



Raport Zrównoważonego Rozwoju
Auchan Polska 2014



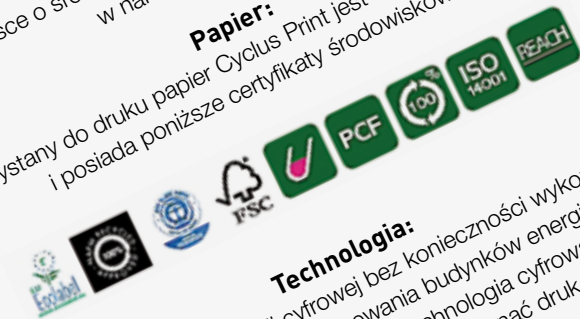


Nakład:

W trosce o środowisko niniejszy raport wydrukowany w nakładzie 200 sztuk.

Papier:

Wykorzystany do druku papier Cyclus Print jest w 100% z recyklingu i posiada poniższe certyfikaty środowiskowe.



Technologia:

Wydrukowano w technologii cyfrowej bez konieczności wykonania matryc w drukarni wykorzystującej do ogrzewania budynków energię pochodzącą ze źródeł odnawialnych – biomasa. Technologia cyfrowa jest idealna do druku niskonakładowego i pozwala wykonać druk z minimalnym poziomem strat materiałowych.



08

AUCHAN

1



16

ETYCZNA FIRMA

2



24

ZRÓWNOWAŻONY
ROZWÓJ

3



32

DZIAŁAMY
ODPOWIEDZIALNIE

4



44

TWORZYMYS DOBRE
MIEJSCE PRACY

5



56

WSPIERAMY LOKALNE
SPOŁECZNOŚCI

6



62

DBAMY O ŚRODOWISKO

7

O RAPORCIE

Raporty zrównoważonego rozwoju

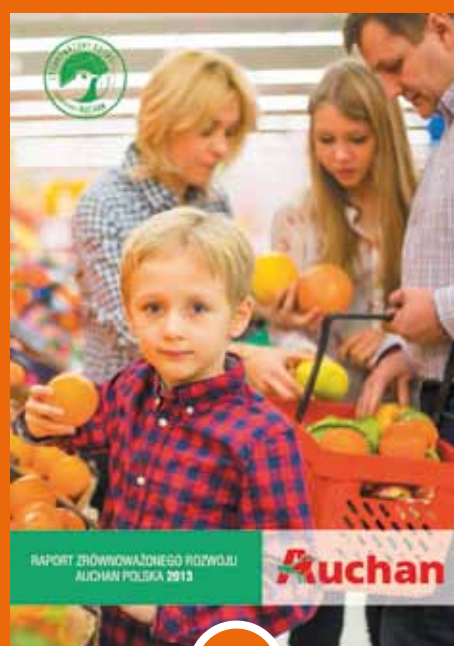
..... **Auchan Polska**



'11



'12



'13

ADRESACI RAPORTU

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

Auchan Polska raportuje działania w zakresie zrównoważonego rozwoju od roku 2008. Pierwsze dwa raporty zrównoważonego rozwoju Auchan wydane zostały wyłącznie w formie drukowanej i dystrybuowane były wewnętrznie; ich adresatami byli pracownicy firmy. Od roku 2011 Auchan Polska komunikuje swoje dokonania na drodze CSR także na zewnątrz firmy. Ostatni raport zrównoważonego rozwoju Auchan Polska wydany został w marcu 2014.

Dodatkowo, od roku 2011 – przystąpienia Auchan Polska do największej na świecie inicjatywy na rzecz odpowiedzialności biznesowej i zrównoważonego rozwoju – Global Compact, Auchan wydaje także do-roczenie raport Communication on Progress. Raporty zrównoważonego rozwoju Auchan Polska dostępne są na stronie [www: Auchan.pl](http://www.Auchan.pl) w zakładce **Życie Auchan**, podstrona **Raportowanie**; raporty Communication on Progress – na stronie Global Compact, w zakładce **Participants & Stakeholders**, podstrona **Auchan Polska**.

Więcej informacji:

w rozdziale Auchan, a także na stronie [www Auchan Polska](http://www.Auchan.Polska).

ZMIANA CYKLU RAPORTOWANIA

Począwszy od niniejszego raportu **okres raportowania zrównoważonego rozwoju Auchan Polska ulega zmianie**. Zarówno raporty zrównoważonego rozwoju jak i raporty Global Compact będą obejmować okres jednego roku kalendarzowego, liczonego od czwartego kwartału roku poprzedzającego do końca trzeciego kwartału roku raportowania. Tym samym **niniejszy raport zrównoważonego rozwoju 2014, obejmuje okres 01/10/2013 – 31/09/2014**.

Zmiana ta wynika z konieczności uzgodnienia cyklu raportowania w Grupie Auchan. Grupa Auchan raportuje zrównoważony rozwój zgodnie z francuską ustawą Grenelle 2, zobowiązującą firmy zatrudniające powyżej 500 osób do raportowania danych pozafinansowych w obszarze środowiskowym i społecznym. Zagregowany raport Grupy Auchan zawiera dane ze wszystkich krajów, w których Auchan prowadzi działalność, w tym z Polski, za okres październik – wrzesień. W konsekwencji, by uniknąć dwóch procesów gromadzenia danych i wynikających z nich obciążeń organizacyjnych, zasadnym stało się **uzgodnienie cyklu raportowania zrównoważonego rozwoju Auchan Polska (styczeń – grudzień) z cyklem raportowania Grupy Auchan (październik – wrzesień)**.

Tym samym raport zrównoważonego rozwoju 2014, który składamy na Państwa ręce, stanowi niejako „raport przejściowy” – obejmuje on bowiem **pełny rok kalendarzowy, ale liczony od października 2013 do września 2014** zawiera dane za trzy miesiące roku 2013 (październik – grudzień), o których już pisaliśmy w raporcie zrównoważonego rozwoju 2013 i jednocześnie nie obejmuje tych samych miesięcy roku 2014. Od kolejnego raportu

(01/10/2014 – 31/09/2015) raport będzie wolny od powtórzeń, jako że cykle raportowania wyrównają się.

Opisana zmiana wpływa na porównywalność danych opublikowanych w raporcie zrównoważonego rozwoju Auchan Polska z danymi w poprzednich raportach zrównoważonego rozwoju oraz raportami Global Compact Communication on Progress (COP) 2011, 2012 oraz 2013. Wydany 01/04/2014 raport COP, traktujący o postępach we wdrażaniu zasad światowego paktu Global Compact, obejmuje już **nowy okres raportowania (01/10/2013 – 31/09/2014)** i stanowi uzupełnienie niniejszego raportu. Kolejne raporty Auchan Polska wydawane będą w cyklu dwuletnim.

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.

ZAKRES PREZENTOWANYCH DANYCH

Zawarte w niniejszym raporcie dane dotyczą działalności Auchan Polska Sp. z o.o. i obejmują zintegrowane sklepy Real. W przypadku wskaźników środowiskowych (EN – Environment) raport obejmuje wyłącznie porównywalne sklepy Auchan (bez Auchan Lublin i Kraków Bronowice – otwartych w trakcie cyklu raportowania – z uwagi na fakt, iż nie były one w stanie gromadzić danych w pełnym cyklu raportowania).



FRANCOIS COLOMBIÉ
Przewodniczący
Rady Nadzorczej
Auchan Polska,
Rosja i Ukraina

Szanowni Państwo!

W Auchan jesteśmy przede wszystkim odważnymi handlowcami, mamy pasję do produktu, lubimy naszych klientów. Co to znaczy „być odważnym handlowcem” w czasach zmian przyzwyczajzeń zakupowych klienta? To znaczy odpowiadać celnie na jego potrzeby, na coraz wyższy poziom wymagań, który dotyczy nie tylko samych produktów, czy relacji, ale również przejrzystości działania, wartości, którymi kierujemy się na co dzień, a przede wszystkim dotrzymywania zobowiązań.

Zrównoważony rozwój nakłada na nas obowiązek właśnie dotrzymywania zobowiązań. Od 2011 roku jesteśmy członkiem inicjatywy Global Compact w Polsce, od 4 lat publikujemy każdego roku raport zrównoważonego rozwoju na temat naszych postępów.

Jesteśmy dumni z faktu, że w ciągu trzech ostatnich lat, poprzez konkretne działania szkoleniowe, uwrażliwiające naszych współpracowników, ale także zmiany organizacyjne – ograniczyliśmy zużycie energii o ponad 20%.

Proces integracji Real, w którym jesteśmy od lutego 2014 roku, pokazał elastyczność naszego przedsiębiorstwa oraz otwartość współpracowników na zmiany.

Handel, współpraca z dostawcami, rozwój małych i średnich przedsiębiorstw są działaniami w perspektywie długoterminowej. Na podkreślenie zasługuje fakt, że 100% dostawców podpisało z Auchan Kartę Etyki Zakupów, która stanowi integralny dokument z kontraktem handlowym.

Auchan prowadzi również liczne działania na rzecz lokalnych społeczności. Raport pokazuje wiele takich działań z inicjatyw lokalnych. Poprzez współpracę z Fundacją Auchan na rzecz młodzieży w okresie raportowania zrealizowaliśmy prawie 10 nowych projektów, a ponad 300 wolontariuszy Auchan zaangażowało się w pomoc dla tych lokalnych stowarzyszeń.

Osobiście jestem głęboko przekonany, że Auchan, prowadząc politykę zrównoważonego rozwoju osiąga wiele korzyści, przede wszystkim lokalnie. Będą one procentować w perspektywie długoterminowej. Odpowiedzialność społeczna, poszanowanie zasobów środowiska naturalnego, równomierny rozwój kapitału ludzkiego oraz przedsiębiorstwa sprawia, że Auchan staje się pożądanym na rynku pracodawcą, z którym warto związać się na lata.

” W Auchan jesteśmy przede wszystkim odważnymi handlowcami, mamy pasję do produktu, lubimy naszych klientów. ”

Szanowni Państwo!



MAREK SZEIB
Dyrektor Generalny
Auchan Polska

Rok 2014 to start zmian dla naszego przedsiębiorstwa, to rozpoczęcie integracji oraz dzielenia dobrymi praktykami. W roku 2014, 12. sklepów Real, – zmieniło szyld na Auchan, otworzyliśmy również 1 nowy sklep w Auchan Lublin. Proces integracji jest rozłożony na kolejne lata, ale docelowo, po jego zakończeniu, Auchan Polska będzie zarządzać 76 hipermarketami i zatrudniać ponad 20 tys. współpracowników. Integracja to wyzwanie, ale również zobowiązanie do respektowania wizji oraz wartości Auchan. To dzielenie się doświadczeniem i dobrymi praktykami, to zaufanie do współpracowników oraz postęp, który pokazuje rozwój firmy i naszych ekip.

W roku 2014 kontynuowaliśmy rozwój polityki zrównoważonego rozwoju, koncentrując się na 4. zdefiniowanych obszarach naszej strategii: 1-ryнку, 2-miejsca pracy, 3-otoczenia społecznego i 4-środowiska. Kierunki rozwoju w każdym z obszarów zostały jasno określone. Chcemy budować przejrzyste i uczciwe relacje z partnerami biznesowymi, w odpowiedzialny sposób budować ofertę i promować zrównoważoną konsumpcję. Dbamy o rozwój naszych pracowników i budujemy różnicę w relacjach międzyludzkich. Jako firma solidarna dostrzegamy problemy i potrzeby lokalnego środowiska oraz grup społecznych wymagających wsparcia, włączając się w rozwiązywanie lokalnych problemów. Będąc świadomymi naszego wpływu środowiskowego dążymy do wzmocnienia pozytywnego i zminimalizowania negatywnego.

O konkretnych działaniach i naszych sukcesach przeczytają Państwo w kolejnym, trzecim już Raportcie Zrównoważonego Rozwoju. Wierzę, iż stanie się on środkiem do dialogu i pogłębienia zrozumienia i zaufania pomiędzy firmą Auchan Polska oraz jej interesariuszami.



