partnerów do etycznego zachowania Auchan równocześnie zobowiązuje się do respektowania tych samych zasad, potwierdzając to zobowiązanie np. podpisem na Karcie Etyki.

Auchan prowadzi działalność w poszanowaniu dobrowolnie przyjętych **zasad i kodeksów** oraz organizacji i inicjatyw w których bierze udział, takich jak:

- **10 zasad Global Compact**
- **Kodeks Dobrych Praktyk POHiD**





## Etyczne przywództwo

### DAWANIE PRZYKŁADU

Zasadą obowiązującą w Auchan jest przekazywanie nie tylko informacji ale także doświadczeń i zachowań. Kadra menedżerska swoim zachowaniem **daje przykład** pracownikom, nadając ton całej organizacji w aspekcie **profesjonalnym i etyczno-moralnym**.

Uczestnicząc w odpowiedzialnych społecznie projektach i działaniach na rzecz interesariuszy Auchan (**Więcej w rozdziale „Otoczenie Społeczne”**) najwyższa kadra menedżerska zachęca pracowników do odpowiedzialnych i etycznych zachowań i wspólnie z nimi buduje **kulturę odpowiedzialności i dzielenia się**.

### RADA ETYKI

Rada Etyki to organ **doradczy i opiniotwórczy**, który wspiera **etyczny rozwój firmy** i dba o to, by jej wartości i normy były obecne w prowadzonej działalności biznesowej i życiu codziennym.

W skład Rady Etyki wchodzi stali członkowie oraz niezależni eksperci. Stali członkowie Rady to: Dyrektor Generalny (Przewodniczący Rady), Dyrektor HR, Dyrektor Komunikacji, Dyrektor ds. Szkoleń, Przedstawiciel Załogi – członek Forum Pracowniczego, Dyrektor sklepu, Senior manager Zasobów Ludzkich w sklepie 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).

Każdy z pracowników Auchan Polska może zasięgnąć opinii Rady zgłaszając nurtujące go zagadnienie czy problem na Forum Pracowniczym. Rada opiniuje także nowe projekty, wysłuchuje podsumowań z działalności Fundacji Auchan i omawia bieżące kwestie etyczne.

## Narzędzia promowania wartości i wzorów zachowań

### KOMUNIKACJA I STYL MANAGEMENTU

Ważnymi elementami Programu Etycznego firmy oraz narzędziem budowania kultury organizacyjnej opartej na wartościach Auchan są **komunikacja i styl managementu**.

Za pośrednictwem kanałów komunikacji bezpośredniej (**Więcej w rozdziale „Miejsce Pracy”**) i pośredniej ekipie Auchan przekazywane są podstawowe informacje nie tylko o charakterze handlowym, ale także te dotyczące zrównoważonego rozwoju i ładu korporacyjnego.

Styl managementu to relacje oparte na **prostocie, słuchaniu, przekazywaniu wiedzy**, dawaniu przykładu, **byciu blisko z pracownikiem**.

Dzięki nim każdy z pracowników Auchan, niezależnie od sklepu w którym pracuje czy zajmowanego stanowiska, zna etyczne przesłanie firmy oraz może poznać odpowiedzialne działania i projekty realizowane przez swoich kolegów, zarówno w Polsce jak i za granicami.

### EDUKACJA

Auchan prowadzi **edukację etyczną** pracowników, oferując im szkolenia tradycyjne i e-learningowe z zakresu **etyki**. Każdy z pracowników Auchan zobowiązany jest ukończyć e-learningowe szkolenie „**Etyka**”, zakończone testem wiedzy. W roku 2013 pracownicy Auchan brali także udział w szkoleniu „**Czysta ręka**”, prowadzonym przez Instytut Kościuszki. W szkoleniu wzięło udział 100% pracowników Centrali Zakupów.

W roku 2013 rozpoczęto **komunikację o przeciwdziałaniu korupcji**, temat był prezentowany na Radzie Etyki i Komitecie Dyrekcyjnym oraz na forum Grupy Auchan, na posiedzeniu Dyrektorów Generalnych i przewodniczących Rad Nadzorczych wszystkich krajów. Został wystosowany List Prezesa Vianney Mulliez'a o ważności tematu zaś wszystkie kraje zostały zobowiązane do przeprowadzenia diagnozy stanu obecnego w każdym kraju, zgodnie z zaleceniami Global Compact dotyczącymi 10. zasady (Przeciwdziałanie korupcji). Na 2014 Grupa planuje aktualizację Kodeksu Biznesowego oraz wydanie kodeksu postępowania.

W roku 2014 stworzony zostanie dodatkowy moduł szkoleniowy - „**Przeciwdziałanie korupcji**”, stanowiący element Programu Etycznego Auchan. Będzie to kolejne ze szkoleń obowiązkowych dla całej ekipy Auchan, zaplanowanych na drugą połowę 2014 roku.

### UWRAŻLIWIANIE

Poprzez edukację i komunikację Auchan nie tylko dostarcza wiedzy i informacji ale także uwrażliwia pracowników na problemy innych, wierząc że sama wiedza bez chęci zmieniania świata na plus jest pusta.

Auchan uczy pracowników dostrzegania innych, rozumienia ich sytuacji i problemów i zachęca do zaangażowania na rzecz społeczności lokalnych, osób wykluczonych i potrzebujących, chorych i dzieci (**Więcej w rozdziale „Społeczność”**) w realizację projektów Fundacji Auchan i sklepów.



# Monitorowanie

## MONITOROWANIE PRZESTRZEGANIA NORM I WARTOŚCI

Monitorowanie zgodności odbywa się poprzez **kadre menedżerską** oraz **Dział Audytu**.

Menedżerowie firmy są odpowiedzialni za to by wartości i zasady były respektowane w podległych im zespołach i promują je w codziennym życiu poprzez **styl zarządzania** i **dialog**.

Dział Audytu monitoruje na bieżąco wrażliwe na ryzyko nadużyć obszary - zdefiniowane na podstawie badania organizacji - oznakowane czerwonymi flagami.

W bieżącym funkcjonowaniu firmy wszelkie przekroczenia norm są bezpośrednio zgłaszane do przełożonego i na bieżąco rozwiązywane. Informacja o incydentach wraz z trybem postępowania i zaleceniami w zakresie uszczelnienia systemu trafia do komórek narażonych na analogiczne ryzyko, celem jego wyeliminowania.

## KANAŁY ZGŁASZANIA NIEPRAWIDŁOWOŚCI

Edukacja, komunikacja i etyczne przywództwo kształtują wiedzę i świadomość pracowników, uwrażliwiają ich na problem etyki, wartości i norm, oraz ewentualne naruszenia.

Każdy z pracowników Auchan jest i czuje się odpowiedzialny za etyczny rozwój firmy.

Pracownicy mogą **sygnalizować** ewentualne **nieprawidłowości bezpośrednio** (przełożonemu, Dyrektorowi ds. HR, Dyrektorowi ds. Komunikacji, Zarządowi lub przedstawicielom Forum Pracowniczego) lub za pośrednictwem **skrzynek** znajdujących się w każdym sklepie Auchan, ulokowanych w miejscach zapewniających sygnaliście pełną anonimowość.



# Doskonalenie

## OPRACOWYWANIE ZGŁOSZEŃ

Zgłoszone nieprawidłowości są opracowywane na bieżąco przez osoby, do których one wpłynęły lub dział audytu czy HR. Zgłoszenia są opracowywane z zachowaniem najwyższej poufności.

## ANALIZA I WYCIĄGANIE WNIOSKÓW

Analiza sytuacji prowadzona jest **na bieżąco**, na bieżąco wyciągane są **wnioski** i prowadzone **działania naprawcze**. W proces zaangażowane są osoby kompetentne w zakresie przedmiotu zgłoszenia, dodatkowo mogą one skorzystać ze wsparcia

i wiedzy Rady Etyki przy analizie i wydawaniu rekomendacji, co do działań korygujących. Na bieżąco podejmowane są działania naprawcze i neutralizujące, **dotyczące zgłoszonej sytuacji** i prowadzona komunikacja do stosownych komórek organizacji obciążonych analogicznym ryzykiem, mająca na celu uszczelnienie systemu.

## KOREKTY SYSTEMU

Skuteczny system etyczny nie może być wyłącznie zbiorem zapisanych niegdyś zasad. **Musi rozwijać się** wraz z firmą oraz jej otoczeniem by odpowiadać na nowe sytuacje i problemy.

**Niezmienny** pozostaje jedynie **fundament – zapisane w wizji zasady**, na których Auchan buduje swój rozwój. Inne elementy systemu ulegają modyfikacjom by odzwierciedlać sytuację firmy czy charakter zgłoszeń. Na przykład Kodeks Etyczny Pracowników Auchan Polska został poszerzony o 'netykiety' – zbiór zasad obowiązujących w portalu społecznościowym MyAuchan.

**Tym samym organizacja nieustannie uczy się, zmienia i ulepsza.**

# PRZECIWDZIAŁANIE KORUPCJI

Jako sygnatariusz Global Compact firma Auchan podjęła zobowiązanie do zintegrowania dziesięciu zasad GC z zakresu odpowiedzialnego biznesu ze swoją strategią biznesową i codziennymi operacjami. Korupcja jest jednym z ważkich czynników hamujących rozwój zarówno światowych gospodarek, jak i przedsiębiorstw i organizacji na całym świecie. Szacuje się, że przynosi światowej

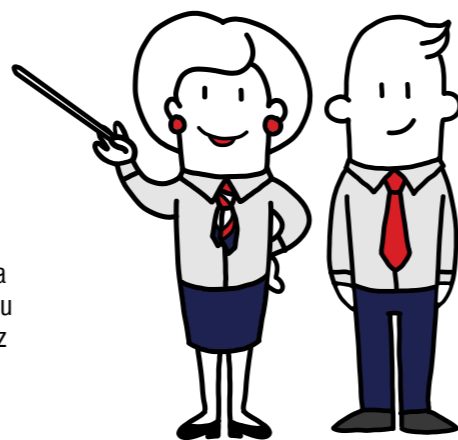
gospodarce straty w wysokości ok. 1,5 biliona dolarów rocznie, zaś straty przeciętnej firmy to ok. 5% przychodów. Światowy kryzys, którego skutki nadal odczuwamy, unaocznili jak wielką wagę ma walka z tym zjawiskiem.

Dlatego **Global Compact** wraz z **Transparency International** stworzyły wytyczne do **10. zasady Global Compact**:

**Przeciwdziałanie korupcji we wszystkich formach, w tym wymuszeniom i łapówkarstwu** - Reporting Guidance on the 10th Principle Against Corruption. Są to szczegółowe wskazówki, łącznie tworzące kompleksowy program antykorupcyjny. Ma on ochronić przed zagrożeniem korupcji i jej skutkami zarówno same firmy jak i - w rezultacie - całe gospodarki.

## Zero tolerancji dla Korupcji

W Auchan Polska obowiązuje zasada „**Zero tolerancji dla korupcji we wszystkich formach i przejawach**”. Firma buduje swój rozwój w zrównoważony sposób, na fundamencie etyki. W roku 2013, wierna swojemu zobowiązaniu do etycznego działania i zintegrowania zasad GC ze swoją działalnością, firma Auchan rozpoczęła prace nad stworzeniem **Programu Antykorupcyjnego** o tej nazwie. Celem programu jest nadanie najwyższego priorytetu zasadom antykorupcyjnym, stosowanym przez Auchan Polska w strategii zarządzania i strategii biznesowej.



### ETAPY WDRAŻANIA PROGRAMU ANTYKORUPCYJNEGO:



W roku 2013 w Auchan przeprowadzone zostało **badanie odporności na korupcję**. Badaniem zostały objęte wszystkie stanowiska menedżerskie w firmie. Badane były: zrozumienie zjawiska korupcji, znajomość procedur i mechanizmów przeciwdziałania oraz wrażliwość emocjonalna na korupcję. Stworzony został także dodatkowy model szkoleniowy: „**Antykorupcja**”.

Na rok 2014 zaplanowano stworzenie **polityki antykorupcyjnej** i polityk szczegółowych (**Konfliktu interesów** i **Wręczania i przyjmowania upominków: gift policy**, oraz **klauzuli antykorupcyjnej**, zakomunikowanie systemu zgłaszania nadużyć. Będzie prowadzona kampania komunikacyjno-informacyjna. Szczegółowe informacje na temat programu antykorupcyjnego Auchan Polska znajdują Państwo w naszym raporcie Global Compact Communication on Progress 2013. ➔

# ZARZĄDZANIE FIRMA



## Zarządzanie i nadzór

Zarządzanie i nadzór nad firmą odbywa się za pośrednictwem:

- 1. Komitetu Dyrekcyjnego Auchan Polska**
- 2. Rady Nadzorczej**
- 3. Komitetu Wykonawczego** (poziom Grupy Auchan)

W gestii **Komitetu Dyrekcyjnego** spoczywa reprezentowanie spółki i kierowanie działalnością operacyjną spółki - wyznaczanie celów i zapewnienie ich realizacji. Prace Komitetu Dyrekcyjnego koordynuje Dyrektor Generalny Auchan Polska. Funkcję Dyrektora Generalnego pełni Pan Marek Szeib.

**Rada Nadzorcza** sprawuje bieżącą pieczę nad działalnością i rozwojem

firmy a także sprawuje funkcję kontrolną nad działaniami Komitetu Dyrekcyjnego. Wydaje ona opinie i oceny dotyczące konkretnych aspektów funkcjonowania firmy. Funkcję Przewodniczącego Rady Nadzorczej pełni Pan Francois Colombie.

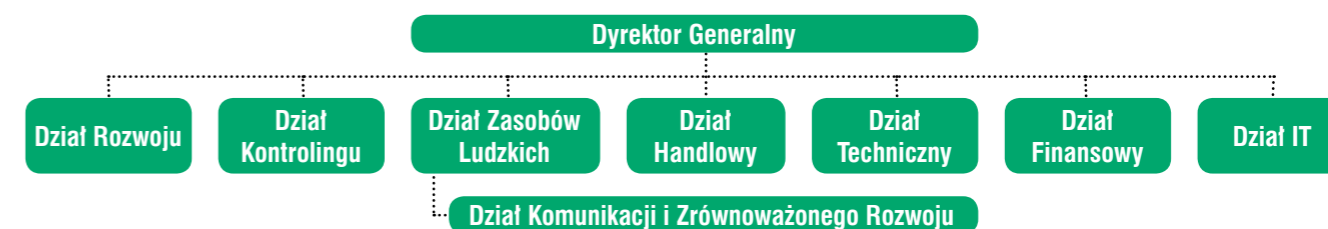
**Komitet Wykonawczy Grupy Auchan** składa się z 8 członków. Jego rolą jest realizowanie wizji Auchan i zapewnienie zgodności rozwoju firmy z wartościami korporacyjnymi Grupy. Komitet Wykonawczy przedstawia propozycję strategii rozwoju Auchan, wspiera rozwój zasobów ludzkich i finansowych firmy a także prowadzi globalne projekty grupy. Funkcję Przewodniczącego Komitetu Wykonawczego pełni Pan Vianney Mulliez.

### DOKUMENTY

Podstawowymi wewnętrznymi dokumentami regulującymi funkcjonowanie Auchan są:

- Wizja Grupy Auchan i Auchan Polska
- Kodeks Etyczny Współpracowników Auchan Polska
- Karta Etyki Zakupów Auchan Polska
- Kodeks Biznesu Grupy Auchan
- Regulamin wewnętrzny
- Polityki dotyczące wybranych obszarów funkcjonowania firmy i jej działalności
- Normy BHP
- Procedura zarządzania sytuacjami kryzysowymi

### STRUKTURA OPERACYJNA AUCHAN POLSKA



# ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ

W roku 2005 w firmie Auchan Polska stworzona została strategia zrównoważonego rozwoju. Jej cztery obszary to **miejsce pracy, rynek, otoczenie społeczne** oraz **środowisko**.

Cele polityki zrównoważonego rozwoju Auchan są następujące:

<b>MIEJSCE PRACY</b>	<b>Stworzyć dobre miejsce pracy, być szkołą sukcesu dla pracowników.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• program akcjonariatu pracowniczego</li> <li>• szkolenia ogólne i zawodowe</li> <li>• podnoszenie kwalifikacji</li> <li>• indywidualny rozwój (program Talenty)</li> <li>• odpowiedzialność i autonomia</li> <li>• promocja wewnętrzna</li> <li>• szacunek</li> <li>• dobre warunki pracy</li> <li>• dzielenie się informacjami</li> <li>• wolontariat pracowniczy</li> <li>• monitorowanie satysfakcji i zaangażowania pracowników</li> </ul>
<b>RYNEK</b>	<b>Budować przejrzyste i uczciwe relacje z partnerami biznesowymi.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• dostępność cenowa oferty</li> <li>• jakość i bezpieczeństwo</li> <li>• monitorowanie satysfakcji klientów</li> <li>• rozwój marek własnych</li> <li>• oferta EKO i BIO</li> <li>• odpowiedzialne, przejrzyste relacje z partnerami biznesowymi</li> <li>• odpowiedzialny marketing</li> <li>• efektywne zarządzanie łańcuchem dostaw</li> <li>• dzielenie się wiedzą i promowanie odpowiedzialnych praktyk biznesowych</li> <li>• odpowiedzialność w całym łańcuchu wartości</li> </ul>
<b>OTOCZENIE SPOŁECZNE</b>	<b>Być firmą solidarną, poprzez wsparcie dla grup, znajdujących się w trudnej sytuacji.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• działalność Fundacji Auchan</li> <li>• wspieranie społeczności lokalnych</li> <li>• partnerstwa na rzecz rozwiązywania problemów społecznych i wyrównywania szans</li> <li>• uczestnictwo w życiu lokalnym</li> <li>• dialog i współdziałanie</li> </ul>
<b>ŚRODOWISKO</b>	<b>Wzmacniać pozytywny i zmniejszać negatywny wpływ na środowisko w całym łańcuchu wartości.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• racjonalizacja zużycia materiałów, energii i wody</li> <li>• redukcja zanieczyszczeń</li> <li>• wykorzystanie pro-środowiskowych technologii</li> <li>• rozwój kategorii produktów energooszczędnych</li> <li>• propagowanie zdrowego trybu życia</li> <li>• budowanie świadomości ekologicznej pracowników</li> <li>• recykling</li> <li>• Eko-Sklepy</li> <li>• Eko-mebel – segregacja i recykling z klientami</li> </ul>



ŚRODOWISKO

OTOCZENIE SPOŁECZNE

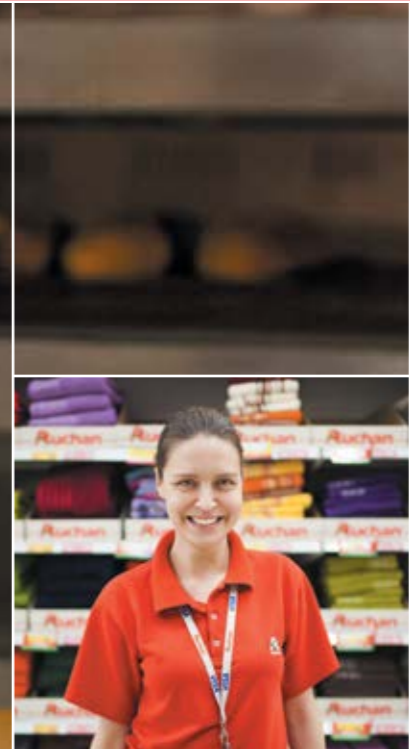
MIEJSCE PRACY

RYNEK

O konkretnych działaniach, które podejmujemy w każdym z czterech obszarów strategii zrównoważonego rozwoju mogą Państwo przeczytać w rozdziałach: **Miejsce pracy**, **Rynek**, **Otoczenie społeczne**, **Środowisko**.



# Miejsce pracy



# STRATEGIA W OBSZARZE MIEJSCA PRACY

Zaufanie, dzielenie się i postęp to podstawowe, wpisane w Wizję Auchan, wartości. Nasi współpracownicy dopisali do nich kolejne: odpowiedzialność, szacunek i uczciwość. Wartości to podstawa działania naszego przedsiębiorstwa.

W Auchan odpowiedzialność przekłada się na wyniki, na zaangażowanie ekip oraz ich rozwój. Budujemy potencjały na przyszłość opierając się na wewnętrznych promocjach, szkolimy pracowników i zachęcamy do uczestnictwa w programach rozwoju kompetencji. W relacjach z klientem i z naszymi współpracownikami szacunek jest podstawą managementu. Uczciwość i transparentne działanie, to fundament Programu Etycznego, który od 2006 roku rozwijamy w Auchan Polska. Naszym celem jest stworzenie dobrego miejsca pracy – takiego, w którym pracownicy będą czuli się bezpiecznie, będą szkolić się i rozwijać w pozytywnej atmosferze i w prostych, bliskich relacjach. Management oparty właśnie na bliskości z pracownikiem, na byciu w terenie, blisko klienta i ekipy – to DNA Auchan, któremu jesteśmy wierni. Wierzymy, że podjęte działania niosą korzyść w perspektywie długofalowej. Inwestujemy w rozwój naszych pracowników, mamy do nich zaufanie i powierzamy im odpowiedzialność w zakresie handlu i zarządzania. Stawiamy na skuteczną komunikację, dialog i prostotę relacji pomiędzy pracownikiem i przełożonym. Dzielenie się oznacza nie tylko szkolenia, ale przede wszystkim udział pracowników we wspólnie wypracowanym wyniku przedsiębiorstwa. Program akcjonariatu pracowniczego, unikalny na polskim rynku pracy, jest naszą dumą. W 2014 roku 99% pracowników stało się akcjonariuszami przedsiębiorstwa – uważam to za największy sukces i dowód zaufania ze strony ekipy.

**Elżbieta Siemicka**

Dyrektor ds. Zasobów Ludzkich Auchan Polska



## Cel

Nasz cel w tym obszarze to **budować różnice w relacjach międzyludzkich i dbać o rozwój współpracowników**. Wierzymy, że to właśnie dzięki nim budujemy zrównoważony i stabilny rozwój całej firmy i jej ekipy.

W Auchan pracownik jest najważniejszą osobą w przedsiębiorstwie. Postępujemy tak, aby pozostać najbardziej pożądanym

pracodawcą dla każdego współpracownika, doceniając różnorodność, wspierając rozwój zawodowy, stosując awans wewnętrzny i management bliskości, gwarantując właściwe warunki pracy, proponując adekwatne wynagrodzenie i dzieląc się owocami postępu i wzrostu zysku.

Z wizji Auchan wynikają podstawowe wartości: **dzielenie się, zaufanie, postęp, szacunek, odpowiedzialność i uczciwość**. Znajdują one odzwierciedlenie

w Polityce Zasobów Ludzkich i stylu zarządzania. Dzięki nim budujemy miejsce pracy oparte na równości w zatrudnieniu i rozwoju, szacunku do siebie nawzajem, naszych klientów i partnerów, poczuciu solidarności z potrzebującymi i pokrzywdzonymi przez los. Razem budujemy sukces Auchan jako firmy i razem cieszymy się owocami wspólnej pracy przez partycypację w wynikach firmy w ramach programu Akcjonariatu Pracowniczego.

## Zarządzanie obszarem

Auchan Polska prowadzi działalność w zgodzie z **obowiązującymi w Polsce aktami prawnymi**, takimi jak Kodeks Pracy, zbiór aktów normatywnych dotyczących bezpieczeństwa i higieny pracy (BHP), ustawa o związkach zawodowych oraz dyrektywy UE.

Sferę miejsca pracy regulują następujące **dokumenty wewnętrzne**:

- Polityka Zarządzania Zasobami Ludzkimi
- Regulamin wewnętrzny Auchan
- Regulamin wynagrodzeń

Elementami polityki zarządzania zasobami ludzkimi są:

**RÓWNOŚĆ** - równe traktowanie w zatrudnianiu i rozwiązywaniu stosunku pracy, jednakowe warunki zatrudnienia, równe szanse awansu i dostępu do szkoleń

### SŁUCHANIE I SZACUNEK

- budujemy zaangażowanie i dumę z pracy w Auchan poprzez wzajemne słuchanie i szacunek w trakcie zebrań i spotkań z pracownikami

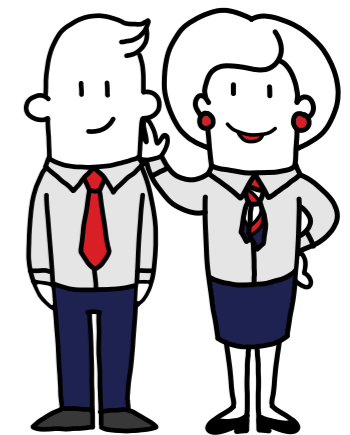
**SKOLENIA** - rozwijamy pasję do produktu szkoląc siebie i innych; codzienny management bliskości buduje w czasie nasz profesjonalizm; każdy ma szansę rozwoju

### STAWIANIE WYZWAŃ

- podejmujemy ryzyko, mamy prawo do inicjatywy, porównujemy się, żeby mieć lepsze rezultaty

### ODPOWIEDZIALNOŚĆ ZA WYNIKI

- budujemy codziennie nasze wyniki; mamy autonomię na określonym terytorium i pełną odpowiedzialność



### WSKAŹNIKI

Miarami, jakie stosujemy w tym obszarze są: **wskaźnik zaangażowania** w Barometrze zaangażowania pracowników, **liczba pracowników – akcjonariuszy**, liczba **niepełnosprawnych pracowników**, liczba **stażystów**, **liczba zebrań i spotkań**, liczba **szkoleń**, liczba **godzin szkoleniowych**.



**Szacunek, równość, różnorodność, odpowiedzialność i autonomia**

# DOBRE PRAKTYKI W MIEJSCU PRACY

1

## ZATRUDNIENIE

- Program „Równe szanse w zatrudnieniu”
- Integracja osób niepełnosprawnych
- Programy stażowe
- Współpraca z Urzędami Pracy

2

## INTEGRACJA NOWYCH PRACOWNIKÓW

- Wizja, wartości
- ABC Pracownika
- Kodeks Etyczny
- Regulamin Pracy

3

## PRZYWÓDZTWO I WSPARCIE

- Etyczne przywództwo
- Styl zarządzania
- Rada Etyki

4

## DOBRE MIEJSCE PRACY

- Dobre warunki pracy
- Świadczenia pracownicze
- Czas pracy
- BHP

5

- Komunikacja (dialog, dzielenie się informacjami, portal społecznościowy pracowników Auchan, Forum Pracownicze)
- Komisja ds. Relacji Pracowniczych

6

## ROZWÓJ

- Podnoszenie kwalifikacji
- Szkolenia ogólne i zawodowe
- Bilanse zawodowe
- Indywidualne ścieżki kariery
- Program mentoringu „Talenty”
- Promocja wewnętrzna

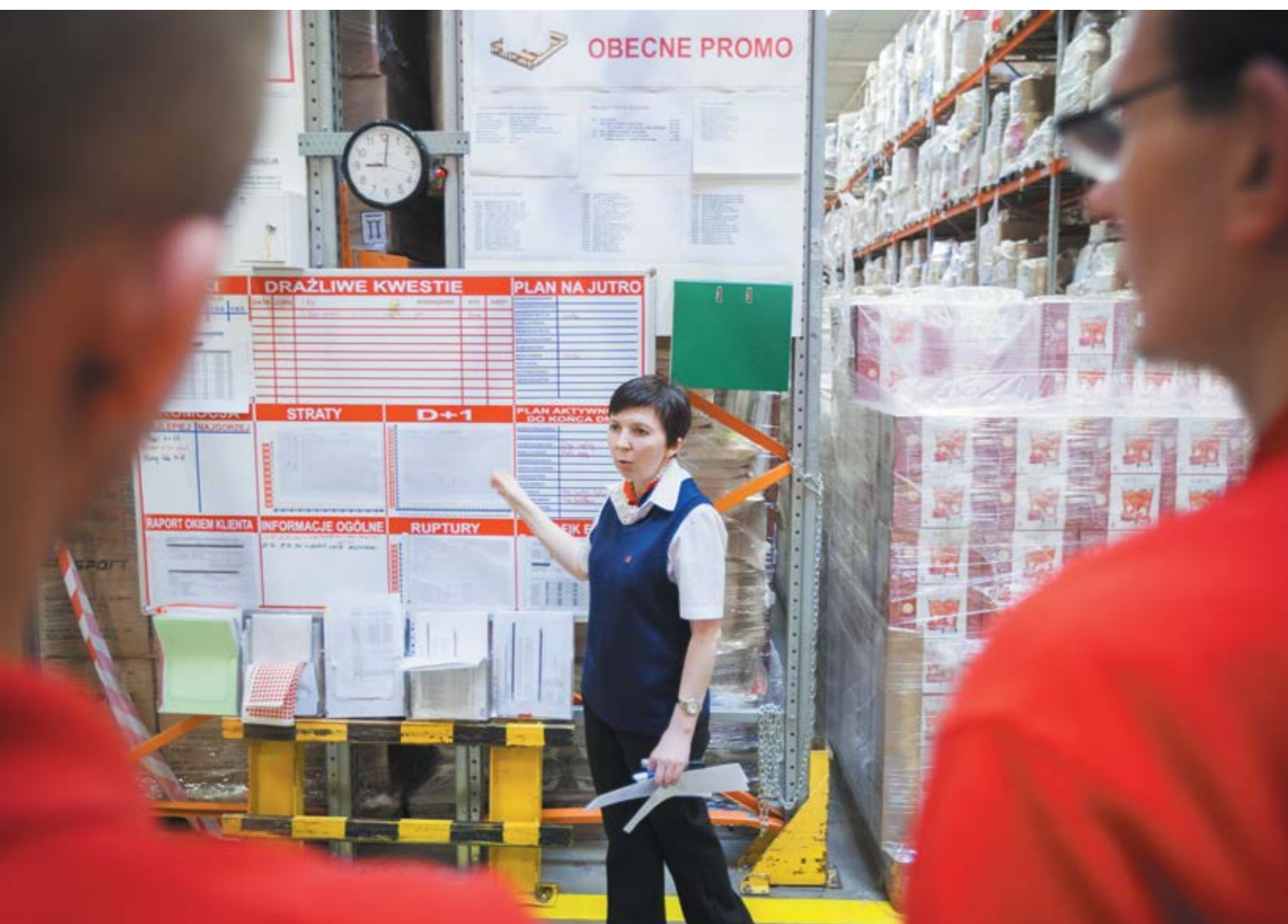
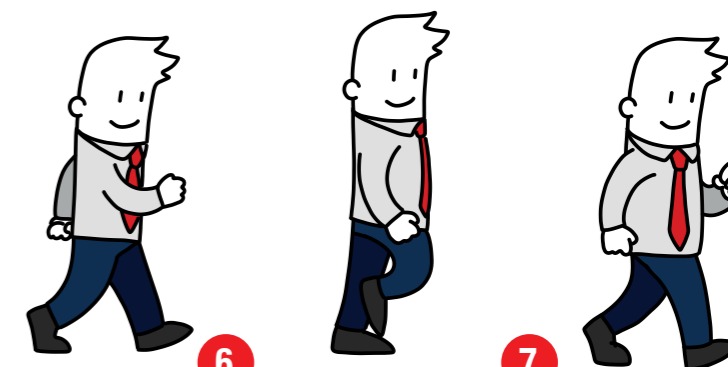
7

## SŁUCHANIE

- Słuchanie pracowników
- Praca nad obszarami wskazanymi przez pracowników

## DZIELENIE SIĘ

- Premia za progresję
- Partycypacja w wypracowanym wyniku
- Akcjonariat pracowniczy



## Zatrudnianie

W polityce zatrudnienia, jak i całej polityce HR, Auchan kieruje się **zasadą równości**. Zapisy dotyczące **przeciwdziałania dyskryminacji** znalazły się w Regulaminie (par. 8, pkt 12). Gwarantuje on równe traktowanie każdemu, bez względu na płeć, wiek, rasę, niepełnosprawność, religię, narodowość, przekonania polityczne, pochodzenie etniczne, wyznanie i inne kryteria różnorodności.

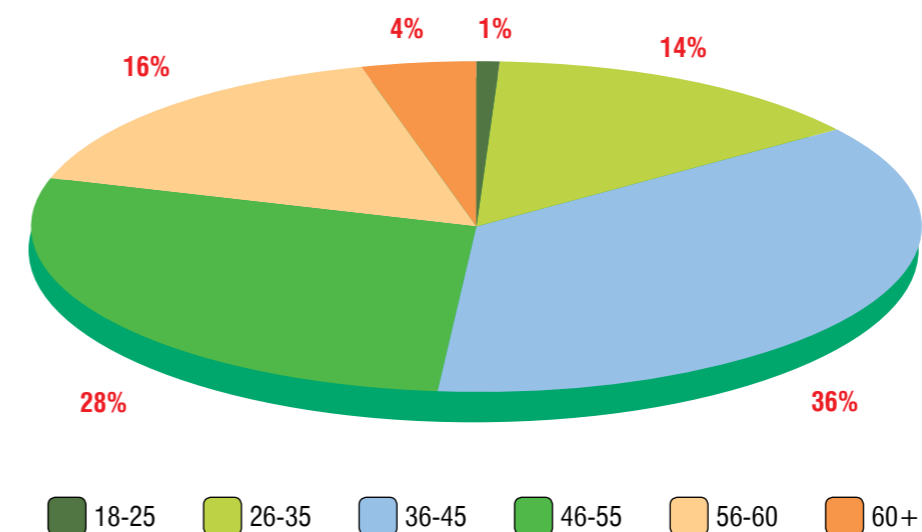
### „RÓWNE SZANSE W ZATRUDNIENIU”

W Auchan prowadzony jest program: „Równe szanse w zatrudnieniu” którego beneficjentami są **osoby niepełnosprawne** i **osoby w wieku 50+**. 21% pracowników Auchan jest w grupie wiekowej 46-60+.

1% zespołu Auchan stanowią **osoby niepełnosprawne**, zatrudnione na **umowę o pracę**. Auchan daje także zatrudnienie osobom niepełnosprawnym poprzez współpracę z firmą ekonomii społecznej **ABA SERVICE**. Łącznie Auchan zatrudnia 2,95% niepełnosprawnych osób.



### PODZIAŁ PRACOWNIKÓW AUCHAN POLSKA ZE WZGLĘDU NA WIEK



### PODZIAŁ PRACOWNIKÓW AUCHAN ZE WZGLĘDU NA PŁEĆ:

kobiety	72%
mężczyźni	28%

**2,95%** pracowników niepełnosprawnych

## „PROGRAM STAŻOWY”

W Auchan realizowany jest **Program Stażowy** adresowany do studentów ostatniego roku studiów magisterskich oraz absolwentów. Staże prowadzone są na podstawie umowy o staż, trwają 3 miesiące. Auchan oferuje stażystom indywidualne plany poznania specyfiki pracy w wybranym dziale, pakiet niezbędnych szkoleń, regularne zebrania i spotkania, wsparcie ze strony przełożonych i kolegów jak również wynagrodzenie oraz niezbędne narzędzia pracy.

W roku 2013 w programie wzięło udział **47 stażystów**, z czego ponad połowa w działach handlowych. Po pomyślnym ukończeniu stażu, zakończonym egzaminem, w roku 2013 zatrudnienie w Auchan Polska znalazło **76% stażystów**.

O odbytym stażu tak mówili jego uczestnicy:



„ Podczas trzymiesięcznego stażu miałam przyjemność zobaczyć, jak pracuje zespół profesjonalnych handlowców, korzystać z ich wiedzy i doświadczenia, a także czynnie uczestniczyć w funkcjonowaniu działu i mieć realny wpływ na jego wyniki. Staż okazał się być początkiem mojej nowej drogi zawodowej – dostałam propozycję pracy i od kilku miesięcy zasilam szeregi fantastycznego zespołu pracowników Auchan Piaseczno.



**Ania Ciesińska** - Manager Działu Warzywa Owoce w Auchan Piaseczno

„ Na moją decyzję o rekrutacji na stanowisko Managera Stażysty wpłynęły informacje o planowanym rozwoju Auchan w Polsce w najbliższej przyszłości. To przekonało mnie o tym, że Auchan to pracodawca z dużym potencjałem, a praca w Firmie da mi realne szanse na rozwój. Ważne było dla mnie to, że dano mi szansę mimo braku wcześniejszego doświadczenia w handlu. Przez cały okres stażu starałem się nie zmarnować szansy, jaką dawał mi ten program stażowy – wykorzystałem ją w 100%. W październiku powierzono mi funkcję, którą pełnię obecnie.



**Bartek Kembłowski** - Manager Działu AGD i Serwisu Gwarancyjnego w Auchan na Modlińskiej w Warszawie

„ W trakcie praktyki przy wsparciu opiekuna realizowałam liczne zadania, które pozwoliły na zdobycie praktycznych umiejętności w handlu i zarządzaniu oraz kierowaniu ludźmi. Uczestniczyłam także w licznych szkoleniach, dzięki którym miałam możliwość pogłębiać swoją wiedzę. Po zakończeniu stażu i pozytywnej ocenie mojego projektu, który przygotowałam w czasie jego trwania, otrzymałam propozycję pracy. Od stycznia 2014 jestem managerem, prowadzę dział menaż na bazarze wewnętrznym, gdzie cały czas się rozwijam i czerpię wiedzę od doświadczonych koleżanek i kolegów.