25 727 kg

zebranej żywności
z Bankami Żywności

92%

sprzętu dużego AGD
A++ i A+

56%

kobiet menedżerów

5

sklepów zmienito szyld
(09.2014)

7 700

mld. zł brutto obrotu

351 247

godzin szkoleniowych

75%

stażystów zatrudnionych
na stanowisku menedżerskim

**wskaźniki
roku**

284

audyty marek własnych
IFS, BRC, FSC

34

sklepy pod szyldem Auchan
(09.2014)

13 400

współpracowników

1

3

zrealizowane projekty
Fundacji Auchan

115

audytów marek własnych
wg check listy Auchan

4

100%

dostawców podpisało Kartę Etyki

2 akcje

rejestracji potencjalnych
dawców szpiku z DKMS

100% odzysku

opakowań kartonowych i foliowych

Nota środowiskowa	strona wewnętrzna
Układ raportu	01
O raporcie	02
Wypowiedzi Zarządu	04
Wskaźniki 2014	06
Spis treści	07

1. Auchan	08
1.1 Auchan na świecie	09
1.2 Grupa Auchan w Polsce	10
1.3 Auchan Polska	10
1.4 Misja i wizja	10
1.5 Kalendarium Auchan Polska	11
1.6 Zmiany w okresie raportowania	12
1.7 Oferta produktowa	13
1.8 Łańcuch dostaw Auchan Polska	13
1.9 Członkostwa i inicjatywy	15
2 Etyczna firma	16
2.1 Wartości Auchan	17
2.2 Oddolna aktualizacja wizji Auchan Polska	17
2.3 Etyczne zarządzanie firmą	19
2.4 Ład korporacyjny	21
3 Zrównoważony rozwój	24
3.1 Strategia zrównoważonego rozwoju	25
3.2 Interesariusze Auchan	26
3.3 Osie strategii zrównoważonego rozwoju Auchan	29
3.4 Zarządzanie zrównoważonym rozwojem	31
4 Działamy odpowiedzialnie	32
4.1 Nasza strategia	33
4.2 W trosce o siłę nabywczą klienta	35
4.3 Zrównoważona oferta	39
4.4 Jakość i bezpieczeństwo	42
4.5 Auchan – wydarzenie rynku spożywczego 2014	43

Spis treści

5 Tworzymy dobre miejsce pracy	44
5.1 Zarządzanie zasobami ludzkimi	45
5.2 Różnorodność i równość szans	46
5.3 Dobre miejsce pracy	49
5.4 Komunikacja wewnętrzna	51
5.5 Szkolenie i rozwój	53
5.6 Doskonalenie miejsca pracy	55
6 Wspieramy lokalne społeczności	56
6.1 Nasza strategia	57
6.2 Fundacja Auchan na rzecz młodzieży	57
6.3 Partnerzy Auchan	59
6.4 Wolontariat i projekty na rzecz lokalnych społeczności	61
7 Dbamy o środowisko	62
7.1 Nasza strategia	63
7.2 Zarządzanie wpływem środowiskowym	63
7.3 Racjonalizacja zużycia	64
7.4 Redukcja zanieczyszczeń	67
7.5 Budowanie świadomości ekologicznej	69
7.6 Rozwój z poszanowaniem środowiska	71
Kluczowe aspekty raportowania	72
Wskaźniki GRI	73
Przy raporcie pracowali	76
Pytania i informacje	76
Podziękowania	76

AUCHAN



1.1.

AUCHAN NA ŚWIECIE

Auchan to francuska sieć handlowa o międzynarodowym zasięgu, działająca w 16 krajach świata. Pierwszy sklep Auchan został otwarty w 1961 roku, na północy Francji, w miejscowości Roubaix, w dzielnicy Hauts Champs (czytaj osz) przez Gerarda Mulliez. Obecnie Centra Handlowe Auchan znajdują się we Francji, Włoszech, Hiszpanii, Portugalii, Luksemburgu,

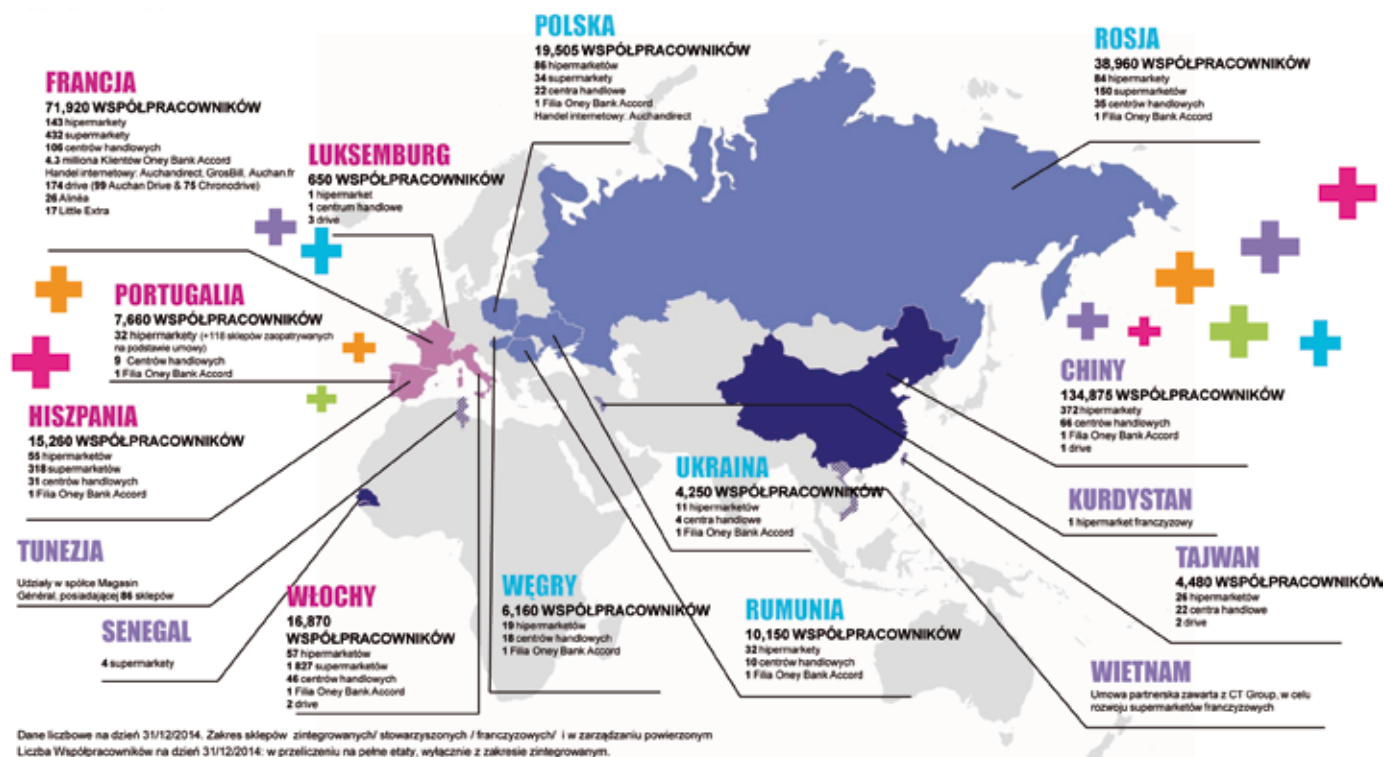
w Polsce, Rosji, Ukrainie, Rumunii, na Węgrzech, w Chinach, na Tajwanie w Indiach, Tunezji i Senegal.

W 2014 r. skonsolidowane przychody netto Grupy zwiększyły się o 11,2% (przy bieżących kursach walutowych) do poziomu 53,4 mld euro.

Auchan jest firmą prywatną, nienotowaną na giełdzie. Jej właścicielami są Stowarzyszenie Rodziny Mulliez (**88%**) oraz pracownicy Auchan (**12%**) w ramach akcjonariatu pracowniczego.



Więcej informacji: Zintegrowany Raport Grupy Auchan za rok 2014, str. 11, <http://asp.zone-secure.net/v2/index.jsp?id=198/2213/54544&lng=fr>



GRUPA AUCHAN:

- **16** krajów działalności
- **888** hipermarkety
- **862** supermarkety
- **370** centrów handlowych
- **330 700** pracowników
– 31/12/2014

- **11** pozycja w rankingu największych światowych sieci handlowych
- **53.454 mld €** przychodów brutto – 31/12/2014
- **7,7 mln** klientów Oney Bank Accord
- **15,8 mln** klientów w handlu elektronicznym

31/09/2014

1.2.

GRUPA AUCHAN W POLSCE

Grupa Auchan prowadzi w Polsce działalność w pięciu branżach, nazywanych w grupie Auchan „zawodami”.

Niniejszy raport dotyczy wyłącznie hipermarketów Auchan w Polsce.

ZAWODY GRUPY AUCHAN:

1. Hipermarkety



2. Supermarkety



3. Bankowość



4. Galerie handlowe



5. Sprzedaż internetowa



1.4

MISJA I WIZJA**MISJA**

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

WIZJA

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

**NAJWYŻSZA
JAKOŚĆ**
.....
**NAJNIŻSZE
CENY**

**ZWIĘKSZANIE
SIŁY NABYWCZEJ**
.....
**PODNIOSZENIE
JAKOŚCI ŻYCIA**

1.3.

AUCHAN POLSKA

Pierwszy sklep Auchan w Polsce został otwarty w 1996 roku w Piaszynie pod Warszawą. Na koniec okresu raportowania (**30/09/2014**) Auchan Polska posiadał 34 hipermarkety, 50% udziałów w zarządzanych przez firmę Schiever Polska 4. Centrach Handlowych, otwartych pod szyldem Auchan (Legnica, Wałbrzych, Racibórz i Zielona Góra) oraz siedem centrów logistycznych (Belsk, Mszczonów, Wolbórz, Grójec, Wola Bykowska, Poznań, Żabia Wola). Auchan Polska zatrudniał 13 400 pracowników, osiągając obroty na koniec roku finansowego 2014 (01/12/2014) 7 700 mld. zł.

Właścicielami firmy są: Rodzina Mulliez oraz pracownicy. W okresie raportowania do programu akcjonariatu pracowniczego przystąpiło 99% uprawnionych pracowników Auchan Polska.

AUCHAN POLSKA:

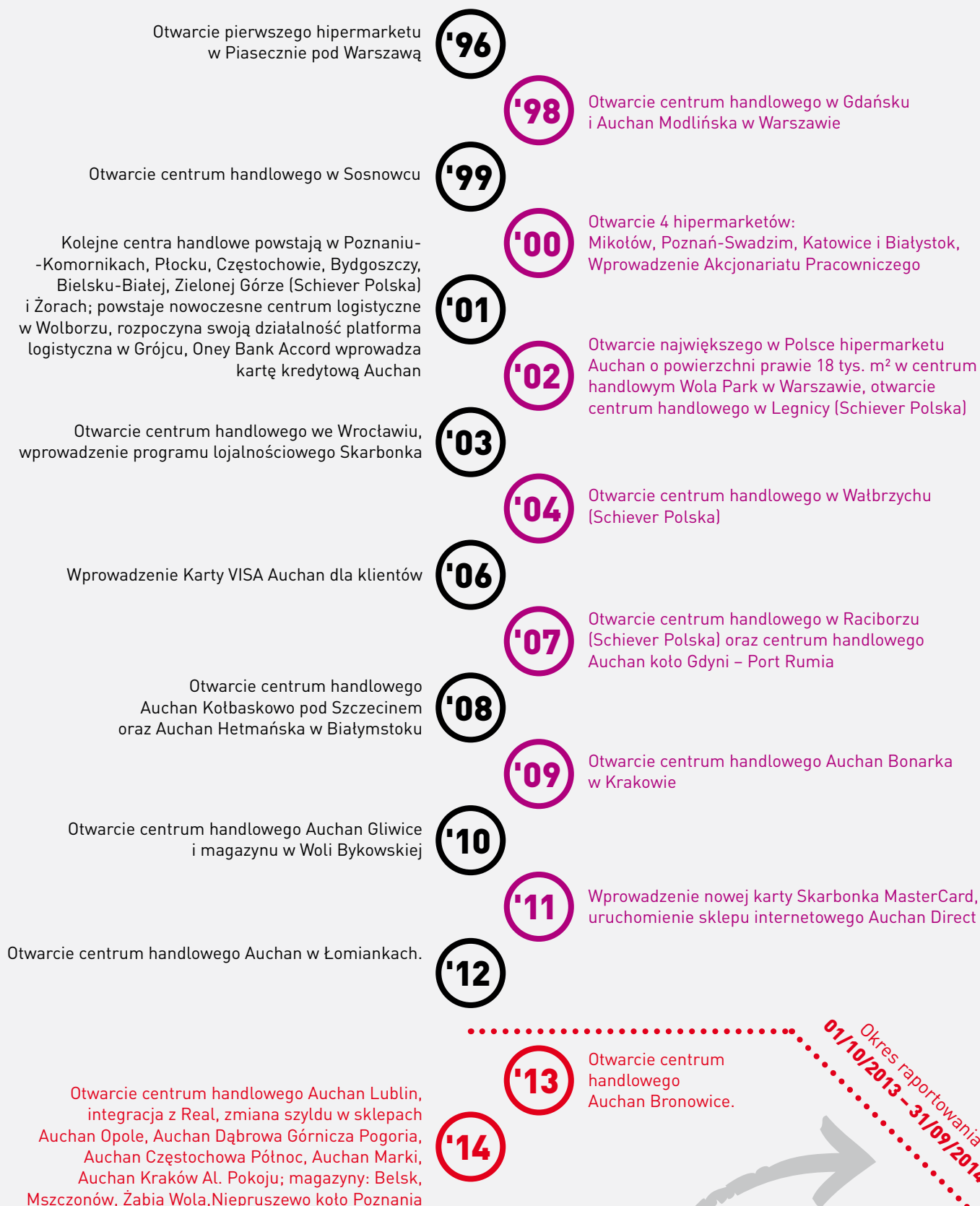
- **13 400** współpracowników
- **99%** akcjonariuszy
- **34** hipermarkety
- **1 500** dostawców
- **60 000** produktów w dużych hipermarketach
- **7 700 mld. zł.** brutto obrotu

31/09/2014



1.5

KALENDARIUM AUCHAN POLSKA



1.6

ZMIANY W OKRESIE RAPORTOWANIA

W okresie raportowania (01/10/2013 – 31/09/2014) miały miejsce następujące zmiany:

- **AUCHAN BRONOWICE**

W dniu **30 listopada 2013** otwarto Auchan Bronowice, drugi hipermarket w Krakowie oraz 24. w Polsce, o powierzchni ponad 16 000 m². Hipermarket zatrudnia 550 współpracowników i posiada w swojej ofercie ponad 60 000 artykułów. Wokół hipermarketu powstało centrum handlowe Immochan. Hipermarket Auchan Bronowice, otrzymał prestiżowy certyfikat ekologiczny BREEAM z oceną „very good” (ang. bardzo dobry) w kategoriach: zdrowie i dobre samopoczucie, energia oraz materiały i zarządzanie.


Certyfikat BREEAM

(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 dla środowiska** naturalnego oraz **komfortu użytkownika** nowych inwestycji budowlanych.

- **AUCHAN LUBLIN**

20 marca 2014 otwarty został hipermarket Auchan w Lublinie. Auchan Lublin jest 29. hipermarketem sieci w Polsce, jest to pierwszy sklep tej sieci w Lublinie. Jego powierzchnia sprzedażowa to ponad 12 tysięcy m². Auchan Lublin dysponuje własną stacją paliw oraz 50 kasami, w tym 6 samoobsługowymi.

- **INTEGRACJA Z FIRMA REAL POLSKA**

30 listopada 2012 roku, Grupa Auchan podpisała z METRO GROUP umowę wstępną, mającą na celu przejęcie aktywności Real w Europie Centralnej i Wschodniej. Umowa dotyczyła nabycia 95 hipermarketów i 13 galerii handlowych w Polsce, Rumunii, na Ukrainie i w Rosji. W każdym z tych krajów realizacja transakcji uzależniona była od zgody właściwego urzędu ds. ochrony konkurencji.



do 09/2014

5 sklepów zmieniło szyld

34 sklepy działają pod szyldem Auchan

INTEGRACJA TRWA

6 lutego 2014, po otrzymaniu warunkowej zgody polskiego Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Grupa Auchan sfinalizowała z METRO GROUP ostatni etap operacji dotyczącej Polski. Zgoda warunkowa wydana przez UOKiK umożliwia integrację pełną 49 sklepów Real, natomiast 8 sklepów otrzymało warunkową zgodę. Zobowiązuje ona spółkę Auchan w Polsce do odsprzedaży tych lokalizacji do sierpnia 2015 roku.

- **ZMIANA SZYLDU: AUCHAN OPOLE, DĄBROWA GÓRNICZA POGORIA, MARKI, CZĘSTOCHOWA PÓŁNOC, KRAKÓW AL. POKOJU**

W okresie raportowania zintegrowanych zostało 5 sklepów Real. **27 czerwca 2014 roku** został otwarty hipermarket **Auchan w Opolu** – pierwszy hipermarket Auchan powstały w wyniku integracji i **30. hipermarket działający pod szyldem Auchan w Polsce**. Ostatnim sklepem, który zmienił szyld w okresie raportowania, jest hipermarket **Auchan Kraków Al. Pokoju**. Jest to **piąty sklep**, który powstaje w wyniku integracji sieci Real i Auchan i **34 działający pod szyldem Auchan w Polsce**.

5 zintegrowanych sklepów

Zmiana szyldu w okresie 01/10/2013 – 31/09/2014

1	06/2014	Auchan Opole
2	08/2014	Auchan Dąbrowa Górnicza Pogoria
3	09/2014	Auchan Marki
4	09/2014	Auchan Częstochowa Północ
5	09/2014	Auchan Kraków Al. Pokoju

Zmiana szyldu stanowi ogromne wyzwanie organizacyjno-logistyczne, polegające między innymi na wprowadzeniu modelu handlowego Auchan oraz migracji systemów IT. Dzięki silnie zmotywowanej ekipie i jej zaangażowaniu udaje się wprowadzać niezbędne zmiany. Z szeregu pozytywnych opinii ze sklepów po integracji wynika, że zmiany te zostały wysoko ocenione przez klientów. Aktualne dane na temat integracji dostępne są na stronie www Auchan Polska w zakładkach **Historia Auchan** i **Pressroom**.



<http://www.auchan.pl/o-auchan/historia-auchan>
<http://media.auchan.pl>



1.7

OFERTA PRODUKTOWA

W swoich hipermarketach Auchan Polska oferuje klientom ponad 60 000 produktów w podziale na produkty spożywcze i przemysłowe, zarówno polskich producentów jak i marek międzynarodowych. Gama asortymentu Auchan Polska jest rozszerzana każdego roku.

Dodatkowo, w celu podwyższania siły nabywczej Auchan oferuje klientom produkty marki własnej, gwarantujące najwyższą jakość po przystępnej cenie. Poprzez produkty sprzedawane pod markami własnymi, Auchan pragnie oferować zarówno najtańsze, jak również ekonomiczne rozwiązania podnoszące standard życia klientów z bardzo różnych grup docelowych, definiowanych ze względu na wiek, upodobania lub przyzwyczajenia. Marki własne Auchan są odzwierciedleniem różnorodności potrzeb klientów.

Auchan ofertuje klientom następujące produkty marki własnej w podziale na artykuły spożywcze i przemysłowe:

MARKI SPOŻYWCZE:

- **marka podniesionego kciuka** – towary ekonomiczne
- **marka z logo Auchan** – dostępne cenowo artykuły benchmarkowane do produktów lidera, o analogicznej lub wyższej jakości
- **Marka BIO** – certyfikowane produkty zdrowego żywienia

MARKI PRZEMYSŁOWE:

- **marka In EXTENSO** – marka tekstylna dla całej rodziny
- **marka Cup's** – odzież sportowa
- **Airport** – bagaż
- **A – actuel** – wyposażenie do kuchni i domu
- **Cosmia** – kosmetyki
- **Qilive** – AGD/RTV/Informatyka

1.8

ŁAŃCUCH DOSTAW AUCHAN POLSKA

Łańcuch dostaw to sieć organizacji zaangażowanych przez powiązania z dostawcami i odbiorcami w różne procesy i działania, tworzące wartość w postaci produktów i usług dostarczonych konsumentom¹. Obejmuje on cały cykl życia produktu od pozyskania i przetworzenia surowców (zaopatrzenie) i wytworzenia gotowego produktu (produkcja) po dostarczenie go do punktów sprzedaży i klienta końcowego (dystrybucja). W zwrótnym łańcuchu dostaw znajdują się serwis zwrotny posprzedażowy, recykling i odzysk. Auchan Polska postrzega zarządzanie łańcuchem dostaw jako kluczowy element realizacji swoich celów biznesowych i strategii odpowiedzialności społecznej. Na każdym etapie procesu, firma zdefiniowała swoje wpływy, zarówno pozytywne jak i negatywne. Poprzez odpowiedzialne zarządzanie nimi, Auchan Polska minimalizuje negatywne wpływy i wzmacnia pozytywne, łącząc je w spójny i sprawdzony model biznesowy.

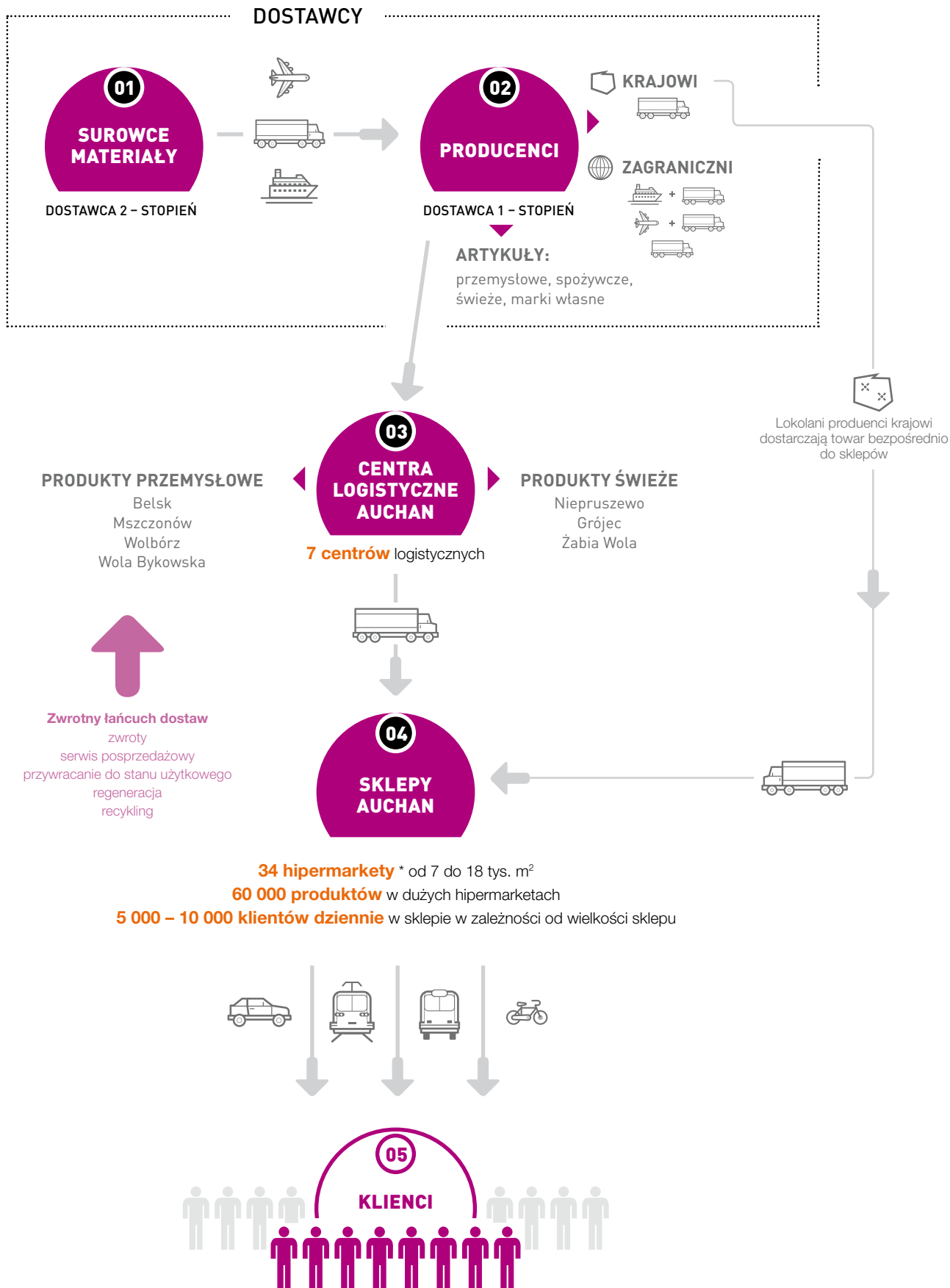
Łańcuch dostaw to przede wszystkim ludzie. Auchan buduje przejrzyste, oparte na szacunku relacje ze swoimi partnerami w obrębie łańcucha dostaw – partnerami handlowymi, dostawcami, pośrednikami, pracownikami firm transportowych i klientami, którzy stanowią siłę sprawczą całego procesu.

Dzięki współpracy, komunikacji i zaufaniu korzyść odnoszą wszyscy uczestnicy procesu.

¹ Christopher, M., *Logistics and Supply Chain Management*. Harlow: Prentice Hall.

ŁAŃCUCH DOSTAW AUCHAN POLSKA

1 500 dostawców 115 audytów wg. check listy Auchan 284 audytów (IFS, BRC, FSC)



* Dane aktualne na dzień 30/10/2014.

1.9

CZŁONKOSTWA I INICJATYWY

INICJATYWY

Auchan Polska popiera Powszechną Deklarację Praw Człowieka z 1948 r. i konwencje traktatowe dotyczące praw człowieka, Deklarację Międzynarodowej Organizacji Pracy (ang. *International Labour Organization*) dotyczącą podstawowych zasad i praw w pracy, wytyczne OECD, jak również ustalenia Szczytu Ziemi w Rio De Janeiro.

W roku 2011 firma Auchan Polska przystąpiła do światowego paktu Organizacji Narodów Zjednoczonych na rzecz odpowiedzialnego biznesu – **Global Compact**. Zasady Global Compact dotyczą czterech obszarów: **praw człowieka, standardów pracy, ochrony środowiska naturalnego i przeciwdziałania korupcji**. Przystępując do Global Compact Auchan Polska zobowiązał się do poparcia, przyjęcia i wdrażania zasad Global Compact we wszystkich sferach swojej działalności, do raportowania postępów na tej drodze w wydawanych dorocznie raportach Communication on Progress a także do promowania zasad GC.



Więcej informacji i raporty COP – profil Auchan Polska na stronie Global Compact <https://www.unglobalcompact.org/participant/13506-Auchan-Polska->

ZASADY GLOBAL COMPACT:

Prawa człowieka

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

Standardy pracy

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

Ochrona środowiska naturalnego

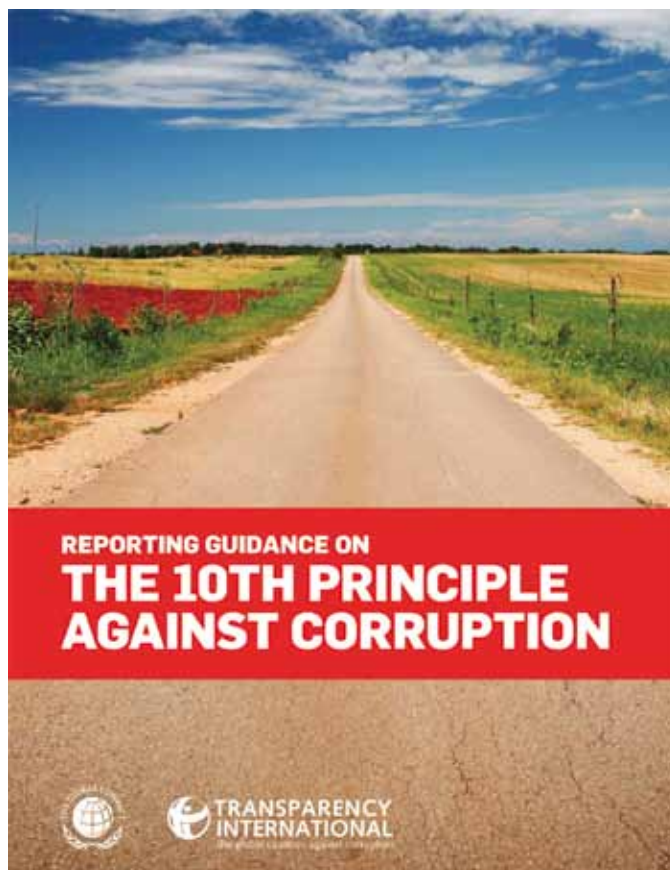
7. Prewencyjne podejście do środowiska naturalnego
8. Podejmowanie inicjatyw mających na celu promowanie postawy odpowiedzialności ekologicznej
9. Stosowanie i rozpowszechnianie przyjaznych środowisku technologii

Przeciwdziałanie korupcji

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



Pakt Global Compact to jedna z najważniejszych inicjatyw na rzecz promowania odpowiedzialności korporacyjnej i zrównoważonego rozwoju na świecie.