**Anna Wilkos** - Manager Działu Menaż w Auchan Wola w Warszawie



## ZATRUDNIANIE OSÓB BEZROBOTNYCH

Polityka zatrudnienia Auchan opiera się na **zatrudnianiu lokalnym i współpracy z Urzędami Pracy**. Otwierając każdy nowy hipermarket Auchan kieruje ofertę pracy do lokalnego Urzędu Pracy, by dać szansę na znalezienie zatrudnienia osobom bezrobotnym i realizować swoją misję **wyrównywania szans, podnoszenia jakości życia i bycia dobrym sąsiadem**.

W listopadzie roku 2013 firma Auchan Polska otworzyła nowy hipermarket - **AUCHAN BRONOWICE**. **60% nowych miejsc pracy (300 z 500)** w nowo powstałym markecie objęły **osoby bezrobotne**.

## Integracja nowych pracowników

Podjęciu nowej pracy zawsze towarzyszą emocje, najpierw te związane z procesem rekrutacji, później wiążące się z wejściem w nowe środowisko zawodowe, z poznaniem nowych kolegów, zetknięciem się z rzeczami nowymi i nieznanymi, jak również z chęcią sprostania nowym wymaganiom i z potrzebą sprawdzenia się. W Auchan rozumiemy doskonale jak ważny i stresujący jest to moment i robimy wszystko by **ułatwić nowemu pracownikowi start** w naszej firmie.

W tym celu zostały stworzone **szkolenia wspierające nowego pracownika w procesie integracji**. Pozwalają one zrozumieć firmę i zasady jej funkcjonowania, definiują nasze oczekiwania od członków ekipy Auchan a także nasze zobowiązania w stosunku do nich.

**Nowy pracownik ma możliwość zapoznania się z następującymi dokumentami:**

- Wizja i wartości
- ABC Pracownika
- Kodeks Etyczny
- Regulamin Pracy





## Przywództwo i wsparcie

Auchan rozwija się dzięki swoim pracownikom, ich zaangażowaniu i oddaniu, profesjonalizmowi, nieszablonowemu myśleniu, odwadze w realizowaniu swoich indywidualnych zawodowych misji oraz otwartości na klientów i ich potrzeby. Dlatego tak istotne są **jakość miejsca pracy i przywództwo**.

Współczesna teoria i praktyka zarządzania dowiodły, iż bliskość międzyorganizacyjna jest jednym z kluczowych czynników służących lepszej integracji i współdziałaniu, a tym samym podnoszeniu

skuteczności organizacyjnej. W Auchan stosujemy **management bliskości** - taki sposób zarządzania, który polega na **prostocie relacji** między pracownikami i managerem. Proste relacje to **codzienna, dwustronna komunikacja i zaufanie**, które polega na **delegowaniu obowiązków i wsparciu** pracownika w ich realizacji.

Istotnym **wymiarem przywództwa** w Auchan jest jego **wymiar etyczny**. Managerowie firmy, wspierani przez Radę Etyki Auchan, wspólnie budują

**kulturę organizacyjną opartą na wartościach**, dbają o ich **przestrzeganie** przez podległe sobie zespoły, **wskazują drogę i uczą**.

### MANAGEMENT BLISKOŚCI:

- Znamy się
- Pracujemy razem
- Robimy to, co lubimy
- Rozwijamy nasze talenty

**Pierwszą osobą odpowiedzialną za rozwój zasobów ludzkich w przedsiębiorstwie jest dyrektor operacyjny**

Gerard Mulliez

## Dobre miejsce pracy

### DOBRE WARUNKI PRACY

By ludzie mogli pracować efektywnie, powinni czuć się **bezpieczni**, być **traktowani z należnym im szacunkiem i zrozumieniem**, mieć **możliwości rozwoju i awansu** i otrzymywać za swoją pracę **adekwatne wynagrodzenie**. Dlatego też pracownikom Auchan oferujemy dobre warunki pracy.

W uzupełnieniu obowiązkowych świadczeń pracowniczych, wynikających z obowiązujących aktów prawnych, Auchan zapewnia pracownikom następujące świadczenia dodatkowe:

- doksztalcenie (szkolenia i kursy)
- uczestnictwo w akcjonariacie pracowniczym
- ubezpieczenie zdrowotne na preferencyjnych warunkach
- fundusz socjalny
- bony na święta
- ubezpieczenie na życie

Świadczenia te przysługują wszystkim pracownikom Auchan Polska niezależnie od formy zatrudnienia.

### Czas pracy

Praca w Auchan odbywa się w równoważnym systemie czasu pracy. Zgodnie z Regulaminem pracy (par. 17.1) czas pracy pracownika nie może przekraczać 40 godzin w przeciętnie pięciodniowym tygodniu pracy w 3-miesięcznym okresie rozliczeniowym.

Specjalny system - **Tempora** - pozwala monitorować czas pracy i nie dopuszczać do przekroczeń. Dzięki równomiernemu trybowi pracy Auchan zapewnia równowagę pomiędzy życiem zawodowym i prywatnym swojej ekipy.

### Bezpieczeństwo i Higiena Pracy

Pracownicy Auchan odbywają **przepisowe i dodatkowe szkolenia BHP**, do ich dyspozycji jest **moduł e-szkolenia** z tego zakresu. Specjalne **komisje BHP** w każdym sklepie kontrolują przestrzeganie przepisów BHP oraz nadzorują szkolenie pracowników w tym zakresie.

Dla bezpieczeństwa pracowników i klientów Auchan w każdym ze sklepów znajduje się **defibrylator**. Przeszkolone zespoły są gotowe nieść pomoc w nagłych przypadkach.

Wskaźnik urazów	171
Wskaźnik chorób zawodowych	5
Wskaźnik absencji	7,28%

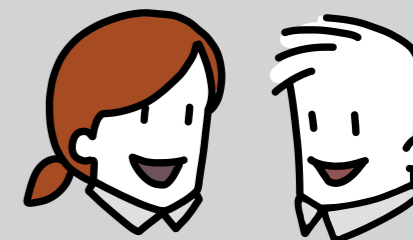
### KOMUNIKACJA

Dobre miejsce pracy to nie tylko jego fizyczna organizacja czy przysługujące pracownikowi świadczenia. To także **komunikacja i dzielenie się informacjami**. W Auchan funkcjonuje kompleksowy system komunikacji **wewnętrznej**, którego kluczowym procesem jest **Forum Pracownicze**.

### Forum Pracownicze

Forum Pracownicze to **podstawowy proces komunikacji wewnętrznej** stosowany w sklepach i serwisach Auchan. Jest to **forma dialogu**, która umożliwia pracownikom Auchan **bezpośrednią komunikację** z dyrektorem sklepu.

Każdy sklep ma dwóch przedstawicieli Forum Pracowniczego. Wybierani są oni w powszechnych wyborach. Utrzymują stały kontakt z ekipą oraz dyrektorem, animują także spotkania Forum. Każdego miesiąca dyrektor sklepu



spotyka się z przedstawicielami wszystkich działów, zaś raz na kwartał przedstawiciel Forum, reprezentujący dany sklep, spotyka się z przedstawicielami innych sklepów podczas Krajowego Forum Auchan Polska.

Przedstawiciel pracowników zasiada także w Radzie Etyki.

### Pozostałe narzędzia komunikacji wewnętrznej

Dodatkowo w Auchan istnieje szereg dodatkowych kanałów, zarówno bezpośrednich jak i pośrednich.:

- **komunikacja bezpośrednia**
  - zebrania
  - spotkania
  - briefy operacyjne
- **kanały tradycyjne**
  - tablice ogłoszeń
  - broszury
  - akcje plakatowe
- **kanały nowoczesne**
  - mailingi
  - newsletter
  - MyAuchan - społecznościowy portal pracowników Auchan
- **publikacje**
  - dwumiesięcznik Agora
  - Mag Auchan

### KOMISJA DS. RELACJI PRACOWNICZYCH

Dla ściślejszego monitorowania kwestii związanych m.in. z jakością i stabilnością miejsca pracy oraz przeciwdziałania potencjalnym nadużyciom w 100% sklepów Auchan Polska wprowadzona została **Komisja ds. Relacji Pracowniczych**.

W roku 2013 Komisja rozpatrzyła **6 skarg pracowniczych** i doprowadziła do ich polubownego rozstrzygnięcia.

# Rozwój

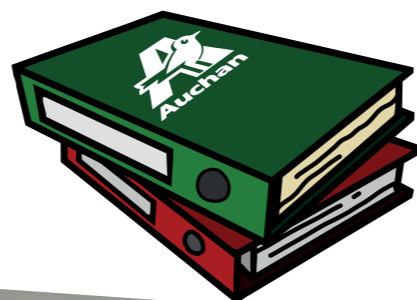
To proces uczenia się i wzrostu. **Kariera pozioma** to poszerzanie kompetencji, zdobywanie wiedzy i niezbędnego doświadczenia na równoległych miejscach pracy. **Kariera pionowa** – rozwój w górę drabiny organizacyjnej, wiążący się z poszerzaniem swojej wiedzy w określonych obszarach kompetencji, związanych z realizowanymi zadaniami. Auchan zapewnia pracownikom szanse rozwoju zarówno poziomego jak i pionowego.

## ROZWÓJ POZIOMY

Auchan oferuje pracownikom możliwość rozwoju poprzez szereg szkoleń, są one dostępne w różnych postaciach. Pracownicy mają do dyspozycji zarówno **szkolenia indywidualne**, jak i **grupowe, e-learningowe**, klasyczne (**bezpośrednie**) a także **warsztaty**, z takich zakresów jak:

- szkolenie ze strategii Auchan
- szkolenia ze zrównoważonego rozwoju (CSR)
- szkolenie z ekonomii przedsiębiorstwa i rachunku wyników
- szkolenie „Etyka”
- szkolenia z ekologii, ochrony środowiska i odzysku
- szkolenia z BHP i pierwszej pomocy
- szkolenia produktowe
- szkolenia zawodowe.

Każdy z pracowników Auchan Polska zobowiązany jest do ukończenia szkoleń z zakresu Etyki, relacji pracowniczych, BHP. W roku 2014 Auchan planuje wprowadzenie kolejnego obowiązkowego modułu szkoleniowego z zakresu przeciwdziałania korupcji. Dla ułatwienia wszystkie szkolenia obowiązkowe są dostępne w postaci elektronicznej (e-learning), co pozwala pracownikom Auchan optymalnie dopasować tryb nauczania do swojej pracy i obciążeń zawodowych w danym okresie.



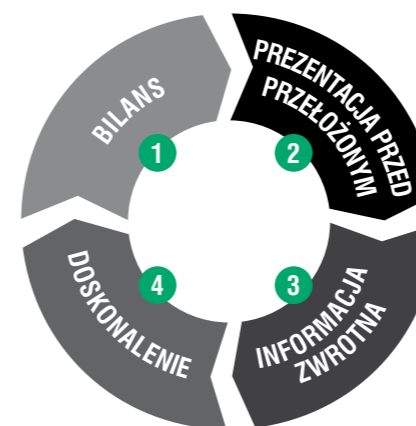
całkowita liczba godzin szkoleniowych w roku 2013	<b>261 807</b>
najwięcej godzin szkoleniowych	Auchan Piaseczno Auchan Łomianki Auchan Krasne
całkowita liczba godzin szkoleniowych z zakresu Etyki	<b>1 979</b>

poziom promocji wewnętrznej  
**46%**

## ROZWÓJ PIONOWY

### Bilanse zawodowe

Pracownicy Auchan podlegają **regularnym ocenom jakości pracy i przeglądom kariery zawodowej**. Jest to proces rocznej oceny połączony z określeniem ścieżki dalszego rozwoju zawodowego pracownika – bilans zawodowy.



### Projekt Talenty

Projekt Talenty to **program indywidualnego mentoringu** dedykowany wyróżniającym się pracownikom. Pozwala on na rozwój kompetencji zawodowych osób zmotywowanych do rozwoju, wyróżniających się w codziennej pracy, zwanych „Talentami”. W III edycji projektu Talenty, w roku 2013, zostało wyłonionych **254 uczestników (Talentów)**. W ramach projektu każdy z Talentów otrzymuje swojego Mentora, wspólnie definiują oni cele w rozwoju Talenta, które wspierany przez swojego Mentora Talent następnie osiąga. Dzięki projektowi wzrastają u Talenta: **motywacja, satysfakcja z pracy, pewność siebie i poczucie własnej wartości** a także **poczucie bezpieczeństwa**.

” Moim celem w projekcie Talent było zwiększenie sprzedaży mąk i mieszanek chlebowych oraz poprawa umiejętności komunikacyjnych. Udział w projekcie talent pomógł mi w lepszym poznaniu produktu oraz siebie. Spotkania mentoringowe otworzyły mnie na innych współpracowników. Zmobilizowałam i zachęcałam do zaangażowania się w mój projekt kolegów z innych działów. Moje starania, zaangażowanie i praca zostały zauważone i otrzymałam szansę rozwoju jako Manager Działu Stodkie.

**Iwona Rigga** - Manager Działu Stodkie w Auchan Rumia



” Udział w programie „Talenty” oceniam bardzo pozytywnie. Było to ciekawe doświadczenie w mojej karierze zawodowej. Dzięki wiedzy i umiejętnościom zdobytych podczas spotkań z Mentorem nauczyłam się patrzeć na realizowane przeze mnie zadania z innej perspektywy. Pozwoliło mi to zmienić sposób wykonywania niektórych zadań, co pozytywnie wpłynęło na organizację i wydajność mojej pracy. Dzięki analizie moich mocnych oraz słabych stron jestem w stanie lepiej realizować powierzone obowiązki. Program ten nauczył mnie, że nie ma sytuacji „bez wyjścia”, każdy problem da się rozwiązać.

**Joanna Krzaczyńska**  
Spedytor – Dział Transportu Auchan Wolbórz



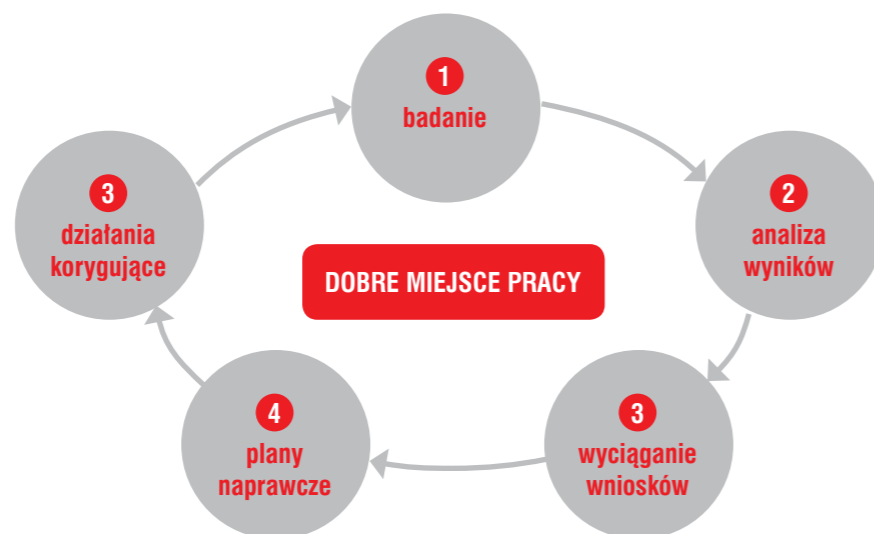
# Doskonalenie miejsca pracy



W Auchan **pracujemy nad jakością miejsca pracy** słuchając pracowników za pośrednictwem Forum Pracowniczego i innych kanałów komunikacji, monitorując ich zaangażowanie za pośrednictwem **Barometru Zaangażowania** i pracując nad obszarami wskazanymi przez ekipę.

**BAROMETR ZAANGAŻOWANIA** Barometr Zaangażowania to **anonimowe, dobrowolne** badanie, którego celem jest budowanie lepszego miejsca pracy. Badanie przeprowadzane jest w cyklu dwuletnim: pierwszy rok to obejmujące całą organizację badanie ankietowe, analiza i wyciąganie wniosków, kolejny rok to tworzenie planów naprawczych i działania korygujące.

## CYKL BADANIA BAROMETR ZAANGAŻOWANIA



W roku 2013 przeprowadzono badanie ankietowe. Frekwencja w badaniu wyniosła **aż 90%**. Kluczowe wskaźniki barometru: **wskaźnik zaangażowania pracowników** oraz **wskaźnik satysfakcji**, osiągnęły następujące poziomy:

- **wskaźnik zaangażowania** - **49%, wzrost o 9 pkt** w stosunku do poprzedniego badania (rok 2011)
- **wskaźnik satysfakcji** pracowników - **66%**

Wysoko ocenione obszary:

- **ogólne zadowolenie z pracy w Auchan**  
- Jestem zadowolony z pracy.
- **zakres obowiązków**  
- Wiem, czego firma ode mnie oczekuje.
- **komunikacja i informacja**  
- Posiadam informacje niezbędne do właściwego wykonywania mojej pracy.
- **bezpośredni przełożony**  
- Mój bezpośredni przełożony jest wystarczająco obecny wśród ekipy.
- **atrakcyjność Auchan jako miejsca pracy**  
- Auchan jest firmą atrakcyjną.

# Dzielenie się



Fot. Valauchan w Polsce

Częścią kultury organizacyjnej firmy Auchan jest dzielenie się. Auchan dzieli się z pracownikami:

% uczestnictwa w nabyciu akcji Valauchan  
**95%**

1. **wiedzą** – szkolenia, mentoring
2. **władzą** – delegowanie odpowiedzialności
3. **wynikiem** – premie za progresję – partycypacji akcjonariatu pracowniczego

Program Akcjonariatu pracowniczego **Valauchan** został zapoczątkowany w roku 1977 we Francji, w Polsce wprowadzony został w roku 2000. W programie może wziąć udział **każdy pracownik Auchan**, zatrudniony na umowę o pracę – zarówno na czas określony jak i nieokreślony. W roku 2013 do programu przystąpiło **95% ekipy Auchan**.

Programowi akcjonariatu towarzyszą **edukacja ekonomiczna oraz działania komunikacyjne i animacje**. Trzy razy w roku wydawana jest gazetka Valauchan, mają miejsca spotkania i szkolenia zakresu ekonomii przedsiębiorstwa i znajomości rachunku wyników.