Warto wiedzieć !

Idea Global Compact (GC) została przedstawiona po raz pierwszy na światowym Forum Ekonomicznym w styczniu 1999 roku przez Kofi Annana – Sekretarza Generalnego ONZ. Było to wówczas 9 zasad; 10. zasada GC – Przeciwdziałanie korupcji – została ogłoszona pięć lat później, w roku 2004. Ze względu na istotę przeciwdziałania korupcji i skutki tego zjawiska dla światowych gospodarek, w styczniu 2009 roku Global Compact wraz z Transparency International wydały odrębne wytyczne do raportowania 10. Zasady GC – **Przeciwdziałanie korupcji**.

CZŁONKOSTWA

Auchan angażuje się w projekty na rzecz odpowiedzialnego biznesu, promuje odpowiedzialność i przejrzystość w prowadzeniu działalności i budowaniu relacji z interesariuszami. Firma jest członkiem **Francuskiej Izby Przemysłowo Handlowej (CCIFP)** oraz **Polskiej Organizacji Handlu i Dystrybucji (POHiD)**.



• W **CCIFP** Auchan jest członkiem Komitetu CSR i jednym z pierwszych sygnatariuszy Deklaracji Odpowiedzialnego Biznesu CCIFP.



• Jako członek **POHiD** Auchan Polska jest sygnatariuszem Kodeksu Dobrych Praktyk POHiD, zobowiązując się tym samym do respektowania takich wartości jak: uczciwość, przejrzystość, szacunek, kompromis, zaufanie, odpowiedzialność, legalizm, sprawiedliwość i służebność.

ETYCZNA FIRMA



2.1.

WARTOŚCI AUCHAN

Podstawą funkcjonowania Auchan są wartości, wspólne dla całej Grupy Auchan, niezmiennie od ponad 50 lat. Są to: **zaufanie, dzielenie się i postęp**. Pracownicy Auchan Polska – nazywani w Auchan ekipą –

doдали do nich trzy dodatkowe wartości, które w ich przekonaniu stanowić powinny nieodłączny element nie tylko prowadzenia biznesu, ale także i życia. Są to: **szacunek, odpowiedzialność i uczciwość**.

Wartości Auchan:**• dzielenie się**

jest istotnym elementem zarządzania firmą; dzielimy się z pracownikami wiedzą, wierząc że to dzięki ich rozwojowi i kompetencjom możemy dostarczać wartość naszym klientom; dzielimy się władzą – by każdy pracownik Auchan mógł uczestniczyć w rozwoju firmy i nadawać mu kierunek i wreszcie dzielimy się sukcesem, który wspólnie wypracowaliśmy – w postaci premii za progresję, akcjonariatu pracowniczego i uznania dla wysiłku i zaangażowania współpracowników;

• zaufanie

wierzymy, że bez niego nie jest możliwy rozwój; dzięki zaufaniu w relacjach wewnętrznych i zewnętrznych możliwa jest współpraca, pomiędzy pracownikami Auchan, klientami, dostawcami i innymi interesariuszami; to właśnie dzięki zaufaniu możliwy jest stabilny i zrównoważony rozwój;

• postęp

oznacza dla nas rozwój; w pierwszej kolejności pracowników Auchan – naszej ekipy; pracownicy Auchan pogłębiają posiadaną wiedzę, doskonałą umiejętność, zdobywają nowe kwalifikacje zawodowe, by z ich pomocą najlepiej zaspokajać zmieniające się potrzeby klientów; postęp to także ciągłe doskonalenie Auchan, w każdym aspekcie funkcjonowania firmy;

• szacunek

to sposób w jaki traktujemy siebie nawzajem, sposób w jaki odnosimy się do naszych klientów i partnerów biznesowych; to różnorodność w miejscu pracy, poszanowanie dla każdego człowieka i uznanie jego praw, to równe traktowanie i równe szanse rozwoju dla każdego; to monitorowanie i uwzględnianie oczekiwań naszych partnerów społecznych;

• uczciwość

to prowadzenie etycznego i przejrzystego biznesu, poszanowanie zarówno dla litery jak i dla ducha prawa, a także reguł społecznych; to rzetelność i uczciwe praktyki biznesowe, ład organizacyjny, budowanie kultury organizacyjnej opartej na wartościach i etyce; uczciwość oznacza dla nas dotrymywanie powziętych zobowiązań i respektowanie danego przez siebie słowa;

• odpowiedzialność

to świadomość wpływu naszych codziennych decyzji, tych biznesowych i tych prywatnych, na nasze otoczenie i na świat; w którym funkcjonujemy; to podjęcie świadomej decyzji, by ten wpływ był pozytywny i funkcjonowanie zgodne z tą filozofią; to stworzenie mechanizmów zarządzania wpływem w obszarze ekonomicznym, społecznym i środowiskowym, to zbudowanie organizacji, w której każdy bierze odpowiedzialność za swoje postępowanie w stosunku do kolegów, zwierzchników i podwładnych, partnerów biznesowych i klientów.

2.2.

ODDOLNA AKTUALIZACJA WIZJI AUCHAN POLSKA

Kierunek rozwoju Auchan wyznacza **wizja** – jest ona swoistym drogowskazem firmy, definiuje wartości, stanowiące fundament jej rozwoju i cele do których dąży w oparciu o te wartości; jest punktem wyjściowym do określenia sposobu osiągnięcia tych celów – strategii firmy. Wizja definiuje również obszary odpowiedzialności firmy wobec współpracowników, klientów, partnerów, wspólników, akcjonariuszy oraz społeczeństwa.



„ Kto nie wie, do jakiego portu chce przybyć, dla tego żaden wiatr nie będzie dobry”, tak napisał ponad 2000 lat temu Seneka i ta prawda jest cały czas aktualna. Wszystkie przedsiębiorstwa tworzą wizje przyszłości, które pomagają im rozwijać się w jasno określonym kierunku. Bez niej byłby niemożliwy wzrost firmy. Każdy pracodawca, każdy pracownik zadaje sobie jedno wspólne pytanie: Kim ja będę jutro, co ja będę jutro robił? Perspektywa jutra jest nam wszystkim potrzebna. Wizja wyznacza nam tę drogę, którą powinniśmy iść. Wizja Auchan pozwala nam się znaleźć w dniu następnym, zobaczyć dzień jutrzejszy. Jest to nam wszystkim potrzebne, żeby wiedzieć, w jakich ramach funkcjonujemy, na jakich wartościach się wspieramy.

Marek Szeib, Dyrektor Generalny Auchan Polska

WIZJA AUCHAN:

Wizja Auchan, została spisana w roku 1994, kiedy to powołany został pierwszy komitet etyki w Auchan Francja. Od tego czasu, by uwzględnić zachodzące zmiany społeczne i środowiskowe, była regularnie aktualizowana. W roku 2011 rozpoczął się proces aktualizacji wizji, zarówno na poziomie Auchan Polska jak i Grupy Auchan. By każdy pracownik firmy mógł stać się aktywnym uczestnikiem tego procesu i mieć realny wpływ na kształtowanie przyszłości firmy, Auchan zdecydował się włączyć swoje ekipy w ten proces – realizując aktualizację wizji oddolnie, w formie warsztatów, w które zaangażowani zostali wszyscy bez wyjątku pracownicy Auchan. W trakcie prac warsztatowych ekipa Auchan wspólnie zdefiniowała konkretne i mierzalne cele, zarówno dla firmy, jak i dla poszczególnych sklepów i przełożyła te cele na strategię.

W Polsce aktualizacja wizji to: **100% ekipy, 23 sklepy Auchan, 325 trenerów, 667 warsztatów i 500 inicjatyw.**

Nad wspólną Wizją Grupy Auchan pracowało **26 ambasadorów ze wszystkich krajów i zawodów** (branż Auchan).



PROCES ODDOLNEJ AKTUALIZACJI WIZJI AUCHAN POLSKA

czerwiec

początek aktualizacji wizji Auchan Polska na rok 2017
Praca Komitetu Dyrekcyjnego i zbudowanie mapy drogowej projektu

'11

wrzesień – listopad
pilotaże warsztatów

kwiecień

początek procesu aktualizacji wizji w sklepach i serwisach – warsztaty

'12

lipiec
konkursu na logotyp procesu oddolnej aktualizacji wizji 2017

czerwiec

koniec procesu budowania wizji

100% pracowników
23 sklepów
325 trenerów wizji
667 warsztatów
500 inicjatyw

'13

lipiec-wrzesień
synteza materiałów z każdej lokalizacji
październik-grudzień
prace nad wspólną Wizją całej Grupy Auchan
26 ambasadorów ze wszystkich krajów i zawodów

8 stycznia

ogłoszenie Wizji Auchan Polska – Konwencja Wizji
zaprezentowanie symbolu wizji

'14

kwiecień
Szkolenie pilotażowe:
1. Wizja Auchan Grupa
2. Wizja Auchan Polska

niemal 900 współpracowników

2.3

ETYCZNE ZARZĄDZANIE FIRMA

Wartości Auchan wraz z misją i wizją rozwoju firmy stanowią elementy kompleksowego **programu etycznego**, stanowiąc podstawę pozostałych elementów. W skład programu wchodzi ponadto standardy postępowania, etyczne przywództwo, narzędzia promowania wartości i wzorów zachowań. Nieodłącznym elementem całego systemu, zgodnie z cyklem doskonalenia Deminga, są monitorowanie i korekty systemu.

**STANDARDY ETYCZNE AUCHAN POLSKA**

W firmie funkcjonują następujące standardy etyczne:

- **Kodeks Etyczny Współpracowników Auchan Polska** – dokument wewnętrzny określający etyczno-moralne normy postępowania ekipy Auchan Polska; powstał w wyniku dwuletnich prac warsztatowych, na różnych poziomach hierarchicznych firmy przy współpracy z Radą Etyki Auchan
- **Międzynarodowa Karta Etyki Zakupów Auchan Polska** – dokument zewnętrzny, reguluje zasady współpracy pomiędzy Auchan i dostawcami firmy, stanowi integralną część kontraktu handlowego

RADA ETYKI

Nad rozwojem, zgodnym z wartościami i normami etycznymi, które firma zdefiniowała jako obowiązujące, czuwa Rada Etyki Auchan Polska. Rada Etyki pełni również funkcję doradczą i opiniotwórczą, do jej zadań należy wydawanie opinii i rekomendacji m.in. w przypadkach potencjalnych naruszeń natury etycznej.

Skład Rady Etyki**Stali członkowie**

przedstawiciele dyrekcji generalnej oraz sklepów i serwisów

Dyrektor Generalny (Przewodniczący Rady)

Dyrektor HR

Dyrektor Komunikacji

Dyrektor ds. Szkoleń

Przedstawiciel Załogi – członek Forum Pracowniczego

Dyrektor sklepu

Manager Personalny sklepu

Przedstawiciel Logistyki

Niezależni eksperci

Pani Żaneta Poirieux – konsultant ds. rozwoju potencjału

Pan Profesor Wojciech Gasparski – wiodący ekspert etyki życia gospodarczego, dyrektor Centrum Etyki Biznesu (CEBI) przy Akademii Leona Koźmińskiego.



ZERO TOLERANCJI DLA KORUPCJI

W Auchan Polska obowiązuje zasada „Zero tolerancji dla korupcji we wszystkich formach i przejawach”. Odnaleźć ją można we wszystkich dokumentach stanowiących filar etyczny firmy. W roku 2013 w oparciu o szczegółowe wytyczne Transparency International i Global Compact, Auchan Polska wprowadził **program antykorupcyjny**.

Pierwszym etapem było badanie odporności organizacji na zjawisko korupcji – **Fraud IQ**. W oparciu o jego wyniki została stworzona mapa ryzyk korupcyjnych i rozstawiono „czerwone flagi” – oznaczono miejsca i procesy najbardziej podatne na ryzyko korupcji. W rezultacie powstała polityka antykorupcyjna i zostały zdefiniowane zasady m.in. wręczania i przyjmowania prezentów oraz dotyczące konfliktu interesów. W roku 2014 zostało również stworzone i wprowadzone e-learningowe szkolenie antykorupcyjne, które powstało na podstawie badania i polityk.

SYSTEM ZGŁASZANIA NIEPRAWIDŁOŚCI

W Auchan został stworzony **system zgłaszania nieprawidłowości**, który zaprezentowano w Karcie Etyki oraz w szkoleniu antykorupcyjnym. Jego elementy stanowią – adres e-mail: **etyka@auchan.pl**, specjalne skrzynki – rozmieszczone w każdym ze sklepów Auchan lub komunikacja bezpośrednia do:

1. bezpośredniego przełożonego
2. przedstawiciela Forum Pracowniczego (Mąż Zaufania)
3. przedstawiciela Forum w Radzie Etyki
4. Dyrektora ds. Relacji Pracowniczych
5. Dyrektora ds. Komunikacji
6. Dyrektora ds. HR
7. Zarządu

Auchan zachęca wszystkich współpracowników do zgłaszania nieprawidłowości – niedopuszczalnych zachowań lub postaw. Wszelkie zgłoszone problemy i zagadnienia są wnikliwie badane, zaś w konsekwencji podejmowane są stosowne kroki naprawcze. Każdemu z sygnalistów, zgłaszającemu nieprawidłowość w dobrej wierze, gwarantowany jest brak wewnętrznych sankcji. Sygnaliści otrzymują także informację zwrotną, o ile nie powoduje to konfliktu z literą prawa i nakładanym przezeń wymogiem zachowania poufności. Do końca roku 2016 Auchan Polska planuje dodanie informacji o systemie na stronie www a także zakomunikowanie go swoim partnerom biznesowym.

MĄŻ ZAUFANIA

Jest to Przedstawiciel Forum Pracowniczego, który reprezentuje ekipę danego sklepu, do którego pracownicy mogą przychodzić z problemami. Mąż Zaufania bierze udział w obradach Forum Krajowego oraz uczestniczy w pracach Komisji ds. Relacji Pracowniczych. Mąż Zaufania wyłaniany jest wyborach powszechnych przez ekipę sklepu. Każdy sklep ma jednego Przedstawiciela. Kadencja Męża Zaufania trwa 4 lata.

Dobra  praktyka

2.4

ŁAD KORPORACYJNY

Zgodnie z definicją ładu korporacyjnego (ang. *corporate governance*) to zbiór procesów, zasad, praw oraz instytucji determinujących sposób w jaki przedsiębiorstwo jest zarządzane, kierowane i kontrolowane.

NORMY I ZASADY

Regulaminy, polityki i normy stanowią podstawowy system regulacji wewnętrznych. Usprawniają one funkcjonowanie firmy, stanowią element zarządzania ryzykiem i minimalizowania go. Dokumenty wewnętrzne Auchan są zgodne z przepisami prawa i normami życia społecznego.

Mają one dwojaki charakter:

1. normy związane z zarządzaniem personelem i budowaniem dobrego, bezpiecznego miejsca pracy
2. normy w zakresie prowadzenia biznesu i kształtowania zrównoważonej oferty Auchan

Normy w zakresie zarządzania personelem i bezpiecznego miejsca pracy

Regulamin wewnętrzny Auchan Polska	Określa podstawowe prawa i obowiązki pracownicze ekipy Auchan, definiuje również prawa człowieka w organizacji; obowiązuje wszystkich pracowników Auchan Polska.
Polityka zarządzania zasobami ludzkimi	Kieruje procesem zarządzania zasobami ludzkimi, w oparciu o filozofię dzielenia się wiedzą, władzą oraz wypracowanym wynikiem, wyznawaną przez grupę Auchan.
Normy BHP	Zbiór norm dotyczących bezpieczeństwa i higieny pracy stosowanych celem zapewnienia ochrony zdrowia wszystkich osób, zarówno klientów jak i pracowników i partnerów, przebywających na terenie naszych sklepów.

Normy w zakresie prowadzenia biznesu i kształtowania oferty Auchan

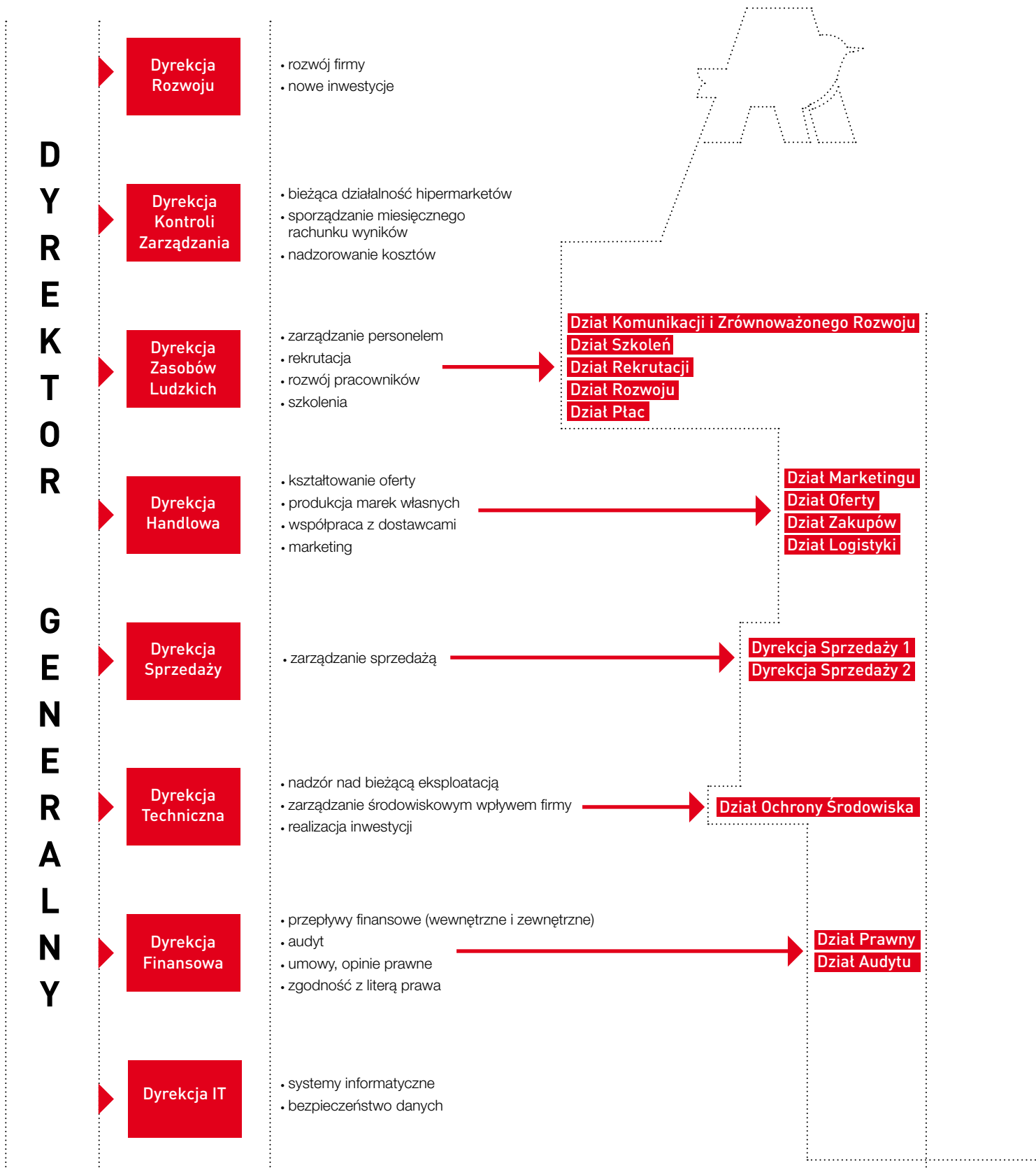
Karta Etyki Zakupów	Określa wymagania i normy, które powinny być spełnione przez wszystkie jednostki, które chcą nawiązać stosunki handlowe z Auchan Polska a także normy, zgodnie z którymi pracownicy Auchan winni kształtować ofertę i współpracować z dostawcami, dla zapewnienia odpowiedzialnego i zrównoważonego rozwoju firmy.
Polityka jakości	Ma na celu osiągnięcie najwyższej jakości i poziomu satysfakcji klientów, określa normy oraz zobowiązania firmy w takich kwestiach jak: wybór dostawców, zakup i produkcja, zgodność z przepisami prawa i normami jakości.
Polityka zrównoważonych potowów	Stoi na straży zrównoważonego rybołówstwa; jej celem jest wyeliminowanie sprzedaży gatunków zagrożonych wyginięciem, obniżenie negatywnego wpływu na środowisko naturalne oraz podnoszenie poziomu świadomości ekologicznej.



ZARZĄDZANIE FIRMĄ

Opisane poniżej struktury są odpowiedzialne za zarządzanie firmą i wdrażanie strategii jej rozwoju. W ich gestii leży także zapewnienie iż, rozwój firmy będzie stabilny oraz że będzie przebiegał on w odpowiedzialny, zrównoważony sposób, w kierunku wyznaczonym przez wizję firmy i w oparciu o zasady etyki.

STRUKTURA OPERACYJNA AUCHAN POLSKA



FUNKCJA KONTROLNA

Funkcja kontrolna sprawowana jest na poziomie **Auchan Polska** przez dwa ciała: Komitet Dyrekcyjny i Radę Nadzorczą, oraz jedno, na poziomie Grupy Auchan przez Komitet Wykonawczy Grupy Auchan.

ORGANY NADZORU AUCHAN..... **Poziom Auchan Polska****Komitet Dyrekcyjny**

Odpowiedzialny za zarządzanie oraz wdrażanie strategii Auchan.

Wyznacza cele i sprawuje nadzór nad ich realizacją.

Do zadań Dyrektora Generalnego należy koordynacja strategii zarządzania firmą; jej wdrażanie w odpowiednich obszarach działalności leży w gestii Dyrektorów Wykonawczych firmy.

Funkcję Dyrektora Generalnego pełni **PAN MAREK SZEIB**.

Rada Nadzorcza Auchan Polska

Wspiera Komitet Dyrekcyjny oraz sprawuje nadzór nad działalnością i rozwojem firmy pod względem ekonomicznym, społecznym i środowiskowym.

Wspiera Zarząd w określeniu optymalnych kierunków rozwoju strategicznego dla Auchan Polska. Jest głównym narzędziem komunikacji pomiędzy głównym akcjonariuszem i Grupą Auchan.

Funkcję Przewodniczącego Rady Nadzorczej pełni **PAN FRANCOIS COLOMBIE**.

..... **Poziom Grupy Auchan****Komitet Wykonawczy Grupy Auchan**

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**.

Więcej informacji: w raporcie Grupy Auchan za rok 2014 – Activity and Corporate Social Responsibility Report na stronach 8-9. ↙

**ZARZĄDZANIE RYZYKIEM**

W Auchan istnieje Dział Audytu, którego rolą jest monitorowanie firmy pod kątem występowania wszelkiego rodzaju ryzyk – nieodłącznego elementu prowadzenia działalności – a także zapobiegania im. Są to ryzyka o różnym charakterze, zarówno te zewnętrzne, związane z czynnikami makroekonomicznymi – jak np. sytuacja społeczno-ekonomiczna czy zmiany legislacyjne, jak i wewnętrzne. Dział Audytu zarządza m.in. ryzykiem finansowym, operacyjnym, ryzykiem zgodności. Istotnym ryzykiem jest także ryzyko środowiskowe. W zarządzaniu ryzykiem środowiskowym wspiera Dział Audytu Dział Ochrony Środowiska. Więcej informacji o zarządzaniu ryzykiem środowiskowym w rozdziale **Troska o Środowisko**.

Więcej informacji w rozdziale Dbamy o środowisko

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ



3.1

STRATEGIA
ZRÓWNOWAŻONEGO
ROZWOJU AUCHAN

Zgodnie z definicją, **rozwój** to proces kierunkowych przemian, w którego toku obiekty przechodzą od form lub stanów prostszych, mniej doskonałych, do form i stanów bardziej złożonych, doskonalszych pod określonym względem (Encyklopedia Powszechna PWN). **Zrównoważony rozwój** to według standardu ISO 26000 proces mający na celu zaspokojenie aspiracji rozwojowych obecnego pokolenia, nie pozbawiający przyszłych pokoleń możliwości realizacji tożsamy aspiracji i rozwojowych potrzeb. **Spółeczna odpowiedzialność biznesu (CSR)** rozumiana jest jako wzięcie odpowiedzialności za wpływ praktyk, decyzji i działań danej organizacji na społeczeństwo i środowisko. W tym właśnie duchu Auchan prowadzi swoją działalność: doskonalić firmę, biorąc odpowiedzialność za jej wpływ i zarządzając nim tak, by minimalizować negatywny i wzmacniać pozytywny.

Firma Auchan Polska stworzyła strategię zrównoważonego rozwoju w roku 2005. U jej podstaw stała analiza potrzeb i oczekiwań interesariuszy, poszanowanie praw człowieka, międzynarodowe normy postępowania oraz litera prawa. Celem nadrzędnym było zminimalizowanie negatywnych wpływów firmy i wzmocnienie pozytywnych, a także działanie na rzecz dobrobytu i zdrowia społeczeństwa. Nieodłącznym elementem realizacji strategii zrównoważonego rozwoju Auchan stały się etyczne postępowanie i przejrzystość działań, wynikające z kultury organizacyjnej.

Prace nad strategią firma rozpoczęła od zdefiniowania kluczowych interesariuszy i zagadnień istotnych zarówno dla nich, jak i organizacji. W rezultacie określone zostały strategiczne kierunki rozwoju – priorytetowe osie strategii, do których sformułowane zostały cele i działania, mające kreować wartość dla firmy i jej interesariuszy.



3 PYTANIA DO DYREKTORA GENERALNEGO AUCHAN POLSKA – MARKA SZEIB

JAK PODSUMUJE PAN DZIAŁANIA W OBSZARZE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU DLA AUCHAN POLSKA W 2014 ROKU?