Rynek





# STRATEGIA W OBSZARZE RYNKU

Zgodnie z wizją Auchan w obszarze rynku pracujemy nad zwiększaniem siły nabywczej polskiego konsumenta, oferując mu najniższe ceny i największy wybór. Kluczowym elementem naszej strategii jest więc inwestowanie w produkt i cenę, żeby odpowiedzieć na potrzeby klienta.

Chcemy pokazać różnicę w stosunku do rynku, zapewnić klientom komfortowe i wygodne zakupy optymalizując swój szeroki asortyment i układ sali sprzedaży, rozszerzając ofertę usług, tak aby pod jednym dachem móc zaoferować konsumentowi wygodne i kompletne zakupy. Klientom oferujemy także nieodmiennie wysoką jakość i bezpieczeństwo, które zapewniamy poprzez badania jakościowe, audyty i zgodność z regulacjami. Ofertę tworzymy w sposób odpowiedzialny, dbając o etykę i przejrzystość, budując przejrzyste relacje z partnerami biznesowymi, działając wspólnie z nimi w oparciu o Kartę Etyki, szkoląc z etyki nasze ekipy. Nasza strategia opiera się na zrównoważonym i stabilnym rozwoju. W obszarze rynku naszym celem jest pokazanie, że można z sukcesem zarządzać przedsiębiorstwem, które oferuje szeroki wybór. Z jednej strony pomagamy w ten sposób producentom w prezentacji ich produktów i innowacji, a z drugiej strony dajemy klientom wolność wyboru.

**Francois Chaves**  
Dyrektor Handlowy



## Wizja Auchan

W wizji Auchan zapisany jest cel poprawiania **siły nabywczej i jakości życia** coraz większej liczby klientów z udziałem odpowiedzialnych, kompetentnych, zaangażowanych i szanowanych współpracowników.

Chcemy być **ulubioną marką** wszystkich klientów poprawiając ich siłę nabywczą, podtrzymując relacje oparte na **zaufaniu i współtworząc** z nimi **rozwiązania**, które **ułatwiają życie, oszczędzają czas**

i sprawiają, że każda **wizyta w sklepie Auchan** staje się **przyjemnością**.

Jesteśmy handlowcami - **lubimy kontakt i relacje z klientami, pragniemy ich zadowolić. Znamy i lubimy oferowane produkty.** W naszej pracy kierujemy się **inicjatywą i intuicją**, działamy z **pasją i odwagą**. Dla nas, handlowców, odwaga oznacza entuzjazm dla przedsiębiorczości, zdolność podejmowania wyzwań i ryzyka handlowego, innowacyjność i... odnoszenie sukcesów.

**Inicjatywa**  
**intuicja**  
**pasja**  
**odwaga**

## Zarządzanie obszarem

Zarządzanie obszarem rynku realizowane jest poprzez **Dyrekcję Handlową**. W jej gestii jest współpraca z dostawcami i kształtowanie oferty najlepiej dopasowanej do potrzeb naszych klientów. Na podstawie **procesu słuchania klienta** realizowanego z wykorzystaniem szeregu narzędzi takich jak: grupy fokusowe, ścieżki klienta, ankietowe badanie satysfakcji klienta – określane są **aktualne potrzeby i preferencje klientów**.

Zadaniem Dyrekcji Handlowej jest zadbanie o to, by klient mógł odnaleźć na półkach w sklepach Auchan **potrzebne mu produkty, w najniższych cenach**. W tym celu Centrala Zakupów poszukuje nowych źródeł zaopatrzenia i prowadzi

negocjacje z dostawcami. Ze swojej strony **Dział Kontroli Jakości** ma pieczę nad **jakością i higieną produkcji**, spoczywa na nim odpowiedzialność za **zdrowie i bezpieczeństwo klienta**.

Działalność handlową prowadzimy w oparciu o **szereg dokumentów**, regulujących ten obszar zarówno pod względem operacyjnym i cenowym jak i w wymiarze etycznym. Są to:

- **Polityka handlowa**
- **Polityka cenowa**
- **Polityka jakości**
- **Karta Etyki Zakupów**
- **Kodeks Etyki Współpracowników Auchan**

### WSKAŹNIKI

Naszymi miarami w obszarze Rynku są następujące wskaźniki: **podpisanie Karty Etyki, poziom zadowolenia klientów, liczba audytów dostawców marki własnej, liczba towarów BIO, EKO, procentowy udział energooszczędnych urządzeń** w ofercie Auchan.

**Potrzeba klienta**  
**najniższe ceny**  
**wyбір**



## Etyka

Celem firmy Auchan jest **zrównoważony, stabilny rozwój**, oparty na **fundamencie etyki i poszanowaniu interesariuszy** oraz **zasad przyjętych przez międzynarodową społeczność** (m.in. Międzynarodowej Organizacji Pracy, Global Compact). Dlatego też w roku 1997 firma Auchan podjęła prace nad dokumentem określającym **ramy prowadzenia działalności handlowej**, była to **Karta Etyki Zakupów Auchan**.

Karta Etyki Zakupów to **spis zobowiązań**, które przyjmuje na siebie **Auchan wraz z partnerami handlowymi – dostawcami**. Zobowiązuje ona obie strony do działania w poszanowaniu lokalnych przepisów prawa oraz zapewnienia warunków pracy, które nie będą stwarzać zagrożenia dla zdrowia i bezpieczeństwa zatrudnionych. Zabrania m.in. niewłaściwego traktowania pracowników pod względem fizycznym oraz psychicznym, dyskryminacji, zatrudniania dzieci, stosowania pracy pod przymusem. W roku 2013, do stosowania jej postanowień **zobowiązało się 100% dostawców Auchan**.



Dodatkowo w roku 2013 w Auchan prowadzone było **szkolenie antykorupcyjne dla kupców „Czysta ręka”**, rozpoczęte w roku 2012. W 2012-2013 szkolenie zostało ukończone przez 100% kupców.

### Szkolenie z Etyki dla kupców

Rok	kupców
2012	20%
2013	80%
2012-2013	100%

## Odpowiedzialność

Wierzymy, że nasza odpowiedzialność obejmuje cały łańcuch wartości: proces wyboru dostawców, budowanie relacji z nimi i tworzenie oferty, produkcję, transport i sprzedaż. Czuwamy nad jakością i bezpieczeństwem w sklepach i produkcji oraz wspólnie z naszymi klientami i pracownikami m.in. nad wpływem środowiskowym.

### ODPOWIEDZIALNOŚĆ W OBSZARZE RYNKU

Przestrzeganie zasad	Wybór dostawców	Zasady Współpracy z dostawcami	Prowadzenie działalności	Monitorowanie i poprawa	Edukacja i animacje
<p>prawo żywnościowe</p> <p>system HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points)</p> <p>zasady i wymagania ze strony Grupy Auchan</p> <p>specyfikacja wymagań sanitarnych i zasad higieny w transporcie</p>	<p>zasady kwalifikacji dostawców (check lista)</p> <p>Proces Zarządzania Jakościowego (Assurance Qualite Synergie International)</p> <p>Współpraca z zakładami zatrudniającymi osoby niepełnosprawne lub z innymi instytucjami użyteczności publicznej</p>	<p>w kontraktach: aneksy o jakości i bezpieczeństwie produktów</p> <p>audyty u dostawcy</p> <p>specyfikacje techniczne produktów marki własnej</p> <p>produkty marki własnej Auchan: „Kciuk” i „Auchan”, badane w niezależnych akredytowanych laboratoriach</p>	<p>najniższe ceny (badanie Najtańszy Koszyk)</p> <p>szeroka oferta spełniająca jak największą liczbę potrzeb klientów</p> <p>odpowiedzialne kształtowanie oferty – BIO, EKO, A+</p> <p>miła i profesjonalna obsługa</p> <p>program lojalnościowy Skarbonka</p> <p>produkty finansowe dla bezpieczeństwa i wygody klientów: karta Visa Auchan i Karta Skarbonka Master Card</p> <p>czytelna organizacja sklepu i oznakowanie towarów</p>	<p>audyty kontrolne u dostawców</p> <p>audyty społeczne</p> <p>monitoring punktów krytycznych w sklepie (HCCP)</p> <p>zespół czuwający nad bezpieczeństwem i higieną zgodnie z Księgą HCCP i Księgą Higieny</p> <p>monitorowanie i analiza reklamacji</p> <p>„Czerwony Telefon” i procedura zarządzania sytuacjami kryzysowymi</p>	<p>szkolenia e-learningowe z zakresu prawa żywnościowego, zasad dobrej praktyki higienicznej oraz produkcyjnej</p> <p>szkolenia z zakresu obsługi klienta; szkolenia dotyczące optymalnego wykorzystania toreb kasowych</p> <p>kampanie budujące świadomość i wiedzę</p> <p>przeszkoleny z zasad HCCP i higieny zespół</p> <p>wspólna realizacja odpowiedzialnych projektów na rzecz otoczenia</p>



Istotnym obszarem naszej odpowiedzialności jest **pozyskiwanie produktów**, które klienci Auchan mogą znaleźć w hipermarketach w Polsce. Osłą tego procesu jest **selekcja dostawców Auchan**, której kluczowe założenia są następujące:

### KLUCZOWE ZAŁOŻENIA PROCESU SELEKCJI DOSTAWCÓW

**1** W zamówieniach Auchan są **precyzyjnie zdefiniowane wymagania** w zakresie samych **produktów** jak i **warunków pracy**.

**2** Przed złożeniem zamówienia zakłady produkcyjne są poddawane **audytom oceniającym**.

**3** Celem audytów jest **zweryfikowanie** czy fabryki spełniają wymagania określone w specyfikacji zamówienia Auchan.

**4** Dostawcy mają obowiązek **realizowania zamówienia w poddanych ocenie fabrykach**.

**5** Konieczność skorzystania z **usług podwykonawcy** **winna zostać zgłoszona** Auchan, od którego zależy zgoda na podzlecenie produkcji.

**6** Warunkiem **uzyskania zgody jest audyt** w fabryce podwykonawcy.

Więcej informacji znajdują Państwo w zintegrowanym raporcie Grupy Auchan za rok 2013, na stronach 58-59.





**300** produktów BIO, EKO

## Zrównoważona oferta

### BIO, EKO

Odpowiedzialność to także sposób w jaki kształtujemy naszą ofertę, w której klienci Auchan mogą znaleźć produkty **BIO** i **EKO** czy też produkty **klasy energooszczędnej**. W roku 2013 w ofercie Auchan można było znaleźć **300 produktów z gamy BIO i EKO**, to jest wyprodukowanych bez użycia chemii i nieprzetworzonych chemicznie.

### KLASA ENERGOOSZCZĘDNA

W sposób ciągły rozwijamy ofertę produktów **klas energooszczędnych (A++ , A+)**. W ofercie sklepów Auchan

dostępne były 4 klasy energetyczne: **A++ , A+ , A , B**, z istniejących 7 klas. W roku **2013 13%** sprzętu w ofercie Auchan miało klasę energetyczną **A++ (14% w roku 2012, 11% w roku 2011)**, klasę **A+** miało **81%** sprzętu (**80% w roku 2012, 32% w roku 2011**), zaś klasę **A – 6%** sprzętu. **Klasa B – najniższa klasa energetyczna, dostępna w sklepach Auchan, została całkowicie wycofana z oferty w roku 2012.** Najniższe z istniejących na rynku klas energetycznych - klasy C i D nie były dostępne w ofercie Auchan.

### Udział klasy energooszczędnej w ofercie handlowej sprzętu chłodniczego

Klasa sprzętu	2010	2011	2012	2013
A++	10%	11%	14%	13%
A+	31%	32%	80%	81%
A	56%	57%	6%	6%
B	3,50%	0,11%	0 %	0%



## Promowanie zdrowego odżywiania



Cała komunikacja prowadzona była na wesoło – jej bohaterami stały się **uśmiechnięte owoce i warzywa**, które wraz ze swoimi mniej zdrowymi odpowiednikami (na przykład torciki) **zachęcały dzieci do tego by jadły zdrowo**. Specjalnie stworzone wesołe postaci owoców i warzyw, dzieci mogły również odnaleźć na **kolorowankach**. Testem wiedzy, oraz refleksu, była gra **Zdrowe Zakupy**.



### PROMOWANIE ZDROWEGO ODŻYWIANIA

Naszym celem jest zapewnienie, że oferta Auchan będzie **dopasowana do potrzeb klienta**. By osiągnąć ten cel podążamy **za rozwojem rynku**, analizujemy **kontekst społeczny**, zmieniające się **potrzeby klientów, trendy żywieniowe i problemy społeczne**. Jesteśmy przekonani, że poprzez naszą ofertę i działania komunikacyjne możemy przyczynić się do ich ograniczenia i generować pozytywną zmianę.

W roku 2013 skupiliśmy się na **promowaniu prawidłowych nawyków żywieniowych wśród dzieci i młodzieży** i tym samym przeciwdziałaniu problemowi społecznemu nabierającemu coraz większego znaczenia – **problemowi otyłości**, który jak pokazują badania dotyka już **co czwarte dziecko w Europie**. Tak narodziła się idea projektu **Zdrowo z Auchan**.



W duchu strategii zrównoważonego rozwoju Auchan **projekt kierowaliśmy do dzieci**, jednak adresatami komunikacji były zarówno dzieci jak i rodzice, bo tylko działając wspólnie - i świetnie się przy tym bawiąc - możemy dokonać korekt w naszym codziennym życiu, skorzystać zaś może cała rodzina.

**Dla rodziców** przygotowaliśmy więc **Piramidę żywienia**, zbiór **zasad zrównoważonej diety** oraz **porady**, które mogą okazać się pomocne w zmianie nawyków żywieniowych i zachęceniu do tych zmian najmłodszych.

Rozpisany przez nas konkurs: **Jem zdrowo**, był atrakcją przewidzianą dla całej rodziny. By wziąć udział w konkursie należało przestać zdjęcie dziecka z ulubionym zdrowym produktem i jego słowami zachęty by ten właśnie produkt jeść.

Komunikację projektu prowadziliśmy poprzez komunikaty prasowe, stronę www Auchan, publikacje pracownicze: newsletter i magazyn Agora a także akcję plakatową w sklepach.



# Jakość i bezpieczeństwo

W trosce o najwyższą jakość i bezpieczeństwo oferty Auchan stworzona została lista zasad, zapewniających przestrzeganie dobrej praktyki produkcyjnej oraz bezpieczeństwa produktów. Fundament stanowią **regulacje zewnętrzne** takie jak prawo żywnościowe, **HACCP** (Hazard Analysis and Critical Control Points) oraz **wewnętrzne**: zasady Grupy Auchan, check-lista kwalifikowania dostawców. Prowadzone są **audyty** u dostawców w oparciu o uznany **standard IFS, BRC, FSSC**, w oparciu o **własną check-listę, niezależne badania marek własnych** oraz **jakościowe badania** produktów. Ekipa Auchan jest szkolona w zakresie dobrej praktyki produkcyjnej. Istotnym elementem procesu jest zarządzanie niezgodnościami i kontrola reklamacji oraz prowadzenie działań korygujących.

## STANDARDY AUDYTÓW W AUCHAN:

- **HACCP - Hazard Analysis and Critical Control Points:** postępowanie mające na celu zapewnienie

bezpieczeństwa żywności przez identyfikację i oszacowanie skali zagrożeń z punktu widzenia wymogów zdrowotnych żywności oraz ryzyka wystąpienia zagrożeń w trakcie wszystkich etapów produkcji i obrotu żywnością produktami spożywczymi w celu ograniczenia zagrożeń i wdrożenia działań korygujących.

- **IFS - International Food Standard:** standard zapewnienia bezpieczeństwa żywności oraz narzędzie oceny dostawców; jego celem jest monitorowanie jakości wyrobów wytwarzanych pod markami własnymi sieci handlowych w celu zapewnienia bezpieczeństwa żywności.

- **BRC - globalny standard British Retail Consortium:** łączy standardy systemu HACCP, ISO 9000, GMP i GHP; jego celem jest zapewnienie wysokiej jakości produkcji oraz jej bezpieczeństwa.

- **FSSC - Food Safety System Certification Scheme:** standard bezpieczeństwa dla producentów żywności wspierany przez Konfederację Przemysłu

Żywności i Napojów Unii Europejskiej (CIAA), norma FSSC 22000 została w pełni zatwierdzona przez Global Food Safety Initiative (GFSI).

Komórką organizacyjną odpowiedzialną za **bezpieczeństwo i jakość** oferty Auchan jest **Departament Kontroli Jakości**.

Audyty u dostawców wg. check-listy Auchan	
food	75
Bazar	8
<b>RAZEM</b>	<b>83</b>

Audyty u dostawców wg. standardów	
IFS	139
BRC	114
FSSC	4
<b>RAZEM</b>	<b>257</b>

Jednak bezpieczeństwo to nie tylko jakość oferty ale także **fizyczne bezpieczeństwo** klientów i pracowników Auchan. Każdy ze sklepów Auchan jest wyposażony w **defibrylatory**. Sklepy Auchan prowadzą projekty związane z bezpieczeństwem: np. dotyczące bezpiecznego powrotu do szkoły „Bezpieczna droga do szkoły”, ochrony przed kradzieżami kieszonkowymi „Nie daj się zrobić w jajo” i inne **projekty na rzecz bezpieczeństwa i akcje informacyjno-edukacyjne** w dużych centrach handlowych.

Działania te spotykają się z wysoką oceną nie tylko klientów ale i Policji, np.: Komenda Rejonowa Policji IV Wydział Warszawa przyznał sklepowi **Auchan Wola** w uznaniu działań na rzecz bezpieczeństwa tytuł **Lidera „Strefy Bezpiecznych Usług”**.



# Innowacje

Kolejnym sposobem doskonalenia oferty Auchan i jej ciągłego dopasowywania do potrzeb klientów są innowacje, czyli **poszukiwanie nowych metod dostarczenia klientowi wartości**.

## MOBILNIE W 9 SKLEPACH AUCHAN

W roku 2013 **9 sklepów Auchan: Żory, Bielsko-Biała, Warszawa - Wola, Wrocław, Rzeszów, Bydgoszcz, Gdańsk, Łomianki i Kraków - Bronowice** uruchomiło **płatność mobilną**, za pośrednictwem **IKO**. IKO to bankowość mobilna 4G – połączenie funkcji bankowości mobilnej i płatności mobilnych w jednym rozwiązaniu. Jest to bardzo prosta metoda polegająca na wykorzystaniu telefonu komórkowego (smartfonu) do płatności w sklepie. Aby móc dokonać płatności klient musi posiadać na swoim smartfonie aplikację IKO. Aplikacja akceptująca płatności IKO

jest zainstalowana na terminalach na linii kas w Auchan. Klient musi jedynie wybrać metodę płatności IKO, wówczas w aplikacji w telefonie pojawia się jednorazowy numer, potwierdzeniem transakcji jest jego wpisanie do terminala.

W roku 2014 wszystkie sklepy Auchan zostaną wyposażone w możliwość mobilnej płatności.

## AUCHAN WOLA DLA NIESŁYSZĄCYCH KLIENTÓW

Od połowy września w warszawskim hipermarkecie Auchan w Wola Park, rozpoczęto testy systemu Komunikacji Niewerbalnej z klientami Niesłyszącymi. System Komunikacji Niewerbalnej firmy Seventica opiera się na bezpośrednim dostępie on-line do Contact Center poprzez dedykowane urządzenie peryferyjne i łącze internetowe dostępne w Punkcie Obsługi Klienta hipermarketu Auchan. Tłumacze języka migowego

w czasie rzeczywistym tłumaczą rozmowę pomiędzy klientem posługującym się językiem migowym, a pracownikiem. Klienci posługujący się językiem migowym mogą skorzystać z pomocy tłumacza każdego dnia w godzinach od 10.00-20.00.

Taki sposób komunikowania się dostosowuje standardy obsługi do potrzeb klienta, daje możliwość komunikacji w każdej chwili, gwarantuje rzetelny przekaz oraz swobodną, nieskrepowaną wypowiedź. Niesłyszący klienci hipermarketu Auchan w galerii Wola Park bardzo pozytywnie przyjęli nowy system komunikacji. W ciągu pierwszego miesiąca skorzystało z niego 18 osób.



# Najniższa cena

**ZBIJAMY CENY ZAWODOWO!**

Celem Auchan jest **zwiększanie siły nabywczej klienta**. Siłę nabywczą klientów definiuje się jako ilość towarów i usług, które można nabyć za jednostkę pieniądza. Ulega ona zmianom pod wpływem zmian cen w gospodarce - wzrost ogólnego poziomu cen powoduje obniżenie siły nabywczej klientów. Budując swoją ofertę Auchan chce zapewnić konsumentom **możliwość zakupu coraz większej liczby produktów po coraz niższych cenach**, przy **niezmiennej wysokiej jakości**, odpowiadając tym samym na ich potrzeby.

Zgodnie z wynikami badania „Syndicated Price Image Study 2013” firmy ARC Rynek i Opinia i Vocatus te właśnie cechy wymieniają konsumenci jako swoje główne oczekiwania od hipermarketów. Klienci wymieniają także dobrą organizację sklepu – umożliwiającą komfortowe i szybkie zakupy: alejki - i transparentne, dobrze wyeksponowane ceny.

Swoją misję Auchan realizuje poprzez politykę cenową, współpracę z dostawcami, oferującymi wysoką jakość towarów po przystępnych cenach oraz marki własne: markę z logo Auchan, **podniesiony kciuk** i markę odzieżową **In Extenso** – w których wysoka jakość łączy się z niską ceną, a także poprzez liczne akcje handlowe i promocje.

**Najniższa cena  
szeroki wybór  
niezmiennie  
wysoka jakość**

**Marka własna** (ang. private label) – produkty lub usługi wytwarzane lub dostarczone przez jedną firmę, oferowane pod marką innej firmy. Zazwyczaj stanowią tańsze alternatywy dla znanych marek, zarówno światowych jak i lokalnych. Towary sprzedawane pod markami własnymi jakościowo nie odbiegają od swoich markowych odpowiedników, często bywają identyczne. Niższą cenę marek własnych udaje się osiągnąć dzięki oszczędnościom na kosztach reklamy czy dystrybucji.



# Ciągłe doskonalenie oferty

Ciągłe doskonalenie oferty odbywa się z wykorzystaniem szeregu narzędzi badawczych takich jak **grupy fokusowe**, **sścieżki klienta** oraz **wywiady** u klientów. Wzorem lat ubiegłych w roku 2013 było prowadzone **ankietowe badanie satysfakcji klienta – Helios**.

W ankietach znalazły się pytania dotyczące oferty, personelu, obsługi posprzedażowej oraz samego procesu robienia zakupów. Wyniki poddawane są analizie, zarówno na poziomie każdego ze sklepów Auchan jak i na poziomie krajowym. Stają się one podstawą planów naprawczych, których celem jest zapewnienie naszym klientom najwyższego poziomu zadowolenia.

Według wyników badania Helios z roku 2013 **97% klientów** było **zadowolonych** (wzrost z 96%) z zakupów w Auchan. **46% klientów** było **bardzo zadowolonych** z zakupów w Auchan (wzrost z 41% w roku poprzedzającym).

**46%** bardzo zadowolonych klientów

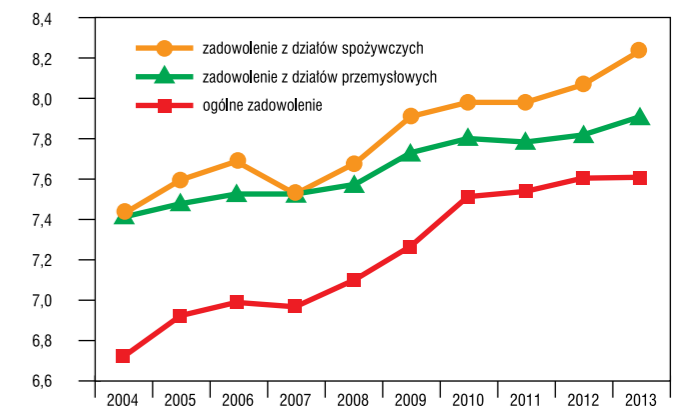
**51%** zadowolonych klientów

## PORÓWNANIE WYNIKÓW ANKIETY HELIOS

### ZADOWOLENIE

Wskaźnik zadowolenia	2008	2013	Progresja
Jakość obsługi w Punkcie Obsługi Klienta	7,4	8,3	+ 11%
Uprzejmość kasjerów	8,2	8,6	+ 5 %

### Zmiany wskaźników zadowolenia



Wiodące miejsca w rankingach cenowych i niezależnych badaniach, np. Najtańszy koszyk, pokazują troskę o klienta i efekty nieustannych starań firmy Auchan.

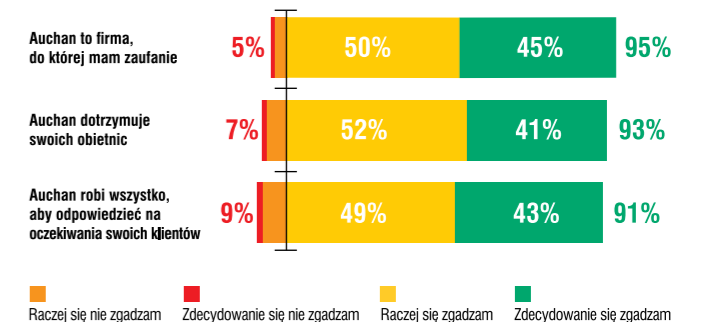
**„...od lat prowadzi Auchan...”**

Źródło: Dla Handlu, Koszyk, Gazeta Wyborcza Białystok

## ZAUFIANIE

Poziom zaufania Auchan to firma do której mam zaufanie:	2009	2013
Zgadzam się	93%	95%
Nie zgadzam się	7%	5%

### Zaufanie klientów



Raczej się nie zgadzam    Zdecydowanie się nie zgadzam    Raczej się zgadzam    Zdecydowanie się zgadzam

# WSPÓLNA ZABAWA I ŚWIĘTOWANIE



W roku 2013 sklepy Auchan zapraszały swoich klientów na udane zakupy, pełne degustacji i promocji, połączonych z konkursami, animacjami i możliwością wygrania wielu nagród:

**Podczas każdej akcji handlowej** we wszystkich sklepach Auchan organizowano festiwale produktów, walentynkowe święto, tematyczne degustacje: cukiernia, wędliny, ryby, pieczywo, które pozwoliły klientom poznać ofertę Auchan. Oto przykłady niektórych z nich:

- 7 lutego, w **Tłusty Czwartek**, klienci Auchan zaproszeni zostali do degustacji pączków, by poznać do 15 różnych smaków. Były konkursy związane z pączkami, np. konkurs na najlepszą anegdotkę o pączku, konkurs na zgadnięcie smaku pączka.

- W **Walentynki**, niektóre ze sklepów ustawiły urny na walentynkową pocztę, zorganizowano konkursy na miłosny wiersz i na najlepsze walentynkowe

ciasto, klienci mogli zrobić sobie walentynkowe zdjęcia i wygrać walentynkowe serduszka.

Sklepy Auchan **świętują** także **wspólnie z klientami** i sąsiadami swoje **urodziny** oraz **ważne wydarzenia**.



- Na swoje **7. urodziny Auchan Krasne** zorganizowało wystawę prac dzieci - podopiecznych Wioski Dziecięcej w Biłgoraju. Zaprezentowali prace rysunkowe oraz fotografie, które mali artyści wykonali podczas warsztatów plenerowych na Roztoczu. Klienci i mali artyści zostali zaproszeni na urodzinowy tort.

- **12. urodziny Auchan Bielsko-Biała** były okazją do obejrzenia występu grupy mażorettek „Nemezis” z Domu Kultury w Heczmarowicach oraz spotkania z byłym bramkarzem reprezentacji Polski w piłce nożnej - Jerzym Dudkiem. Zorganizowano także warsztaty plastyczne dla dzieci oraz warsztaty kulinarne „Kuchnia Juniora”.



Przez 16 lat swojego istnienia firma Auchan Polska rozwijała się i odcisnęła swój ślad na całej branży. Wysiłki te zostały docenione – 16 maja 2013 firma Auchan Polska otrzymała **prestiżową nagrodę** – „Hermesa” Poradnika Handlowca. Jest to wyróżnienie przyznawane firmom dystrybucyjnym i detalicznym, które **wywarły istotny wpływ na rozwój branży**.



- **10 maja** została **otwarta druga część** centrum handlowego **Auchan Łomianki**, wśród nowych i najbardziej znanych najemców pojawili się H&M, Reserved, Mohito, Smyk, C&A, Home&You, Grycan, Apart a także Brice, Tape a l'oeil. Sklep przygotował masę atrakcji; dla małych klientów przygotowano animacje i zabawy przy strefie bezpłatnego placu zabaw, panie zaproszone zostały do skorzystania z porad dot. makijażu, stylizacji fryzur, artystycznego manicure. Wspólnie z Domem Kultury w Łomiankach oraz Biblioteką sklep Auchan Łomianki prowadził akcję zachęcającą klientów do przekazania niepotrzebnych książek.





# Otoczenie społeczne

# STRATEGIA W OBSZARZE OTOCZENIA SPOŁECZNEGO

Jedną z wartości Auchan, na której firma buduje swój rozwój, jest dzielenie się. W Auchan dzielimy się wiedzą, władzą i wypracowanym zyskiem. Dzielenie się oznacza dla nas również otwarcie się na innych, dostrzeżenie ich potrzeb i zaangażowanie się w to, by zmieniać

świat na lepszy. Wierzymy, że zarówno na Auchan jako firmie, jak i na każdym z nas indywidualnie, spoczywa odpowiedzialność za coś więcej niż tylko my sami i że każdy ciepły gest, nawet ten najmniejszy, ma ogromne znaczenie. Ważne by nie być obojętnym, ważne by działać. Dlatego angażujemy się w projekty na rzecz społeczności lokalnych w których funkcjonujemy, włączamy się czynnie w walkę z problemami społecznymi, pomagamy dzieciom i młodzieży – naszej przyszłości – poprzez Fundację Auchan. Jesteśmy dumni z zaangażowania naszych ekip i z tej pozytywnej zmiany, którą widzimy na buziach dzieci, którym pomogliśmy. Konkretnym wyrazem tego zaangażowania są uratowane ludzkie istnienia w ramach naszych działań z fundacją DKMS, zebrana żywność wraz z Bankami Żywności na rzecz potrzebujących. Tak właśnie realizujemy naszą misję bycia firmą solidarną i odpowiedzialną.

**Dorota Patejko**

Dyrektor ds. Komunikacji Auchan



## Cel

Nasz cel w tym obszarze to **być firmą solidarną, poprzez wsparcie dla grup, zwłaszcza dzieci i młodzieży, znajdujących się w trudnej sytuacji**. Chcemy być firmą solidarną, być dobrym sąsiadem, wspierać nasze otoczenie lokalne i reagować na jego potrzeby. Istotą zrównoważonego rozwoju (społecznej odpowiedzialności biznesu) jest **wpływ**. Chcemy by nasz wpływ był pozytywny a zmiana którą spowodujemy poprawiła jakość życia jak największej liczby mieszkańców.

W strategii zrównoważonego rozwoju szczególnie skupiamy się na **pomocy dzieciom i młodzieży**, gdyż są jedną z najwrażliwszych grup społecznych. Z drugiej strony, skupiając się na dzieciach **wydużamy w czasie pozytywny wpływ i skutki naszych działań** – pomagając **dzisiejszym dzieciom**, budujemy lepszą przyszłość **jutrzejszych dorosłych**, a więc ich rodzin i otoczenia. Kształtujemy tym samym lepsze jutro.

**Kształtujemy  
lepsze jutro.**



### ZARZĄDZANIE OBSZAREM

Nasz cel w zakresie Otoczenia Społecznego realizujemy poprzez działania **Fundacji Auchan i zaangażowania naszej ekipy, partnerstwa** z organizacjami charytatywnymi, których misje wpisują się w naszą strategię oraz **współpracę z miejscowymi samorządami** na rzecz poprawy warunków życia okolicznych mieszkańców.

### WSKAŹNIKI

Nasze **wskaźniki** to przede wszystkim **liczba projektów** zrealizowanych przez **Fundację Auchan**, **wysokość dofinansowania projektów**, **liczba pracowników zaangażowanych w działania wolontariackie**, **liczba lokalnych stowarzyszeń wspieranych przez sklepy Auchan**, **liczba ton żywności** zebranej wraz z Bankami Żywności na rzecz potrzebujących.





## Dofinansowane projekty

Swoją działalność w Polsce Fundacja rozpoczęła od **2 projektów** zrealizowanych w roku **2011**, w roku **2012** było to już **9 projektów**. W roku **2013** Fundacja Auchan dofinansowała **12 projektów**. Działając na rzecz polskich projektów, **od połowy 2011 roku do końca roku 2013** Fundacja Auchan na rzecz młodzieży wsparła **23 lokalne projekty**, a całość dofinansowania **przekroczyła kwotę 260 tys. Euro**.



PROJEKTY DOFINANSOWANE PRZEZ FUNDACJĘ AUCHAN W ROKU 2013

Lp.	Projekt	Nazwa Stowarzyszenia	Sklep opiekun
1	Wsparcie terapii dzieci z autyzmem poprzez muzykę - program komputerowy (zamiana nut na cyfry i litery)	Towarzystwo Wspierania Inicjatyw Społecznych na Rzecz Kształcenia Specjalnego	Bonarka Kraków
2	Wyrównanie szans edukacyjnych dla dzieci z dzielnicy Fordon	Fundacja Wiatrak	Bydgoszcz
3	Wyrównywanie szans życiowych i kształtowanie nawyków zdrowego stylu życia wychowanków Wioski Dziecięcej Biłgoraj	SOS Wioska Dziecięca w Biłgoraju	Krasne Rzeszów
4	Hipoterapia dla dzieci niepełnosprawnych	Fundacja pomocy dzieciom niepełnosprawnym	Piaseczno
5	Wsparcie dla Fundacji Dogonić Marzenie przy Domu Dziecka nr 10 w Pyrach – edukacja i rozwój poprzez sport i turystykę	Dogonić Marzenie	Piaseczno
6	Dofinansowanie strojów zespołu folklorystycznego, kultywowanie tradycji	Zespół dziecięcy Łanniki	Swadzim Poznań
7	Projekt wsparcia edukacyjnego dla dzieci z regionów wiejskich	Fundacja św. Barnaby	Częstochowa
8	Wsparcie wyjazdu dla dzieci na kolonie i obozy	Stowarzyszenie Przyjaciół Rodziny	Rumia
9	Projekt wsparcia wyjazdów na wakacje, wyjścia do kina, integracji	Stowarzyszenie Pomocy Autystom	Kolbaskowo
10	Wsparcie dla dzieci z rodzin dysfunkcyjnych	Stowarzyszenie FREEDOM	Białystok Produkcyjna
11	Wsparcie na zakup specjalistycznego sprzętu dla dzieci upośledzonych umysłowo	Stowarzyszenie na rzecz upośledzonych umysłowo PSOUU	Żory
12	Wsparcie rozwoju emocjonalnego dzieci w wieku przedszkolnym	Fundacja AUXILIUM	Sosnowiec

## Podstawowe fakty

Fundacja Auchan na rzecz młodzieży została założona w 1996 roku. W roku 2011, z okazji 50-lecia firmy, Auchan umożliwiło wszystkim krajom, w których prowadzi działalność, korzystanie z subwencji.

Celem Fundacji jest dostarczanie młodym, potrzebującym osobom środków umożliwiających osiągnięcie sukcesu poprzez rozwój zainteresowań i talentu.

Fundacja wspiera lokalne, funkcjonujące w najbliższym otoczeniu centrów handlowych Auchan w Polsce organizacje non-profit, działające na rzecz dzieci i młodzieży i realizujące projekty w następujących obszarach:

**1. Edukacja:** wsparcie edukacyjne, pomoc w odrabianiu pomocy domowej, zapewnianie dostępu do kultury, wspieranie reintegracji, nauka zawodu, wsparcie społeczne i zawodowe

**2. Poszanowanie środowiska:** budowanie świadomości ekologicznej, projekty na rzecz niwelowania problemów środowiskowych

**3. Zdrowie:** promowanie zdrowego trybu życia i zdrowych nawyków żywieniowych, walka z otyłością dzieci i młodzieży

Priorytet mają projekty w których przede wszystkim jest wzmocnione zaangażowanie ekipy Auchan w działania na rzecz danej organizacji.

# Opis wybranych projektów wspieranych przez Fundację Auchan

## **POMOC DZIECIOM I MŁODZIEŻY**

Fundacja „Dogonić Marzenie” z Piaseczna koncentruje się na pomocy dzieciom i młodzieży. Dofinansowanie Fundacji Auchan umożliwiło wyposażenie sali multimedialnej w Domu Dziecka w Pyrach w sprzęty niezbędne do prowadzenia ćwiczeń i warsztatów sportowych, które rozwijają pasję do sportu oraz pomagają zadbać o właściwą postawę ciała i dobre warunki psychiczne. Dzięki wsparciu Fundacji Auchan został także zorganizowany obóz letni dla podopiecznych Domu Dziecka. Dodatkowo młodzież z Domu Dziecka mogła uczestniczyć w stażach zawodowych w sklepie Auchan w Piasecznie.