Rok 2014 był ważny dla Auchan Polska ze względu na proces integracji ze sklepami Real, który rozpoczął się 6 lutego. 12 sklepów Real, które zmieniły szyld na Auchan w 2014 roku rozpoczęły swoją integrację od podstawowych szkoleń z zakresu handlu i managementu. Jednym z głównych elementów managementu Auchan jest zarządzanie ekipą oparte na 3 głównych wartościach:

zaufanie, dzielenie się i postęp. Uważam, że nasze działania w 2014 roku były przede wszystkim oparte na wartościach obecnych w terenie: zaufanie do siebie nawzajem, dzielenie się wiedzą, informacją oraz postęp, gdyż sklepy w procesie integracji widzą progresję sprzedanych artykułów i obsługiwanych klientów, co przekłada się na progresję obrotu. Jednym z filarów managementu w Auchan jest etyka i etyczne postępowanie. Sądzę, że przeszkolenie całej kadry managerskiej zintegrowanych sklepów w tym obszarze, wyjaśnienie zasad postępowania, wyznaczenie konkretnych działań na przyszłość to największe wyzwanie w roku 2014. Kontynuujemy je w roku 2015.

JAKIE SĄ PLANY ZWIĄZANE Z DALSZYM ROZWOJEM POLITYKI ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU DLA AUCHAN W POLSCE NA ROK 2015?

W roku 2015, kontynuujemy działania w obszarze etyki. Wprowadzimy Kartę Etyki Grupy Auchan dla wszystkich współpracowników łącząc to wprowadzenie z warsztatami i dyskusją podczas szkoleń. Dodatkowo nadchodzą zmiany w Radzie Etyki. Poszerzymy jej skład, włączając do prac nad etycznymi kwestiami współpracowników z Oddziału Immochan, z supermarketów SIMPLY, z Banku Oney oraz z Auchan Direct. Nowym tematem będzie zdrowe odżywianie, które propagujemy poprzez specjalny program „Naturalnie to Auchan!”. Oprócz bezpłatnego informacyjnego magazynu dla Klientów, w planach przewidujemy szkolenie e-learningowe dla pracowników oraz blog kulinarny z przepisami naszych klientów i pracowników. Rusza też program zdrowego odżywiania w szkołach podstawowych.

JAKA JEST WIZJA ROZWOJU DLA HIPERMARKETÓW AUCHAN NA PRZYSZŁOŚĆ ?

Nasza wizja rozwoju od lat pozostaje niezmienna. Chcemy sprzedawać jak najwięcej produktów, coraz taniej, dla jak największej liczby klientów. Będziemy robić handel wraz z naszymi współpracownikami, którzy są szanowani, profesjonalni, pracują z pasją do produktu i są zaangażowani w życie przedsiębiorstwa. Nasze przedsiębiorstwo zmieni się w ciągu nadchodzących dwóch lat. Zintegrujemy sklepy Real i staniemy się referencyjnym modelem dla zawodu hipermarketów w Polsce.

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ AUCHAN

KREOWANIE WARTOŚCI DLA INTERESARIUSZY

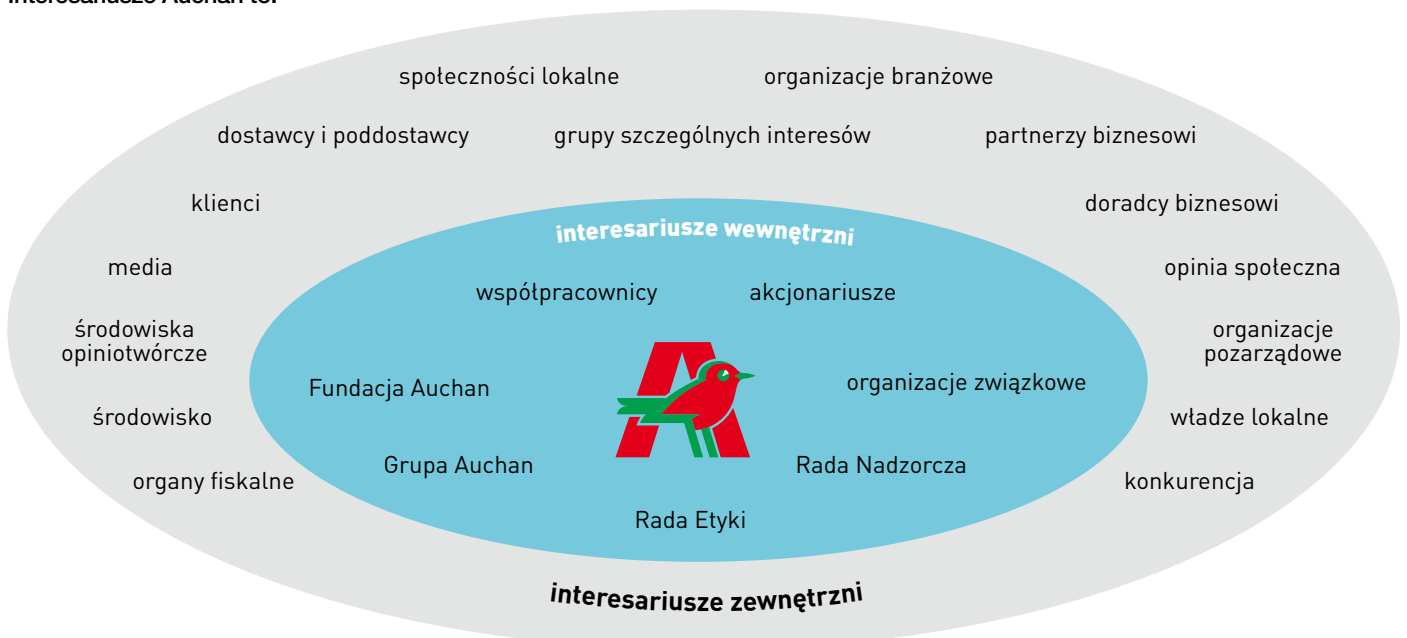


3.2

INTERESARIUSZE AUCHAN

Każda firma prowadzi działalność w określonym otoczeniu, wpływając na to otoczenie na każdym z etapów łańcucha wartości. **Interesariusze** (angl. *stakeholders*) firmy to podmioty, na które firma wpływa w największym stopniu i których wpływ na firmę jest największy. Dzielą się oni na dwie podstawowe grupy: interesariuszy wewnętrznych oraz zewnętrznych.

Interesariusze Auchan to:

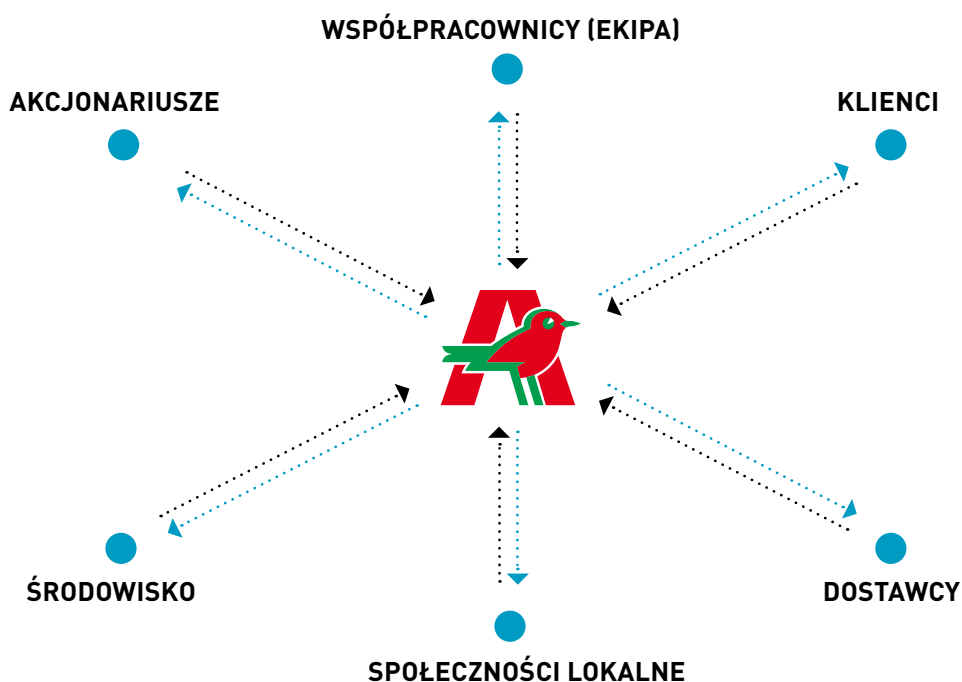


W wyniku prac warsztatowych zdefiniowano kluczowe wpływy, które wywiera Auchan i poddano analizie oddziaływanie grup interesariuszy na firmę. Wzajemne oddziaływanie Auchan i interesariuszy firmy przedstawia się następująco:

INTERESARIUSZ	WPŁYW FIRMY	WPŁYW NA FIRMĘ
współpracownicy	warunki pracy, rozwój, wynagrodzenie, akcjonariat	wiedza, zaangażowanie, odpowiedzialność
klienci	oferta, dostępność, obsługa klienta, informowanie	potrzeby i oczekiwania, udział we wspólnych projektach
akcjonariusze	wysokość dywidendy, edukacja	determinowanie kierunku rozwoju firmy, zaufanie
społeczności lokalne	inwestycje na rzecz lokalnych społeczności, rozwiązywanie problemów społecznych	licencja społeczna na działanie, zaufanie, współpraca na rzecz zwalczania problemów społecznych
dostawcy i partnerzy	warunki handlowe, partnerskie traktowanie	zaopatrywanie firmy w produkty i usługi
Grupa Auchan	zyski, dzielenie się dobrymi praktykami	wskazówki, dzielenie się wiedzą
władze lokalne i centralne	zgodność z prawem, wsparcie w lokalnych inwestycjach	ramy prawne, licencja na działanie
media	dzielenie się informacjami, otwartość, przejrzystość	rozpowszechnianie informacji, kontakt z otoczeniem
konkurenci	partnerskie traktowanie, współpraca branżowa	motywowanie do działania, dialog

Na kolejnym etapie, poprzez pryzmat siły wzajemnych wpływów, określani zostali kluczowi interesariusze Auchan.

Kluczowi interesariusze Auchan to:



KOMUNIKACJA Z INTERESARIUSZAMI

Kreowanie wartości dla interesariuszy jest możliwe, gdy zna się ich potrzeby i oczekiwania w stosunku do firmy. Nieodzownymi elementami są zatem zrozumienie i relacje, te zaś niemożliwe są bez dialogu.

Auchan Polska prowadzi dialog z interesariuszami z wykorzystaniem następujących narzędzi:

pracownicy	regularnie prowadzone spotkania pracowników na różnych poziomach (z senior managerami, z dyrektorami sklepów, na poziomie wszystkich przedstawicieli sklepów), e-maile, gazetka wewnętrzna Agora, filmy na temat ważnych wydarzeń w Grupie Auchan (Mag Auchan), newsletter, tablice ogłoszeń, badanie satysfakcji i zaangażowania pracowników, dialog z przedstawicielami pracowników (Rada Pracownicza, Związki Zawodowe)
klienci	strona internetowa Auchan, newsletter, skrzynka kontaktowa na stronach WWW, raporty zrównoważonego rozwoju i raportowanie Global Compact, portal społecznościowy Facebook, Gazetki Auchan, barometr satysfakcji klientów, komunikacja w sklepach (plakaty, ulotki)
dostawcy	spotkania, strona internetowa, raporty zrównoważonego rozwoju i raportowanie Global Compact, skrzynka kontaktowa na stronach WWW, bieżąca komunikacja e-mailowa
społeczności lokalne	happeningi i spotkania w sklepach, akcje na rzecz społeczności lokalnych i środowiska, współpraca z organizacjami społecznymi, raporty społecznej odpowiedzialności biznesu i raport Global Compact, komunikacja w sklepach (plakaty i ulotki związane z akcjami pomocy i innymi formami realizowania misji Auchan), strona WWW