## **„Z NADZIEJĄ W PRZYSZŁOŚĆ” WYRÓWNYWANIE SZANS ŻYCIOWYCH I KSZTAŁTOWANIE NAWYKÓW ZDROWEGO STYLU ŻYCIA WYCHOWANKÓW WIOSKI DZIECIĘCEJ SOS W BIŁGORAJU**

Wsparcie Fundacji Auchan pozwoliło zatroszczyć się o wyrównanie szans edukacyjnych i rozwój kompetencji podopiecznych wioski. Dla dzieci zorganizowane zostały warsztaty plastyczne, sportowe oraz edukacyjne; zakupione zostały 4 zestawy komputerowe do pracowni komputerowej, 12 rowerów wraz z akcesoriami, programy do reedukacji i terapii logopedycznej, sztalugi na zajęcia plastyczne.

Zorganizowano Rajd majowy i naukę jazdy na nartach, sfinansowane zostały zajęcia z gimnastyki korekcyjnej na basenie, wynagrodzenie instruktora sportowego i logopedy. Wydane zostały również albumy z pracami plastycznymi i fotograficznymi dzieci. Ponadto, wolontariusze ze sklepu Auchan Krasne zaprosili podopiecznych do poznania zawodów Auchan, organizując warsztaty piekarnicze oraz ogrodnicze, a także liczne spotkania tematyczne. Mimo że wsparcie finansowe miało miejsce w roku 2013 – wolontariusze Auchan Krasne nadal uczestniczą w życiu Wioski.

POMOC DZIECIOM I MŁODZIEŻY  
Fundacja „Dogonić Marzenie” z Piaseczna



## **WSPARCIE TERAPII AUTYSTYCZNYCH DZIECI POPRZEC MUZYKĘ**

Stowarzyszenie TWISRKP z Krakowa otrzymało wsparcie od Fundacji Auchan na zakup programu komputerowego, dzięki któremu nuty zamienione na litery i znaki będą mogły być czytane przez dzieci z niepełnosprawnością ruchową i umysłową. Dzieci mogą tym samym samodzielnie grać, w ramach terapii muzyką. Metoda cyfrowo-literowa nauki gry na instrumentach muzycznych opiera się na zastąpieniu nut cyframi i literami – łatwiejszymi do zapamiętania i odtworzenia w postaci dźwięków przez niepełnosprawnych uczniów.

Sklep Auchan Bonarka w Krakowie zobowiązał się do przeprowadzenia warsztatów z zawodów Auchan dla młodzieży ze stowarzyszenia.

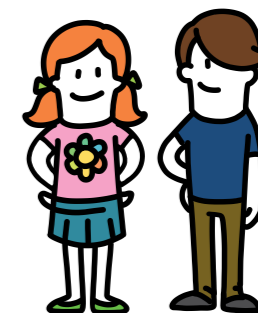
## **WYRÓWNYWANIE SZANS EDUKACYJNYCH**

Fundacja „Wiatrak” z Bydgoszczy licząca ponad 1000 podopiecznych, dzięki pomocy Fundacji Auchan podjęła kolejne działania mające na celu poprawę rozwoju psychofizycznego dzieci. Zostały zorganizowane zajęcia socjoterapeutyczne z profilaktyki

uzależnień, które podnoszą świadomość tych problemów wśród młodzieży.

Dzięki wsparciu Fundacji Auchan Wiatrak zorganizował szkolenia między innymi z zakresu kreatywności, wyrażania się, oraz informatyczne.

Sklep Auchan Bydgoszcz czynnie uczestniczył w pracach Fundacji Wiatrak oraz promował jej dokonania.



” Dyrekcja Auchan to nasz wyjątkowy darczyńca. Firma wspomaga podopiecznych naszej fundacji materialnie oraz poprzez działania wolontariackie. Pracownicy z Dyrekcji Auchan włączają się w nasze działania charytatywne, imprezy dla dzieci i rodziców, organizują pomoc rzeczową – wyprawki szkolne, paczki świąteczne, przekazują artykuły AGD, odzież itp., obejmując swoją pomocą również dzieci potrzebujące pomocy edukacyjnej. Są ludźmi wielkiej wrażliwości i ogromnego serca. ”

Ewa Lubianiec  
Fundacja „Pomóż Dorosnąć”



Pełna lista projektów jest dostępna na stronie www Auchan <http://www.auchan.pl/o-auchan/fundacja-auchan-na-rzecz-mlodziezy>

# PARTNERZY



Auchan Polska od lat współpracuje z organizacjami, które koncentrują się na rozwiązywaniu dotkliwych problemów społecznych, takich jak niedożywienie, oraz na niesieniu pomocy sierocnym czy chorym dzieciom, walce z rakiem, wykluczeniem społecznym. Są to między innymi: **SOS Wioski Dziecięce, Fundacja Dr Clown, Fundacja DKMS, Banki Żywności.**

Oto dwa z nich:

**Banki Żywności**



## WALKA Z BIAŁACZKĄ - DKMS

Auchan Polska wspiera fundację DKMS w walce z białaczką, organizując akcje rejestrowania potencjalnych dawców szpiku. Współpraca z fundacją DKMS zaczęła się w grudniu 2012 roku, i zapoczątkowała tradycję Mikołajkowych Dni Dawców Szpiku. W roku 2013 przeprowadzone zostały kolejne akcje rejestracji. Majowa – Urodzinowe Dni Dawców szpiku – z okazji urodzin Auchan, lipcowa – z okazji święta Francji (14.07) i kolejna Mikołajkowa – w grudniu 2013.

**SOS WIOSKI DZIECIĘCE**



Podczas wszystkich 3 akcji, przeprowadzonych w roku 2013, dzięki zaangażowaniu wolontariuszy i wszystkich sklepów zarejestrowano około **10 000 potencjalnych dawców. W latach 2012 – 2013 ogółem zarejestrowano 15 000**, spośród których **już 12 osób** oddało komórki macierzyste na rzecz potrzebujących.

We wszystkich tych akcjach uczestniczyli wolontariusze Auchan, po przeszkoleniu przez osoby z DKMS. Razem było to ok. **250 osób** i ponad **1000 godzin** wolontariatu.

„...Zostałam wolontariuszem akcji DKMS ponieważ uważam, że dzięki mojemu zaangażowaniu być może znajdzie się osoba, która uratuje komuś życie. W obecnych czasach wszyscy jesteśmy zabiegani, skupiamy się tylko na swojej pracy, a rzadko myślimy o innych. Takie akcje jak DKMS pomagają nam zrozumieć jak dużo możemy zyskać w zamian za swoje zaangażowanie. Mam nadzieję, że udzielona przeze mnie pomoc przyczyni się do uratowania choćby jednego ludzkiego życia a to dla mnie jest najważniejsze...”



**Monika Szewczyk**  
Kasjerka



## WALKA Z NIEDOŻYWIENIEM - BANKI ŻYWNOCI

Wzorem lat ubiegłych w 2013 roku sklepy Auchan włączyły się w 3 akcje których celem była zbiórka żywności na rzecz najbardziej potrzebujących: **wielkanocna – w marcu 2013**, akcja **Podziel się posiłkiem** z firmą Danone w **październiku** oraz **Świąteczna Zbiórka** Żywności w **grudniu 2013**. Zbiórka żywności to istotna forma wsparcia osób ubogich. W zbiórkach biorą udział

wszystkie sklepy Auchan, które są sąsiadami Banków Żywności. Zebrane podczas akcji produkty trafiły do organizacji partnerskich, którym codziennie pomagają Banki Żywności m.in. do: jadłodajni dla ubogich, noclegowni dla bezdomnych, domów dla samotnych matek, świetlic dla ubogich dzieci i innych organizacji zajmujących się opieką najuboższych. Podczas dwóch zbiórek żywności, zorganizowanych w sklepach Auchan w roku 2013 udało się zebrać **34,295 ton** żywności.



Podczas dwóch zbiórek żywności, zorganizowanych w sklepach Auchan w roku 2013 udało się zebrać

**34 tony** żywności.

# WYBRANE PROJEKTY REALIZOWANE PRZEZ SKLEPY AUCHAN

**„Hojność nie wyklucza istnienia ściśle obowiązujących zasad, nakładając na Współpracowników Auchan powiązanych z danym projektem odpowiedzialność za zaangażowane środki”**

- Vianney Mulliez, podczas pierwszego posiedzenia Zarządu Fundacji Auchan na rzecz młodzieży, 12 marca 2012 roku

Auchan uczestniczy w życiu społecznym i realizuje swoją misję bycia dobrym sąsiadem i firmą solidarną nie tylko poprzez działania Fundacji Auchan, ale także poprzez indywidualnie wybierane przez ekipy poszczególnych sklepów lokalne stowarzyszenia i zaangażowania na rzecz swoich sąsiadów. Są to projekty o różnym charakterze, nie tylko charytatywne. Łączy je jedno – **umiejętność dostrzeżenia drugiego człowieka**, a także **chęć niesienia pomocy i podarowania komuś uśmiechu**, zdolność odnalezienia w sobie **współczucia i życzliwości**.

TAK POMAGALIŚMY:

Auchan Wola	W ramach współpracy z Domem Dziecka Nr 3 Koło, w styczniu 2013 ośmiu pracowników Auchan Wola <b>pomalowało pokoje dla dzieci</b> .
Auchan Mikołów	Pracownicy Auchan Mikołów przyszli do <b>seniorów ze szpitala Opiekuńczo-Leczniczego</b> w Mikołowie z wizytą i pysznymi pączkami w Tłusty Czwartek.
Auchan Wolbórz	Auchan Wolbórz <b>otoczyło opieką trzy bociany</b> , które przyleciały z nastaniem wiosny. By pomóc ptakom, które z uwagi na zimową aurę nie mogły samodzielnie zdobyć pożywienia, pracownicy Auchan po konsultacji z weterynarzem z pobliskiego nadleśnictwa dokarmiali ptaki.
Auchan Hetmańska Białystok	Auchan Hetmańska zorganizowało dla <b>podopiecznych Białostockiego Hospicjum dla Dzieci</b> Koloraton - bieg połączony ze zbiórką środków na Hospicjum. Uczestnicy zostali obsypani kolorowymi farbami i utworzyli wielką żywą tęczę.
Auchan Modlińska	Auchan Modlińska zaangażowało się w <b>pomoc bezdomnym zwierzętom</b> . Przez dwa tygodnie przez mikrofon, w marketowej gazetce i na tablicach przedstawiano pieski do adopcji i zbierano dary. Dzięki pomocy Auchan Modlińska dom znalazło kilka pieszków.



”

Auchan Hetmańska działając w ramach zrównoważonego rozwoju chętnie wspiera działania na rzecz dzieci. Od lat współpracujemy z Fundacją „Pomóż Im” oraz z wychowankami Domu Dziecka w Krasnem. Cieszę się, że pracuję w firmie, która pomaga dzieciom. Poprzez wsparcie finansowe oraz czas, jaki im poświęcamy możemy sprawić, że ich życie będzie bardziej kolorowe i radosne.



**Martyna Seluk**  
Asystentka Dyrektora

”

”

Chętnie uczestniczę w działaniach na rzecz dzieci, ponieważ czuję potrzebę pomagania innym i lubię poświęcać im swój czas. Widzieć uśmiech na twarzach dzieci to coś wspaniałego. Ja też jestem matką i wiem, ile czasu i serca one potrzebują. Pomoc finansowa jest również bardzo ważna – fundacje utrzymują się dzięki pozyskaniu środków od ludzi dobrej woli. Każdy zebrany grosz jest ważny i potrzebny do normalnego funkcjonowania organizacji.



**Marzena Kuczyńska**  
Kasjerka

”

”

Wolontariat to okazja do zrobienia czegoś dobrego dla drugiego człowieka, działania na rzecz innych, to także droga do poznania samego siebie. Kiedy w 2012 roku rozpoczęliśmy współpracę z Fundacją DKMS zaangażowałam się ja i moje koleżanki, które czują podobnie. Dzięki temu, że mogłam rejestrować potencjalnych dawców, miałam okazję poznać wielu wartościowych ludzi, którzy wierzą, że przy odrobinie dobrej woli można odmienić, a nawet uratować ludzkie życie. Od 2 lat współpracujemy ze Stacją Krwiodawstwa w Katowicach, mamy stałe wizyty ambulansu do pobierania krwi. Propagujemy honorowe krwiodawstwo bo krew to najcenniejszy dar. Dzięki Auchan mogę realizować swoje marzenia, pomagać bezinteresownie innym i to jest dla mnie i moich koleżanek, wolontariuszek z Auchan największą nagrodą.



**Joanna Sabala**,  
Senior Manager ds. Zasobów Ludzkich, Auchan Katowice

”

”

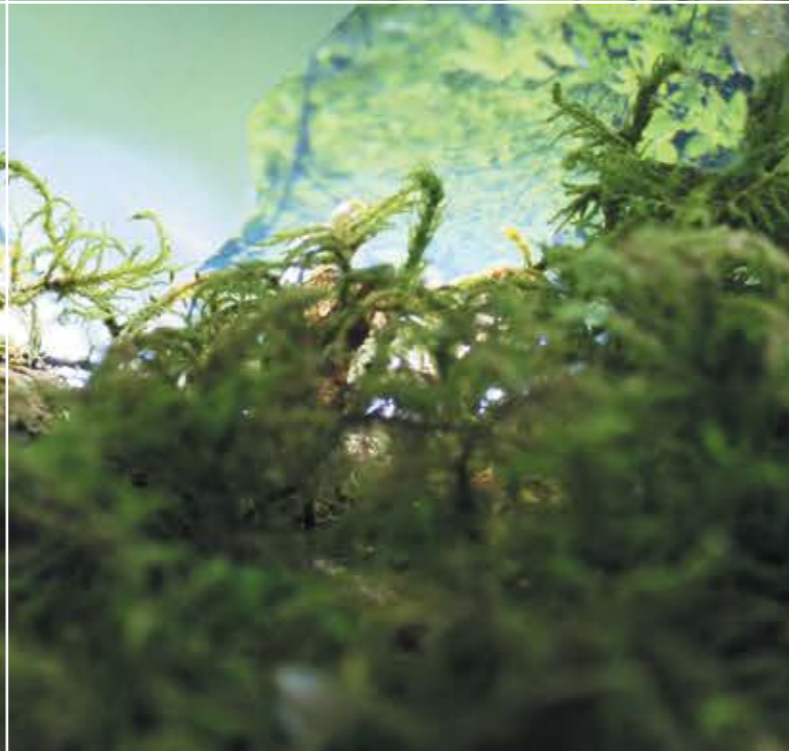
Dzięki zaangażowaniu w akcje charytatywne, animowane przez Auchan, czuję satysfakcję, że zrobiłem coś dobrego dla innych. Wolontariat jest zgodny z moją dewizą życiową, że dobro okazane innym, powraca ze zdwojona siłą.



**Rafał Tuzimek**,  
Auchan Wola

”

# Środowisko



# STRATEGIA W OBSZARZE ŚRODOWISKA

Prośrodowiskowe, zrównoważone podejście do funkcjonowania firmy wynika z przekonań właścicieli, z ich gospodarskiego podejścia. Działania na rzecz środowiska, wiążą się z użyciem nowych technologii i inwestycjami, które zwracają się

w perspektywie długoterminowej. W Auchan patrzymy długoterminowo, stawiamy na zrównoważony rozwój w każdym obszarze, w tym w obszarze środowiska. Tylko właściciel emocjonalnie związany z firmą jest w stanie podejmować takie ryzyko. Rezultaty widzimy wszyscy. Obiekty Auchan są liderami rozwiązań prośrodowiskowych – np. hipermarket Auchan Bronowice, który otrzymał prestiżowy certyfikat ekologiczny BREEAM. W swojej środowiskowej strategii Auchan szuka efektu synergii – wypracowując rozwiązania korzystne zarówno dla firmy jak i środowiska, dąży do racjonalizacji zużycia mediów, ogranicza negatywny wpływ. Ekologiczne podejście do biznesu nie jest czynnikiem zwiększającym koszty, przeciwnie, oznacza oszczędność i zysk przy jednoczesnej trosce o środowisko. W przypadku nowych inwestycji Auchan Polska czerpie z doświadczeń innych krajów, śledzone są rozwiązania które istnieją w Europie. Przy nowych inwestycjach Auchan Polska wybiera najlepsze. Ważną osią naszej ekologicznej strategii jest także edukacja i budowanie świadomości ekologicznej naszych ekip i naszych klientów, oraz wspólne prośrodowiskowe działania, na rzecz wspólnego dobra jakim jest środowisko.

**Artur Zawieska**  
Dyrektor ds. Inwestycji



## CEL

Nasz cel w obszarze Środowiska to **zmniejszać negatywny wpływ na środowisko w całym łańcuchu wartości i dbać o podnoszenie świadomości ekologicznej.**

## Zarządzanie obszarem

Cel ten realizujemy poprzez nieustannie doskonalony i rozwijany, w oparciu o wymianę doświadczeń i praktyk pomiędzy sklepami Auchan w ramach całej grupy **System Zarządzania Środowiskowego**. Gwarantuje on **kompleksowość** naszego **podejścia** do środowiska i **efekt synergii** pomiędzy jego filarami i stosowanymi działaniami i praktykami.

Są to między innymi: **racjonalizacja zużycia** energii elektrycznej, wody, gazu, papieru, **ograniczenie** emisji CO<sub>2</sub>,

zużycia materiałów opakowaniowych i toreb kasowych a także właściwa gospodarka odpadami i **odzysk**. Istotnym elementem naszej środowiskowej strategii jest **edukacja** – zarówno skierowana do naszych ekip jak i klientów, **zachęcanie** ich do **ekologicznych postaw** i wspólna realizacja **prośrodowiskowych projektów**.

Systematycznie **wzbogacamy ofertę EKO** m.in. wprowadzając i promując produkty energooszczędnych klas energetycznych, inwestujemy w **przychylnie środowisku technologie** i wycofujemy technologie obciążone niekorzystnym środowiskowym wpływem (np. czynniki freonowe w instalacjach chłodniczych).

### SYSTEM ZARZĄDZANIA ŚRODOWISKOWEGO

1. Racjonalizacja zużycia.
2. Redukcja negatywnego wpływu.
3. Edukacja i budowanie świadomości ekologicznej.

## WSKAŹNIKI

Nasze **miary** to **wskaźniki zużycia** (gaz, woda, energia elektryczna) i **odzysku** (folia, karton, odpady komunalne, mięsne), **szkolenia** i **projekty pro-eko**, **liczba przeszkolonych pracowników**.

Kwestie środowiskowe leżą w gestii dyrektora ds. Inwestycji na poziomie kraju i menedżerów ds. technicznych na poziomie konkretnych sklepów. Oba te poziomy dzielą się doświadczeniami i praktykami, tak by potwierdzone doświadczeniem najsukcesowniejse praktyki mogły być wdrażane w innych lokalizacjach.



### ZARZĄDZANIE WPŁYWEM ŚRODOWISKOWYM W ŁAŃCUCHU WARTOŚCI

łańcuch dostaw	oferta	sklepy – środowisko	sklepy – ekipa	relacje z klientami
współpraca z lokalnymi dostawcami	oferta BIO i EKO	monitoring zużycia mediów online	szkolenia dla pracowników: ekologiczne, z segregowania i odzysku odpadów	zachęcanie klientów do ekologicznych postaw - Eko-mebel
współpraca z dostawcami na rzecz redukcji materiałów opakowaniowych	zrównoważona sprzedaż ryb	system segregacji odpadów	Księga Dobrych Praktyk Ekologicznych	akcje ekologiczne z klientami
współpraca z hodowcami ryb korzystającymi z odpowiedzialnych łowisk	klasa energooszczędna w ofercie Auchan	dematerializacja - przejście na elektroniczne faktury	pozytywna rywalizacja pomiędzy ekipami w zakresie oszczędności zużycia mediów	działania w zakresie toreb kasowych (biodegradowalne torby, edukacja pracowników linii kas, ekologiczne alternatywy, np. torby wielokrotnego użytku)
optymalizacja trasy dostawy (karta optymalizacji)	promowanie zdrowego odżywiania	wykorzystanie proekologicznych technologii	czujniki ruchu - optymalizacja zużycia energii elektrycznej	EkO-akcje z klientami
nowoczesny tabor (pojazdy z normą Euro 3 i 5)		światłki w dachach	dotychczasowe kryterium środowiskowe do oceny kadry menedżerskiej	

# RACJONALIZACJA ZUŻYCIA

Racjonalizacja zużycia jest pierwszym obszarem naszej strategii zarządzania środowiskowego. Wierzymy że każdy z nas powinien chronić środowisko – jako nasze wspólne dobro - i że ważne są drobne gesty, codzienne proste decyzje, które podejmujemy, zaś ich skumulowany rezultat daje widoczne efekty i korzyści dla środowiska.

Na podstawie analizy zużycia mediów stworzyliśmy **ekonomiczny model zużycia**, który pokazuje optymalne poziomy w każdej ze stref. W momencie przekroczenia tych poziomów system monitorowania mediów wysyła do odpowiedzialnych osób informacje.

W roku 2013 kontynuowaliśmy **prace nad ograniczeniem zużycia mediów**. Pomimo otwarcia nowego sklepu wskaźniki te spadły, wpisując się w trend ostatnich 4 lat. W roku 2013 najwyższy spadek odnotowany został w zużyciu energii elektrycznej.



## ZUŻYCIE MEDIÓW LATA 2010 - 2013

Zużycie	2010	2011	2012	2013
energii elektrycznej w kwh/m <sup>2</sup> powierzchni sprzedaży	473	468	451	426
gazu w m <sup>3</sup> / m <sup>2</sup>	18	16	15	15
wody w m <sup>3</sup> / m <sup>2</sup>	0,99	0,96	0,91	0,87

## Energia elektryczna

Na rok 2013 postawiliśmy sobie **cel zmniejszenia zużycia energii elektrycznej o 2,5%** w stosunku do roku poprzedzającego. Dzięki wysiłkom ekip oraz szeregom praktyk takich jak: wymiana oświetlenia na energooszczędne, wprowadzenie czujników ruchu dla wyeliminowania zbędnego oświetlenia i optymalnego regulowania pracy klimatyzatorów, wprowadzenie świetlików w dachach cel ten udało się nie tylko zrealizować ale i przekroczyć i **obniżyć zużycie energii elektrycznej o 5,54%**. W roku 2013 wskaźnik zużycia energii elektrycznej osiągnął poziom **426 kwh na 1 m<sup>2</sup> powierzchni sprzedaży**.

Cel	Realizacja
zmniejszenie zużycia energii elektrycznej o 2,5% w 2013 roku	zmniejszenie o 5,64%

**Jeden z najniższych wskaźników zużycia energii elektrycznej w Grupie Auchan.**



## Woda

Jednym z celów odpowiedzialnego gospodarowania zasobami jest oszczędność zużycia wody. Dla realizacji tego celu w Auchan stosujemy szereg praktyk dotyczących racjonalizacji zużycia wody, takich jak: korzystanie z obiegów zamkniętych, baterie z czujnikiem ruchu, zapobiegające marnotrawstwu wody. Okresowo przeprowadzane są także kontrole szczelności urządzeń, celem zapobieżenia niekontrolowanym wyciekom.

W roku 2013 wskaźnik zużycia wody wynosił **0,87 m<sup>3</sup>** wody na 1 m<sup>2</sup> powierzchni sprzedaży.

## Gaz

Dla redukcji zużycia gazu stosujemy w Auchan sterowanie zużyciem ciepła uzależnione od temperatury zewnętrznej (100% sklepów, w których jest ogrzewanie gazowe), wdrożono system odzysku ciepła z centrali chłodniczej. Regularnie przeprowadzane są przeglądy techniczne instalacji, dla lepszej wymiany ciepła raz do roku są czyszczone i odkamieniane kotły gazowe.

W roku 2013 wskaźnik zużycia gazu wynosił **14,96 m<sup>3</sup>** gazu na 1 m<sup>2</sup> powierzchni sprzedaży.



# REDUKCJA NEGATYWNEGO WPŁYWU



## Recykling odpadów i odzysk

Kolejnym sposobem redukcji negatywnego wpływu są **odzysk** oraz **recykling**.

**Recykling** to fizyczny i/lub chemiczny proces, w którym przetwarzane są zebrane i posortowane opakowania użytkowe oraz ich odpady, w celu wytworzenia surowca wtórnego, a następnie wyrobu finalnego z surowca wtórnego lub z udziałem surowca wtórnego (norma PN-EN 13430).

**Odzysk** to wszelkie działania, niestwarzające zagrożenia dla życia, zdrowia ludzi lub dla środowiska, polegające na wykorzystaniu odpadów w całości lub części.

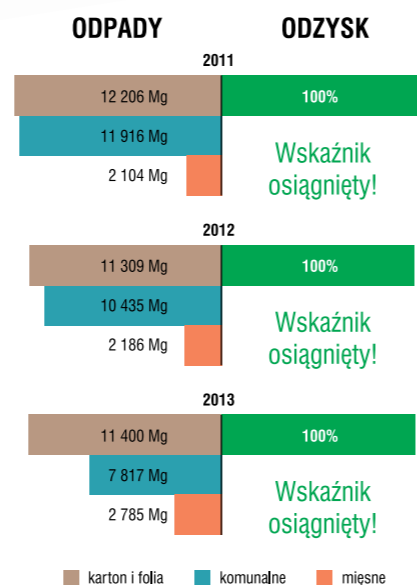
**Polityka zarządzania odpadami** stanowi część **Systemu Zarządzania Środowiskowego**. W Polityce zapisane są następujące obszary:

- działania na rzecz zmniejszania negatywnego wpływu środowiskowego
- zmniejszanie ilości odpadów
- zwiększanie odzysku

Dla realizacji związanych z nimi celów każdy ze sklepów Auchan wyposażony został w belownice prasujące odpady oraz kontenery suche i mokre do gromadzenia odpadów. Posortowane odpady wysyłane są do recyklingu. Auchan współpracuje z firmą odzysku Rekopol.

Dzięki tym działaniom **poziom odzysku odpadów opakowaniowych** w roku 2013 wynosi **100%**.

Wskaźniki odpadów	
odpady łącznie	22 919
odpady segregowane	14 574 (64%)
odpady - karton i folia (Mg)	11 400
odpady komunalne niesegregowane (Mg)	7 817
odpady mięsne (Mg)	2 785



Segregowanie i odzysk **100%** kartonu i folii.

Mg (Megagram) – pochodna jednostka masy w układzie SI równa jednemu milionowi gramów (1 000 000 g - tona), standardowa jednostka recyklingu stosowana do określania ilości odpadów.

## Torby kasowe

Dla firmy o charakterze handlowym istotnym wpływem środowiskowym są torby kasowe. Zminimalizowanie tego wpływu jest kolejnym celem wynikającym z Systemu Zarządzania Środowiskowego.

Wpływem tym zarządzamy poprzez:

ograniczenie liczby toreb kasowych	ekologiczne sposoby pakowania
<p><b>szkolenie</b> dla pracowników w zakresie optymalizacji pakowania</p> <p><b>szkolenia</b> dla pracowników z zakresu środowiska</p> <p>projekt „<b>Ekologicznie na kasach</b>” zachęcający klientów do segregowania towarów na taśmie celem ich efektywniejszego pakowania oraz korzystania z ekologicznych alternatyw</p>	<p><b>bezpłatne:</b> biodegradowalne torby kasowe (ze składnikiem d2w)</p> <p><b>odpłatne:</b> torby wielokrotnego użytku z d2w i jutą</p> <p>plastikowe skrzynki do pakowania zakupów i ich bezpiecznego przewożenia w samochodzie</p>



Dzięki powyższym działaniom, rozpoczętym w 2010 roku, **liczba toreb kasowych** rozdstrybuowanych na 1 m<sup>2</sup> powierzchni sprzedaży w latach 2010 - 2012 uległa redukcji: 2010 - **658**, 2011 - **638**, 2012 - **625**, 2013 - **630**.

W latach 2012 i 2013 Auchan otworzyło dwa kolejne sklepy: **29 listopada 2012** roku - **Auchan Łomianki** i **30 listopada 2013** roku **Auchan Bronowice**. Z uwagi na fakt, iż otwarcie Auchan Łomianki nastąpiło 29 listopada i wynik za rok 2013 obejmuje jeden miesiąc działania dodatkowego sklepu (Auchan Łomianki), w stosunku do roku poprzedzającego – w roku 2012 udało się utrzymać **tendencję spadkową (638 – 625)**. Wynik w roku 2013 uległ **nieznacznemu podwyższeniu (625 – 630)** z uwagi na fakt, iż obejmuje on już pełne 12 miesięcy funkcjonowania Auchan Łomianki oraz dodatkowy miesiąc funkcjonowania sklepu Auchan Bronowice.

**Liczba toreb jednorazowych** rozdstrybuowanych na kasach na m<sup>2</sup> powierzchni sprzedaży

2010	2011	2012	2013
658	638	625 <sup>1)</sup>	630 <sup>2)</sup>
		29 XI 2012 r. Auchan Łomianki	30 XI 2013 r. Auchan Bronowice

1) 29 listopada 2012 otwarcie nowego sklepu - Auchan Łomianki  
 2) 30 listopada 2013 otwarcie nowego sklepu - Auchan Bronowice





# EDUKACJA I BUDOWANIE ŚWIADOMOŚCI EKOLOGICZNEJ

Ważną osią zarządzania naszym wpływem środowiskowym są działania edukacyjno - informacyjne oraz eko-akcje i animacje adresowane zarówno do naszych pracowników jak i klientów. Ich celem jest pogłębienie świadomości ekologicznej i zachęcanie do ekologicznych postaw.

## Szkolenia

Szkolenia ekologiczne dostępne są w formule e-learningowej. Pracownicy Auchan mają do dyspozycji szkolenia o zrównoważonym rozwoju (obszar środowisko), segregowaniu i odzysku odpadów, oszczędności energii.

W roku 2013 nasi pracownicy odbyli **203,19 godzin** szkolenia z zakresu **odzysku odpadków**, **1823,88 godzin szkoleniowych** z zakresu **zrównoważonego rozwoju**, **149,89 godzin** z zakresu **oszczędności energii**.

### Pracownicy przeszkoleni w zakresie zrównoważonego rozwoju

2010	2011	2012	2013
5 939	3 645	4 875	1 863



## Akcje pro-eko

Kolejnym celem związanym z obszarem środowiska była realizacja minimum 1 akcji pro-eko, mającej na celu uwrażliwienie pracowników i klientów na problem odpadów, w każdym sklepie w 2013 roku. Cel ten został wypełniony.

Są to akcje prowadzone przez wybrane sklepy, lub kilka sklepów, w niektórych biorą udział partnerzy, wszystkie łączą troskę o środowisko i chęć działania na rzecz zminimalizowania negatywnego wpływu. A oto kilka z nich:

**Auchan Żory. „Segreguj śmieci”**  
Auchan Żory razem z Urzędem Miasta przeprowadziło akcję mającą na celu podnoszenie świadomości ekologicznej klientów i pracowników pt. „Segreguj Śmieci”. Akcja promowana była poprzez plakaty i ulotki, które znaleźć można było na portierni oraz przy wejściu do sklepu. Dodatkowo, klienci otrzymywali przy kasach ulotki informacyjne zachęcające do recyklingu i ekologicznych postaw.

**Dyrekcja Auchan. Zbiórka nakrętek**  
Akcja zainicjowana w marcu 2012 roku przez Dział Księgowości, do akcji dołączyli pracownicy Dyrekcji Generalnej, Centrali Zakupów i Serwisów. Akcja łączy działanie prośrodowiskowe z pomocą najbardziej potrzebującym. Za zarobione ze sprzedaży nakrętek środki udało się wspomóc: Michała – podopiecznego Stowarzyszenia „Dom Rodzina Człowiek”, 2,5 letniego Kubę cierpiącego na rdzeniowy zanik mięśni (chłopiec otrzymał elektryczny wózek) oraz Eryka – chorego na nowotwór wątroby (Eryk został zoperowany). Akcja będzie kontynuowana w roku 2014.



**Auchan Wola. Zbiórka odpadów**  
W Auchan Wola przeprowadzono zbiórkę odpadów. Za posegregowane odpady, przyniesione do sklepu Klienci otrzymywali zdrowe nagrody: jabłka, banany, pomarańcze i winogrona. Razem Auchan Wola rozdało około 850 kg owoców, zaś w czasie trwania akcji udało się zebrać około 400 kg szkła, 300 kg papieru, 100 kg plastiku i metalu, 700 kg elektrośmieci, w tym baterii.

**Auchan Łomianki. Zbiórka książek**  
Auchan Łomianki wraz z Biblioteką Miejską oraz Domem Kultury w Łomiankach zrealizowało akcję zbiórki niepotrzebnych książek klientów, które zasiliły księgozbiory biblioteki i domu kultury, dzięki czemu mogą przynosić radość i wzbogacać życie kolejnych czytelników.

**Auchan Piaseczno i Carlsberg. „Butelka zwrócona – przyroda chroniona”**  
Firmy Carlsberg i Auchan Piaseczno wspólnie zrealizowały akcję proekologiczną: „Butelka zwrócona - przyroda chroniona”, w ramach której organizatorzy zachęcali klientów do odnoszenia butelek do sklepów. W październiku 2013 miał miejsce jej pilotaż w Auchan Piaseczno. Projekt obejmował działania edukacyjne połączone ze zbiórką opakowań szklanych. Klienci otrzymywali ulotki informujące o korzyściach dla środowiska płynących ze zwrotu butelek i ciekawych faktach dotyczących recyklingu opakowań szklanych, które miały



uzmysłowić skalę problemu oraz korzyści dla środowiska wynikające z ekologicznych postaw. Na klientów, którzy wrzucili do automatu na butelki 6 butelek zwrotnych czekały otwieracze.

**Żory, Komorniki, Częstochowa, Wola, Łomianki. „Kultura to natura” i „Recykling daje owoce”**  
Auchan Żory, Komorniki, Częstochowa, Wola i Łomianki przeprowadziły wspólny program edukacji ekologicznej, w zakresie recyklingu zużytych baterii. Program



W ramach akcji **Kultura to natura** w Auchan Wola zorganizowano zbiórki zużytych baterii oraz zużytego sprzętu elektrycznego i elektronicznego, w zamian za elektrośmieci klienci otrzymywali filmy lub słuchowiska m.in:

Pchłą Szachrajkę, Jasia i Małgosię, Kopciuszka, Czerwonego Kapturka, Autobusy oraz bilety do kin, teatrów, muzeów. Można było także otrzymać bilety na wycieczki z przewodnikami, kursy nauki tańca czy rejsy po Wiśle. Do akcji przyłączyły się praktycznie wszystkie warszawskie instytucje kultury.



W ramach akcji **Recykling daje owoce** w zamian za przyniesione przez mieszkańców zużyte baterie i inne odpady rozdano około 2 ton owoców, w tym: jabłka, banany, pomarańcze i winogrona.

składał się z dwóch części: działań komunikacyjnych promujących recykling zużytych baterii oraz ośmiu publicznych zbiórek baterii. Działania komunikacyjne były prowadzone z wykorzystaniem mediów o charakterze lokalnym i ogólnopolskim (serwisy www, prasa, radio i telewizja). Przeprowadzono w sumie 6 akcji „Kultura to Natura” i 2 akcje „Recykling daje owoce”.



# ROZWÓJ Z POSZANOWANIEM ŚRODOWISKA - AUCHAN BRONOWICE



30 listopada 2013 r. został otwarty 28. Hipermarket pod szyldem Auchan w Polsce. Sklep znajduje się w północnej części Krakowa, w dzielnicy Bronowice, przy ul. Stawowej 61. Auchan Bronowice to, w duchu wizji Auchan, przede wszystkim niskie ceny, duży wybór i profesjonalna obsługa.

Na powierzchni ponad 16 tys. m<sup>2</sup> oddano do dyspozycji Klientów ponad 60 tys. produktów w niskich cenach. Sklep oferuje pieczywo z własnej piekarni

oraz wypiekane na miejscu ciasteczka w 300 rodzajach. Ponad 700 m<sup>2</sup> przeznaczono na ofertę produktów do ogrodu. Sklep ma wyjątkowy

dział firan i zasłon z własnym punktem krawieckim, który dopasowuje długość na życzenie klienta. W Dziale Ryby Klienci znajdują ponad 150 gatunków świeżych ryb morskich, szeroki wybór owoców morza, a także wybór zestawów sushi.



**60 000 m<sup>2</sup>** powierzchnia galerii

**16 600 m<sup>2</sup>** powierzchnia sklepu  
(55% - część przemysłowa, 45% - część spożywcza)

**740 m<sup>2</sup>** powierzchnia ogrodu zewnętrznego

**2 800** miejsc parkingowych

**63** kasy, **8** kas miłych

**Certyfikat BREEM (Building Research Establishment's Environmental Assessment Method)**, przyznawany przez brytyjską organizację BRE Global Ltd., jest jednym z najbardziej znaczących światowych instrumentów opiniowania budynków pod względem przyjazności budowlanych oraz komfortu użytkownika nowych inwestycji budowlanych.