3.3

OSIE STRATEGII ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU AUCHAN

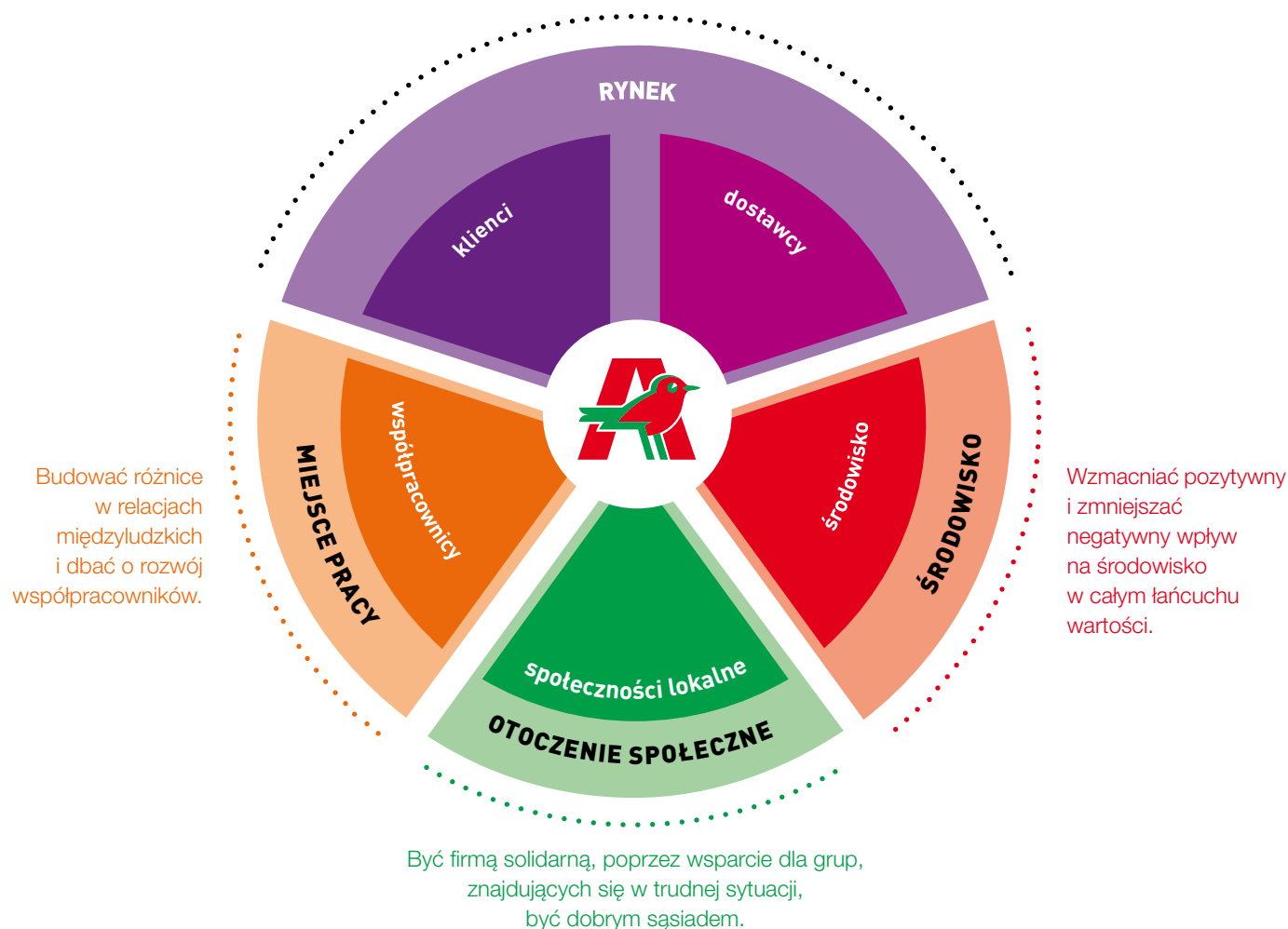
Każdemu z kluczowych interesariuszy odpowiada jeden z obszarów strategii zrównoważonego rozwoju Auchan:

- klienci i dostawcy → rynek
- współpracownicy (ekipa) → miejsce pracy
- społeczności lokalne → otoczenie społeczne
- środowisko naturalne → środowisko

Piątym kluczowym interesariuszem Auchan są akcjonariusze (rodzina Mulliez oraz pracownicy firmy). Strategia zrównoważonego rozwoju Auchan ma cztery obszary, nie ujęto w niej obszaru dedykowanego akcjonariuszom, gdyż dostarczając wartość pozostałym interesariuszom, firma tworzy wartość i dla tej grupy interesariuszy.

OSIE STRATEGII ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU AUCHAN

Budować przejrzyste i uczciwe relacje z parterami biznesowymi,
budować ofertę w odpowiedzialny sposób, promować
zrównoważoną konsumpcję.



Auchan Polska realizuje swoją strategię zrównoważonego rozwoju poprzez następujące działania:



MIEJSCE PRACY

Budować różnice w relacjach międzyludzkich i dbać o rozwój współpracowników.

- program akcjonariatu pracowniczego
 - dobre warunki pracy
 - szkolenia ogólne i zawodowe
 - podnoszenie kwalifikacji
- indywidualny rozwój (program Talenty)
 - odpowiedzialność i autonomia
 - promocja wewnętrzna
 - szacunek
 - dzielenie się informacjami
 - wolontariat pracowniczy
- monitorowanie satysfakcji i zaangażowania pracowników



RYNEK

Budować przejrzyste i uczciwe relacje z partnerami biznesowymi, budować ofertę w odpowiedzialny sposób, promować zrównoważoną konsumpcję.

- dostępność cenowa oferty
- jakość i bezpieczeństwo
- rozwój marek własnych
 - oferta EKO i BIO
- odpowiedzialne, przejrzyste relacje z partnerami biznesowymi
 - odpowiedzialny marketing
- odpowiedzialne i efektywne zarządzanie łańcuchem dostaw
- dzielić się wiedzą i promowanie odpowiedzialnych praktyk biznesowych
 - odpowiedzialność w całym łańcuchu wartości
- badanie preferencji i monitorowanie satysfakcji klientów



OTOCZENIE SPOŁECZNE

Być firmą solidarną, poprzez wsparcie dla grup, znajdujących się w trudnej sytuacji, być dobrym sąsiadem.

- działalność Fundacji Auchan
- wspieranie społeczności lokalnych
- partnerstwa na rzecz rozwiązywania problemów społecznych i wyrównywania szans
 - uczestnictwo w życiu lokalnym
 - dialog i współdziałanie



ŚRODOWISKO

Wzmacniać pozytywny i zmniejszać negatywny wpływ na środowisko w całym łańcuchu wartości.

- racjonalizacja zużycia materiałów, energii i wody
 - redukcja zanieczyszczeń
- wykorzystanie pro-środowiskowych technologii
- rozwój kategorii produktów energooszczędnych
 - propagowanie zdrowego trybu życia
- budowanie świadomości ekologicznej pracowników i klientów
 - recykling
- eko-mebel - segregacja i recykling z klientami

3.4

ZARZĄDZANIE ZRÓWNOWAŻONYM ROZWOJEM

Decyzje dotyczące strategii zrównoważonego rozwoju podejmowane są w Auchan na szczeblu zarządu firmy przez Komitet Dyrekcyjny Auchan Polska. Komórką odpowiedzialną za realizację strategii zrównoważonego rozwoju oraz raportowanie społeczne jest Dział Komunikacji i Zrównoważonego Rozwoju Auchan Polska. Bezpośrednią pieczę nad Działem Komunikacji i Zrównoważonego Rozwoju sprawuje Członek Zarządu ds. Zasobów Ludzkich.

Odrębną strukturę stanowi Fundacja Auchan na rzecz młodzieży, powołana by wspierać rozwój gospodarczy i indywidualny poprzez realizację projektów na rzecz dzieci i młodzieży we wszystkich krajach, w których obecna jest Grupa Auchan. Fundacją Grupy Auchan kieruje Zarząd, któremu podlega Rada Fundacji. Współpraca z krajami, w których Grupa prowadzi działalność, odbywa się poprzez Przedstawicieli Fundacji, którzy współpracują z Dyrektorami Działów Komunikacji i Zrównoważonego Rozwoju w poszczególnych krajach, w tym w Polsce.



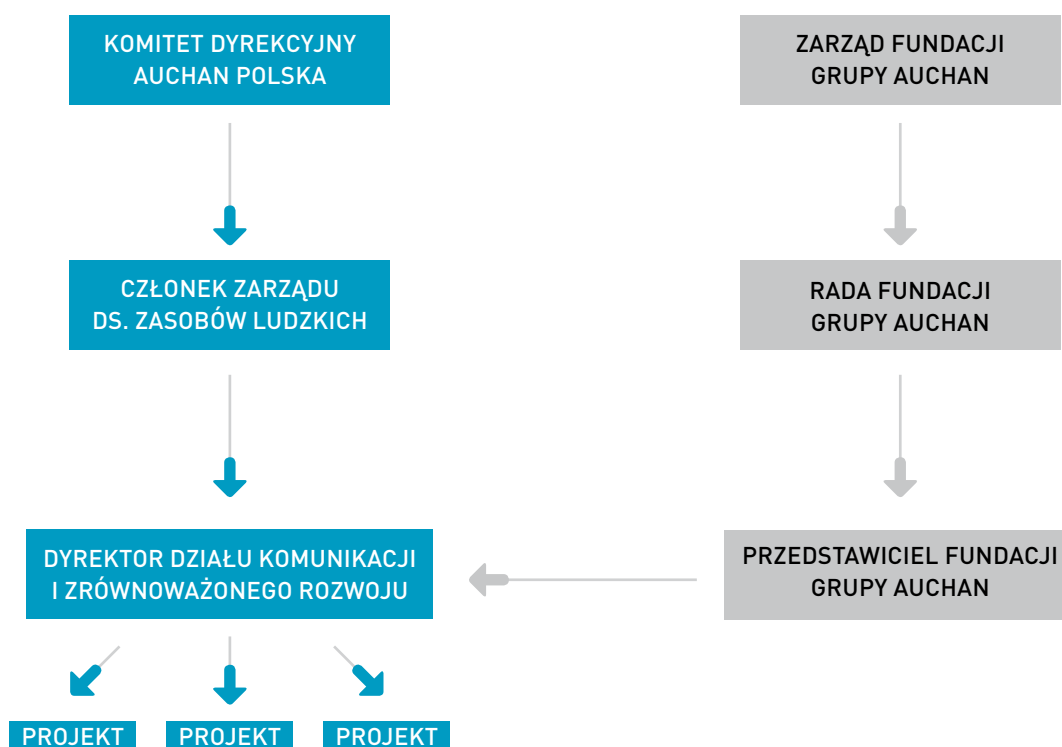
Więcej informacji: o Fundacji Auchan na rzecz młodzieży i jej pracy w rozdziale **Wspieramy lokalne społeczności**.

SYNERGIA NA RZECZ ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

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

Dobra  praktyka

ZARZĄDZANIE ZRÓWNOWAŻONYM ROZWOJEM W AUCHAN POLSKA



DZIAŁAMY ODPOWIEDZIALNIE



Budować przejrzyste i uczciwe relacje z parterami biznesowymi, budować ofertę w odpowiedzialny sposób, promować zrównoważoną konsumpcję.

4.1

NASZA STRATEGIA

W wizji Auchan zapisane jest zwiększanie siły nabywczej i podnoszenie jakości życia klientów. Klient jest centralnym punktem strategii obecności rynkowej Auchan. Firma pragnie być przedsiębiorstwem wielkich handlowców, oferującym klientom największy wybór produktów, po jak najniższych cenach, gwarantującą najwyższe standardy obsługi klienta. Wizytówką firmy jest szeroka gama produktów, sięgająca w niektórych sklepach nawet do 70 000 referencji, w połączeniu z niskimi cenami, promocjami i wielkimi sezonowymi akcjami, które dodatkowo mają wspierać dostępność cenową oferty Auchan dla klientów. Jednocześnie Auchan analizuje nieustannie potrzeby i preferencje klienta, podejmując działania na rzecz dostosowania oferty do zmieniających się potrzeb konsumentów.

**„Handel to wolność wyboru dla klienta,
odpowiedź na jego potrzeby w szerokim
asortymencie.”**

Francois Colombie
Prezes Rady Nadzorczej Auchan Polska

ZARZĄDZANIE OBSZAREM

Obszarem rynku zarządza Dyrekcja Handlowa Auchan Polska, w której gestii leżą kształtowanie oferty, produkcja marek własnych, negocjacje z dostawcami, logistyka oraz marketing. Nad jakością oferty Auchan i higieną produkcji sprawuje pieczę Dział Kontroli Jakości, który jest odpowiedzialny za zdrowie i bezpieczeństwo klienta.

Podstawowe dokumenty regulujące ten obszar to: polityka handlowa, polityka cenowa, polityka jakości, Karta Etyki Zakupów, Kodeks Etyki Współpracowników Auchan.

PRIORYTETY

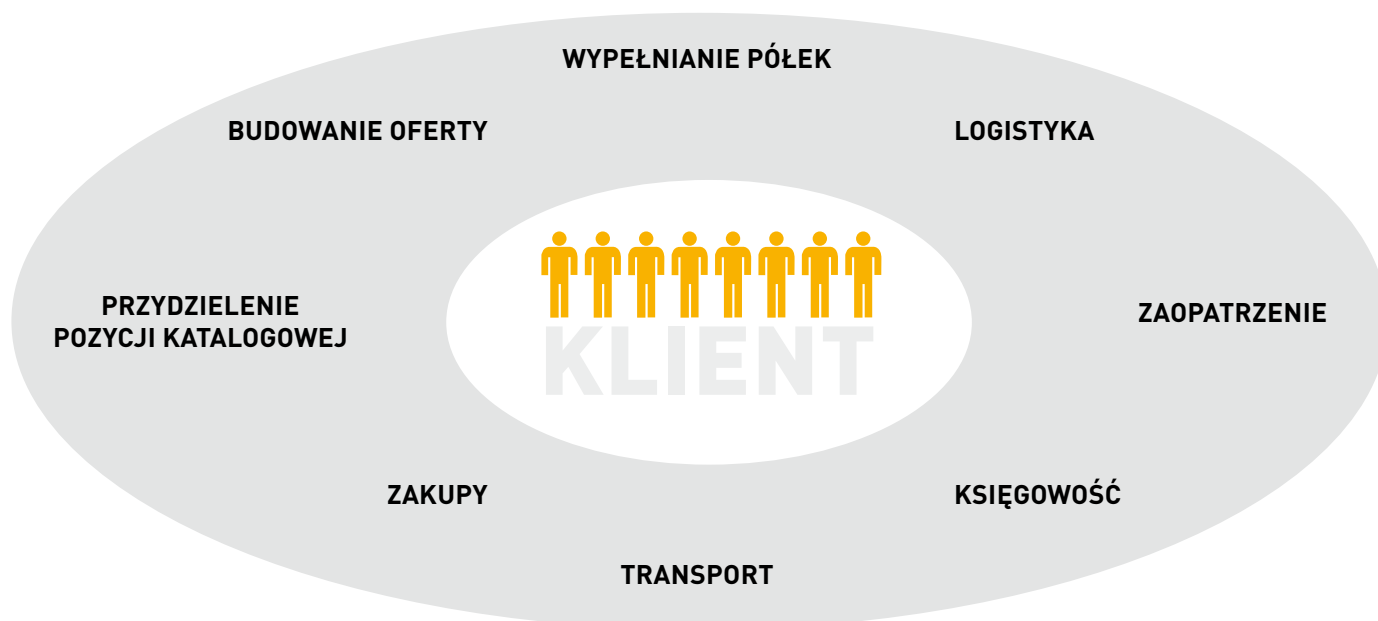
Priorytetami Auchan w obszarze rynku są:

1. jakość, bezpieczeństwo i higiena
2. trafny wybór oferty, dopasowanej do każdego portfela
3. najniższe ceny
4. słuchanie klienta
5. przejrzystość działań

KSZTAŁTOWANIE OFERTY AUCHAN

Na kształtowanie oferty Auchan składa się szereg procesów, takich jak: budowanie oferty, wypełnianie półek, logistyka, zaopatrzenie, księgowość, transport, zakupy, przydzielenie pozycji katalogowej. W procesy te zaangażowani są pracownicy Auchan oraz dostawcy i poddostawcy firmy, zaś siłą napędową i centralnym punktem jest klient.