Na wysoką ocenę projektu budynku oraz jego infrastruktury wpłynęło wykorzystanie przyjaznych środowisku materiałów konstrukcyjnych, izolacyjnych i wykończeniowych, a także nowoczesnych systemów wentylacyjnych, które zostały wyposażone w detektory dwutlenku węgla i czujniki zapewniające stały dopływ świeżego powietrza. Dodatkowym atutem okazało się także zastosowanie energooszczędnych wind, systemów oświetlenia, klimatyzacji i ogrzewania. Natomiast, dzięki zainstalowanemu monitoringowi zużycia energii elektrycznej, pobór prądu będzie niższy o blisko 40% w stosunku do regulacji krajowych (i tradycyjnych obiektów).

Wśród istotnych pod względem ekologicznym udogodnień, wzięto pod uwagę także wprowadzenie monitoringu ilości zużywanej wody i jakości odprowadzanych ścieków. Galeria Bronowice posiada również rozwiniętą infrastrukturę dla rowerzystów w ramach zasad związanych ze zrównoważonym transportem oraz punkt informacyjny, dotyczący pobliskich rozwiązań komunikacyjnych transportu miejskiego. Zachowano także równowagę pomiędzy obszarem zabudowanym a terenami zielonymi.

# Informacje o raporcie

## DO KOGO KIERUJEMY NINIEJSZY RAPORT

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.

## RAPORTOWANIE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU W AUCHAN

Niniejszy raport **obejmuje rok kalendarzowy 2013**, zawarte w nim **dane dotyczą** działalności **Auchan Polska**.

Auchan Polska raportuje w cyklu rocznym, ostatni raport zrównoważonego rozwoju został wydany we wrześniu 2013 roku. Niniejszy raport jest 6. raportem zrównoważonego rozwoju Auchan, 3. w komunikacji zewnętrznej. Od roku 2011, przystąpienia do paktu Global Compact, Auchan wydaje także raport Communication on Progress.

## Raporty zrównoważonego rozwoju Auchan Polska

można odnaleźć [tutaj](#) ↗, raporty Communication on Progress – [tutaj](#) ↗.

## ZAWARTOŚĆ RAPORTU

Przedstawiane w raporcie zagadnienia wynikają z wprowadzonej w roku 2008 strategii zrównoważonego rozwoju (ZR) Auchan Polska, podjętych przez firmę zobowiązań oraz kwestii istotnych dla kluczowych interesariuszy firmy. Struktura raportu odpowiada czterem obszarom strategii ZR Auchan: **miejsce pracy, rynek, otoczenie społeczne i środowisko**. Autorzy raportu korzystali z wytycznych GRI G4. Raport nie został poddany zewnętrznej weryfikacji.

## ZMIANY W OKRESIE RAPORTOWANIA

W listopadzie 2013 firma Auchan Polska otworzyła hipermarket w krakowskich Bronowicach – Auchan Bronowice.

**DZIĘKUJEMY!!!!!!**

**Dziękujemy Państwu za zainteresowanie naszymi dokonaniem na drodze zrównoważonego rozwoju w roku 2013 i lekturę niniejszego raportu. Dziękujemy koleżankom i kolegom z Auchan Polska za współpracę przy tym raporcie i ich pasję zmieniać świat na plus.**

## PRZY RAPORCIE PRACOWALI

### Autorzy raportu

Dorota Patejko – Dyrektor ds. Komunikacji Auchan  
Inga Szaniawska – CSR & Communication  
- doradztwo merytoryczne ↗

### Strona graficzna raportu

Projekt graficzny i skład: Agnieszka Neinert ↗  
Ilustracje: Karolina Anderson ↗  
materiały własne Auchan, www.fotolia.com  
Zdjęcia: Paweł Stelmach ↗

\* foto na str. 55 - zdjęcie konkursowe

## PYTANIA, INFORMACJE

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



## KLUCZOWE ASPEKTY RAPORTOWANIA I ICH ODDZIAŁYWANIE

KLUCZOWE ASPEKTY RAPORTOWANIA			oddziaływanie aspektu	
KATEGORIA	Subkategoria	ASPEKT	wewnętrzne	zewnętrzne
<b>WSKAŹNIKI EKONOMICZNE EC</b>				
		Wyniki ekonomiczne	•	•
		Pośredni wpływ ekonomiczny	•	•
<b>WSKAŹNIKI ŚRODOWISKOWE EN</b>				
		Energia	•	•
		Woda	•	•
		Ścieki, odpady	•	•
		Produkty i usługi (oddziaływanie, odzyskiwanie materiałów)	•	•
<b>WSKAŹNIKI SPOŁECZNE</b>				
<b>Praktyki dotyczące zatrudnienia i godnej pracy LA</b>				
		Zatrudnienie	•	•
		Bezpieczeństwo i higiena pracy	•	•
		Edukacja i szkolenia	•	•
<b>Prawa człowieka HR</b>				
		Procedury odnośnie zamówień i inwestycji	•	•
		Prawa człowieka w łańcuchu dostaw	•	•
		Akredytacja dostawców		•
		Przeciwdziałanie dyskryminacji	•	•
		Praktyki w zakresie bezpieczeństwa	•	•
		Mechanizm zgłaszania nieprawidłowości/skarg	•	•
<b>Społeczeństwo SO</b>				
		Społeczność lokalna		•
		Wolontariat pracowniczy	•	•
		Przeciwdziałanie korupcji	•	•
		Udział w życiu publicznym		•
		Zgodność z regulacjami		•
<b>Odpowiedzialność za produkt PR</b>				
		Zdrowie i bezpieczeństwo klienta		•
		Akredytacja dostawców		•
		Zgodność z regulacjami		•

Poza wymienionymi powyżej aspektami GRI, uznanymi za materialne dla firmy Auchan, niniejszy raport zawiera inne, wynikające ze standardów ISO 26 000 i Global Compact oraz pytań interesariuszy. Raport prezentuje funkcjonowanie firmy i stosowane przez nią odpowiedzialne praktyki biznesowe, uznane przez nich za istotne.

Są to między innymi takie zagadnienia jak: program etyczny Auchan, management bliskości, akcjonariat pracowniczy, odpowiedzialne budowanie oferty, jej ciągłe doskonalenie i dopasowanie do potrzeb klienta, troska o jego siłę nabywczą, zdrowie i bezpieczeństwo (np. promowanie zdrowego odżywiania), a także sposób uczestniczenia w życiu społeczności lokalnych, współpraca z Parterami Społecznymi i wspólnie podejmowane na rzecz innych działania.

## WSKAŹNIKI ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU AUCHAN POLSKA

Wskaźnik	2011	2012	2013
<b>MIEJSCE PRACY</b>			
umowy na czas nieokreślony	79%	79%	80%
% uczestnictwa w akcjonariacie pracowniczym	89%	90%	95%
poziom promocji wewnętrznej	44%	45%	46%
% kobiet na stanowiskach kierowniczych	53,9%	56,04%	56,18%
% pracowników niepełnosprawnych do ogółu zatrudnionych	3,42%	3,09%	2,95%
godzin szkoleniowych	290 764	402 692	261 807
<b>RYNEK</b>			
obrót (mld zł)	6 550	6 550	6 591
liczba centrów handlowych	26	27	28
liczba branż	5	5	5
% dostawców, którzy podpisali Kartę Etyki	100%		
audyty u dostawców wg. check-listy Auchan	120	120	83
audyty u dostawców wg. standardu IFS/BRC	192	215	253
<b>SPOŁECZEŃSTWO</b>			
liczba akcji charytatywnych zorganizowanych przez poszczególne sklepy w roku raportowania	104	88	96
liczba lokalnych stowarzyszeń wspieranych przez sklepy Auchan	22	23	23
żywność zebrana w sklepach podczas zbiórek żywności (tony)	19	11	34
liczba projektów dofinansowanych przez Fundację Auchan	2	9	12
<b>ŚRODOWISKO</b>			
zużycie energii elektrycznej kWh/m <sup>2</sup> powierzchni sprzedaży	468	451	426
zużycie gazu m <sup>3</sup> /m <sup>2</sup> powierzchni sprzedaży	16	15	15
zużycie wody m <sup>3</sup> /m <sup>2</sup> powierzchni sprzedaży	0,96	0,91	0,87
odpady - karton i folia (Mg)	12 206	11 309	11400
odpady komunalne niesegregowane (Mg)	11 916	10 435	7817
odpady mięsne (Mg)	2 104	2 186	2785
odzysk odpadów opakowaniowych – folia	100% - wskaźnik osiągnięty		
odzysk odpadów opakowaniowych – karton	100% - wskaźnik osiągnięty		
liczba toreb jednorazowych rozdystrybuowanych na kasach/m <sup>2</sup>	638	625	630
liczba pracowników przeszkolonych w zakresie zrównoważonego rozwoju	3645	4 875	1863

## WSKAŹNIKI GRI

Wskaźnik	Opis	Strona	Zasada Global Compact
<b>STRATEGIA I ANALIZA</b>			
G4-1	Oświadczenie kierownictwa najwyższego szczebla	2, 3, 9	
G4-2	Opis kluczowych wpływów, szans i ryzyk	2, 9	
<b>PROFIL ORGANIZACJI</b>			
G4-3	Nazwa organizacji	10, tylna okładka raportu	
G4-4	Główne marki, produkty i/ lub usługi	11, 15	
G4-5	Lokalizacja siedziby głównej organizacji	tylna okładka raportu	
G4-6	Liczba krajów, w których firma prowadzi operacje	8, 12, 13, 14	
G4-7	Forma własności i struktura prawna organizacji	10, tylna okładka raportu	
G4-9	Skala działalności organizacji	11, 14	
G4-10	Łączna liczba pracowników według typu zatrudnienia, rodzaju umowy o pracę i regionu oraz płci	11, 37	
G4-11	Odsetek zatrudnionych objętych umowami zbiorowymi	◆	
G4-13	Znaczące zmiany w raportowanym okresie dotyczące rozmiaru, struktury lub formy własności	13, 85	
G4-14	Wyjaśnienie, czy i w jaki sposób organizacja stosuje zasadę ostrożności	73, CoP Auchan Polska 2013	7
G4-15	Zewnętrzne, przyjęte lub popierane przez organizację ekonomiczne, środowiskowe i społeczne deklaracje, zasady i inne inicjatywy	19	1-10
G4-16	Członkostwo w stowarzyszeniach (takich jak stowarzyszenia branżowe) i/ lub w krajowych/ międzynarodowych organizacjach	19	1-10
<b>MATERIALNE ASPEKTY I ZAKRES</b>			
G4-17	Informacja na temat wszystkich jednostek ujętych w skonsolidowanych sprawozdaniach finansowych organizacji lub w ich odpowiednikach	raport dotyczy Auchan Polska, 84	

GC - Global Compact

CoP - Communication on Progress

◆ brak - nie dotyczy

G4-18	Proces definiowania zawartości raportu oraz wdrożenia zasad raportowania do zdefiniowania zawartości raportu	85	
G4-19	Kluczowe aspekty raportowania	86	
G4-20	Oddziaływanie aspektu wewnątrz organizacji	86	
G4-21	Oddziaływanie aspektu na zewnątrz organizacji	86	
G4-22	Wyjaśnienia dotyczące efektów jakichkolwiek korekt informacji zawartych w poprzednich raportach z podaniem powodów ich wprowadzenia oraz ich wpływu	◆	
G4-23	Znaczące zmiany w stosunku do poprzedniego raportu dotyczące zakresu, zasięgu lub metod pomiaru zastosowanych w raporcie	85	
<b>ZAANGAŻOWANIE INTERESARIUSZY</b>			
G4-24	Lista grup interesariuszy angażowanych przez organizację	16, 17	
G4-25	Podstawy identyfikacji i selekcji angażowanych grup interesariuszy	16	
G4-26	Podejście do angażowania interesariuszy włączając częstotliwość angażowania według typu i grupy interesariuszy	18, 40, 41	
<b>PROFIL RAPORTU</b>			
G4-28	Okres raportowania	84	
G4-29	Data publikacji ostatniego raportu	84	
G4-30	Cykl raportowania	84	
G4-31	Osoba kontaktowa	84	
G4-32	Tabela wskazująca miejsce zamieszczenia wskaźników w raporcie.	88-91	
G4-33	Polityka i wewnętrzna praktyka w zakresie zewnętrznej weryfikacji raportu	85	
<b>NADZÓR</b>			
G4-34	Struktura nadzorcza organizacji wraz z komisjami podlegającymi pod najwyższy organ nadzorczy, odpowiedzialnymi za poszczególne zadania	29	
<b>ETYKA I UCZCIWOŚĆ</b>			
G4-56	Wewnętrznie sformułowana misja lub wartości organizacji, kodeks postępowania oraz kodeks etyki	10, 22, 23	1-10

Mg (Megagram) – pochodna jednostka masy w układzie SI równa jednemu milionowi gramów (1 000 000 g), popularna nazwa – tona. Megagram jest standardową jednostką stosowaną w praktyce i przepisach prawnych dotyczących recyklingu do określania ilości odpadów.

## WSKAŹNIKI GRI

KATEGORIA	Aspekt	Wskaźnik	Opis	Strona	Zasada Global Compact
-----------	--------	----------	------	--------	-----------------------

WSKAŹNIKI EKONOMICZNE <b>EC</b>					
Wyniki ekonomiczne	G4-EC1	Bezpośrednia wartość ekonomiczna, wytworzona i podzielona z uwzględnieniem przychodów, kosztów operacyjnych, wynagrodzenia pracowników, dotacji i innych inwestycji na rzecz społeczności, niepodzielnych zysków oraz wypłat dla właścicieli kapitału i instytucji państwowych	11		
Pośredni wpływ ekonomiczny	G4-EC7	Wkład w rozwój infrastruktury oraz świadczenie usług na rzecz społeczeństwa poprzez działania komercyjne, przekazywanie towarów oraz działania pro-bono.	62, 63, 54, 55, CoP 2013		
WSKAŹNIKI ŚRODOWISKOWE <b>EN</b>					
	G4 - EN DMA	Podjęcie do zarządzania	74, 75, CoP 2013	7, 8, 9	
Energia	G4-EN3	Bezpośrednie zużycie energii według głównych źródeł energii	76	8, 9	
Woda	G4-EN8	Łączny pobór wody według źródła	77	8, 9	
Ścieki i odpady	G4-EN23	Całkowita waga odpadów według rodzaju odpadu oraz metody postępowania z odpadem	78	7, 8	
Produkty i usługi	G4-EN27	Inicjatywy służące zmniejszeniu wpływu produktów i usług na środowisko i zakres ograniczenia tego wpływu	76, 77, 78, 79, 82, 83	7, 8, 9	
	G4-EN28	Procent odzyskanych materiałów ze sprzedanych produktów i ich opakowań, według kategorii materiału	78	7, 8	
WSKAŹNIKI SPOŁECZNE: PRAKTYKI ZATRUDNIENIA I GODNA PRACA <b>LA</b>					
	G4 - LA DMA	Podjęcie do zarządzania	34, 35	1, 3, 6	
Zatrudnienie	G4-LA2	Świadczenia dodatkowe zapewniane pracownikom pełnoetatowym, które nie są dostępne dla pracowników czasowych lub pracujących w niepełnym wymiarze godzin według głównych jednostek organizacyjnych.	41		

Szkolenia i edukacja	G4-LA9	Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku przypadających na pracownika według płci i struktury zatrudnienia	43, 50, 80		
	G4-LA10	Programy rozwoju umiejętności menedżerskich i kształcenia ustawicznego, które wspierają ciągłość zatrudnienia pracowników oraz ułatwiają proces przejścia na emeryturę	43, 45	1, 6	
	G4-LA1	Odsetek pracowników podlegających regularnym ocenom jakości pracy i przeglądom rozwoju kariery zawodowej wg płci, wieku oraz struktury zatrudnienia	43	1, 6	
WSKAŹNIKI SPOŁECZNE: PRAWA CZŁOWIEKA <b>HR</b>					
	G4 - HR DMA	Podjęcie do zarządzania	25, 49, 50, 51, CoP 2013	1-6	
Procedury odnośnie zamówień i inwestycji	G4-HR1	Łączna liczba i odsetek znaczących umów inwestycyjnych i kontraktów zawierających klauzule dotyczące przestrzegania praw człowieka lub poddanych weryfikacji pod kątem przestrzegania praw człowieka	50, 51	1-6	
Procedury odnośnie zamówień i inwestycji	G4-HR2	Ogółem godziny szkoleń pracowników w zakresie zasad poszanowania praw człowieka i procedur dotyczących różnych aspektów praw człowieka mających znaczenie dla operacji oraz odsetek przeszkolonych pracowników	43	1-6	
Mechanizm przekazywania skarg	G4-HR12	Liczba skarg dotyczących zagrożenia dla praw człowieka skierowanych i przekazanych poprzez mechanizmy formalne	26, raport Global Compact	1-2	
WSKAŹNIKI SPOŁECZNE: PRZECIWDZIAŁANIE KORUPCJI <b>SO</b>					
Przeciwdziałanie korupcji	G4-SO3	Całkowita liczba i procent jednostek biznesowych poddanych analizie pod kątem ryzyka związanego z korupcją	25, 28, CoP 2013	10	
WSKAŹNIKI SPOŁECZNE: ODPOWIEDZIALNOŚĆ ZA PRODUKT <b>PR</b>					
	G4 - PR DMA	Podjęcie do zarządzania	48, 49, 50, 51, 54		
Zdrowie i bezpieczeństwo klienta	G4-PR1	Procent produktów i usług dla których prowadzone są oceny oddziaływania na zdrowie i bezpieczeństwo w celu poprawy wskaźników	54, 57	1	

### Niniejszy raport zawiera Standardowe Wskaźniki GRI G4

Auchan Polska nie gromadzi pełnych danych w ramach wszystkich wskaźników poziomu CORE. Ponadto z uwagi na fakt, iż Auchan jest firmą prywatną, nienotowaną na giełdzie, zgodnie z polityką komunikacyjną firmy część danych stanowi tajemnicę przedsiębiorstwa. W konsekwencji wybrane wskaźniki GRI G4 raportowane są w stopniu niepełnym.



W trosce o środowisko niniejszy raport został wydrukowany w nakładzie **200 sztuk** na papierze **Satimat Green**. Satimat Green posiada **certyfiakat FSC**.

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. Z poszanowaniem środowiska raport wydrukowała **firma Full – Print**. 🐦

**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) 🐦

NIP: 526-03-09-174  
Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy, XIV Wydział Gospodarczy KRS  
KRS 0000032892, Kapitał Zakładowy: 2.324.895.800 PLN

## RAPORT ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU AUCHAN POLSKA 2013