KSZTAŁTOWANIE OFERTY




Poprzez kształtowanie oferty Auchan chce dać odpowiedź na potrzeby z nią związane zapewniając:

- zadowolenie klientów z wybranych lub zaprojektowanych przez Auchan produktów
- optymalizację zakupów pod względem procesów i kosztów, gwarantującą klientom najniższą cenę
- wybór dostawców oferujących najlepsze wskaźniki w zakresie poziomu obsługi przy jednoczesnym poszanowaniu zasad etycznych i polityk

ODPOWIEDZIALNOŚĆ

Auchan w zrównoważony sposób zarządza całym procesem budowania swojej oferty, poprzez zgodność z wymogami i regulacjami, sposób selekcji dostawców i współpracy z nimi, sposób prowadzenia działalności, działania edukacyjne i animacje, a także monitorowanie preferencji i satysfakcji klientów i ciągle doskonalenie oferty.



Przestrzeganie zasad	Wybór dostawców	Zasady współpracy z dostawcami
Zgodność z regulacjami np. prawo żywnościowe	Precyzyjnie zdefiniowane wymogi dotyczące produktów i audyty oceniające	W kontraktach: aneksy o jakości i bezpieczeństwie produktów
System HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points)	Weryfikacja spełniania wymogów zawartych w specyfikacji	Audyty u dostawcy
Zasady i wymagania ze strony Grupy Auchan	Zatwierdzenie potencjalnych podwykonawców przez Auchan po przeprowadzeniu audytu	Specyfikacje techniczne produktów marki własnej
Specyfikacja wymagań sanitarnych i zasad higieny w transporcie	Współpraca z zakładami zatrudniającymi osoby niepełnosprawne lub z innymi instytucjami użyteczności publicznej	Produkty marki własnej Auchan „Kciuk” i „Auchan” badane w niezależnych akredytowanych laboratoriach
		Karta Etyki
		Proces Zarządzania Jakościowego (Assurance Qualite Synergie International)



Prowadzenie działalności	Monitorowanie i poprawa	Edukacja i animacje
Najniższe ceny (badanie Najtańszy koszyk)	Audyty kontrolne u dostawców	Szkolenia e-learningowe z zakresu prawa żywnościowego, zasad dobrej praktyki higienicznej oraz produkcyjnej
Szeroka oferta spełniająca jak największą liczbę potrzeb klientów	Badania jakościowe, audyty społeczne	Szkolenia z zakresu obsługi klienta; optymalnego wykorzystania toreb kasowych
Odpowiedzialne kształtowanie oferty – BIO, EKO, A+	Monitoring punktów krytycznych w sklepie (HCCP)	Kampanie budujące świadomość i wiedzę
Miła i profesjonalna obsługa	Zespół czuwający nad bezpieczeństwem i higieną zgodnie z Księgą HCCP i Księgą Higieny	Szkolenie zespołu z zasad HCCP i higieny
Program lojalnościowy Skarbonka	Monitorowanie i analiza reklamacji	Wspólna realizacja odpowiedzialnych projektów na rzecz otoczenia
Karta Visa Auchan	„Czerwony Telefon” i procedura zarządzania sytuacjami kryzysowymi	
Czytelna organizacja sklepu i oznakowanie towarów		



ZASADY WSPÓŁPRACY Z DOSTAWCAMI

Auchan Polska popiera zasady określone w **Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka**; firma respektuje zasady **Global Compact** i jest przeciwna wszelkim formom pracy przymusowej lub obowiązkowej, pracy dzieci, oraz dyskryminacji w zakresie zatrudnienia i pracy; Auchan zapewnia równość szans w zatrudnianiu i rozwoju w organizacji.

Auchan wymaga od swoich dostawców, aby zobowiązali się oficjalnie, że nie będą zatrudniać bezpośrednio lub pośrednio osób nieletnich wg. istniejącego prawa UE, w żadnym z krajów w którym

prowadzą działalność gospodarczą oraz do ścisłej kontroli tego stanu rzeczy. W tym celu stworzona zostały **Karta Etyki Zakupów**. Firma stawia sobie za cel, aby nie utrzymywać stosunków handlowych z żadną organizacją stosującą pracę przymusową lub korzystającą z pracy dzieci.

Od roku 1996, każdy dostawca rozpoczynający współpracę handlową z Auchan Polska, wraz z podpisaniem umowy handlowej podpisuje jednocześnie **Kartę Etyki Zakupów, która stanowi integralną część umowy handlowej**.



4.2

W TROSCE O SIŁĘ NABYWCZĄ KLIENTA

Siła nabywczą to liczba produktów i usług, które mogą być zakupione za jednostkę pieniądza. Jest ona zależna od zmian cen w gospodarce – w przypadku inflacji, siła nabywczą pieniądza zmniejsza się przy niezmiennym poziomie dochodu danego gospodarstwa domowego. Auchan Polska jako dyskont (nazwa od angielskiego słowa *discount* – obniżka ceny, rabat), realizuje misję zwiększania siły nabywczą klientów oferując im towary w obniżonych cenach, liczne promocje, upusty i akcje handlowe, a także marki własne – gwarantujące klientom wysoką jakość przy niskich cenach.

MARKI WŁASNE AUCHAN

Z myślą o klientach Auchan tworzy szeroką ofertę produktów marki własnej, gwarantujących dobrą jakość oraz przystępną cenę. Produkty marki własnej Auchan to między innymi artykuły oznaczone logo z podniesionym kciukiem, artykuły z logo Auchan, marka odzieżowa In Extenso i produkty Bio. Produkty marki własnej (ang. private label) stanowią doskonałą alternatywę dla lokalnych i światowych marek, gdyż nie odbiegając jakościowo od swoich markowych odpowiedników, oferują klientom niższą cenę.

JAKOŚĆ + PRZYSTĘPNA CENA

			
Super jakość po korzystnej cenie!	Zawsze najtaniej!	Na czasie i tanio	To, co natura ma najlepsze!
artykuły o wysokiej jakości lidera, odpowiadające na nowe potrzeby klienta, ale w cenie około 30 % niższej niż artykuły markowe	starannie dobrane produkty o satysfakcjonującej jakości, w najniższej cenie w swojej rodzinie produktów	marka tekstylna Auchan, tworzona w oparciu o najnowsze trendy mody, oferująca najnowsze trendy mody w przystępnej cenie	zdrowe i przystępne cenowo artykuły, tworzone w oparciu o najnowsze trendy w branży produktów żywnościowych

KARTA KREDYTOWA AUCHAN ONEY BANK

Oney Bank, który współpracuje z Auchan w ramach Grupy Auchan oferuje klientom wygodne i korzystne rozwiązanie finansowe – kartę kredytową Auchan Oney. Dzięki karcie kredytowej klienci mogą płacić w sposób bezpośredni za dokonywane zakupy, korzystając z atrakcyjnych obniżek cenowych, a na zakupionych produktach zarabiać dodatkowe złotówki. Posiadacze kart Auchan Oney mogą przede wszystkim skorzystać z interesujących opcji kredytowych.

KARTA KREDYTOWA AUCHAN

- spłata zakupów w 5 niskooprocentowanych ratach
- promocje „raty 0%”
- zakupy w atrakcyjnych cenach - dostęp do specjalnych obniżek cenowych i promocji



- udział w programie oszczędnościowym „Skarbonka”, pozwalającym **zarabiać przy wydawaniu** (zebrane podczas zakupów złotówki mogą być wykorzystane przy kolejnych zakupach w Auchan)



Więcej informacji można uzyskać tutaj:
<http://www.auchan.pl/karty-auchan/karty>

Kartę kredytową Auchan oferuje bank Oney Polska S.A., należący do międzynarodowej grupy finansowej Oney Banque Accord, która istnieje już od 32 lat i cieszy się zaufaniem ponad 7 milionów klientów na całym świecie. W Polsce marka była obecna od 13 lat, najpierw jako Accord Finance S.A., a od sierpnia 2013 roku jako Oney Polska S.A.



Więcej informacji
www.oney.com.pl

PROGRAM OSZCZĘDNOŚCIOWY SKARBONKA

Program oszczędnościowy Skarbonka pozwala uczestnikom zarabiać wydając. Za każdym razem, kupując produkty ze znakiem Skarbonka klient Auchan zyskuje złotówki, które gromadzą się na jego koncie Skarbonka.

Korzyści z udziału w programie:

- zgromadzone na koncie Skarbonka pieniądze mogą być wykorzystane już następnego dnia przy kolejnych zakupach
- pieniędzmi zgromadzonymi na koncie Skarbonka można płacić za wszystkie dowolnie wybrane produkty w Auchan (oprócz benzyny)



Przy cenie każdego artykułu dostępnego w programie lojalnościowym Skarbonka, klient może znaleźć logo programu, oraz kwotę jaką może zarobić przy zakupie danego produktu (lub wartość procentową zakupu).

AKCJE HANDLOWE AUCHAN

Kolejnym narzędziem realizowania misji zwiększania siły nabywczej klientów oraz dostępności cenowej oferty Auchan są akcje handlowe. Akcje handlowe realizowane w Auchan dzielą się na doroczne akcje, powtarzane cyklicznie we wszystkich sklepach Auchan, oraz akcje okolicznościowe. Dzięki akcjom handlowym **niskie ceny**, oferowane przez Auchan **stają się jeszcze niższe**, a **zakupy** – dzięki animacjom i wspólnym zabawom – **stają się jeszcze przyjemniejszym doznaniem**.





18

ROK 2014 – 18 URODZINY AUCHAN POLSKA!

W roku 2014 firma Auchan Polska obchodziła swoje 18. urodziny. Jak co roku, planując to wydarzenie, sklepy Auchan starały się, by było to dla wszystkich niezapomniane wydarzenie i wspaniała zabawa. A oto kilka z nich:

URODZINOWE TORTY

Auchan Krasne i Auchan Hetmańska

Na rozpoczęcie akcji sklepy przygotowały pyszne urodzinowe torty, jak wypada na 18. urodziny i świętowały hucznie z klientami 18-kę sieci.

FESTIWAL KAWY

Auchan Hetmańska i Produkcyjna w Białymstoku

Auchan Hetmańska przygotował specjalną ekspozycję produktów podczas festiwalu Kawa. Klienci mogli zapoznać się z ofertą sklepu i zdecydować, jaki produkt kupić. Zorganizowały turniej piłkarski. Wzięło w nim udział 6 drużyn – Auchan Hetmańska, Auchan Produkcyjna, Leroy, drużyna kibiców białostockiej Jagiellonii, Kalinowa i dla upamiętnienia przyjaciela – drużyna przyjaciół Rafała - zmarłego managera ochrony.

WSPÓLNY OBIAD

Auchan Krasne

W Auchan Krasne, z okazji 18. urodzin Auchan dyrektor zaprosił swoich współpracowników na obiad. Ekipa dyrekcji serwowała tradycyjny żurek, z jajkiem i kielbaską, podawany w chlebie.



URODZINOWY FLASHMOB

Auchan Bydgoszcz

Auchan Bydgoszcz nakręcił hit urodzinowy flashmob do piosenki „Happy”: film kręcony był od 24.04.14 do 2.05.14 i w międzyczasie montowany przez Annę Siwiec – managera. Nagranie, edycja i montaż filmu zajęły prawie 35 godzin. W filmie wystąpiło łącznie prawie 50 osób (dyrektorzy, managerowie, pracownicy działów handlowych, ochrony, kas, administracji oraz ich rodziny i znajomi. Film składa się z ponad 40 różnych scen kręconych na terenie Auchan oraz przy Wyspie Młyńskiej, w centrum Bydgoszczy.

ANIMACJE DLA KLIENTÓW

Sklepy Auchan organizują szereg promocji i akcji handlowych, połączonych z konkursami, degustacjami, animacjami i zabawami. Programy realizowane są przez komitety animacji w sklepach Auchan.

W okresie raportowania były to między innymi:

- tematyczne degustacje
- festiwale produktów (np. festiwal Pierkania/Cukiernia w Auchan Sosnowiec, festiwal włoski w Auchan Bielsko-Biała)
- zawody zręcznościowe (np. Wyrzuć sobie rabat w Auchan Krasne, Ustrzel nagrodę w Auchan Bielsko-Biała)
- wydarzenia związane ze świętami (np. Walentynki, Tłusty Czwartek czy Dzień Matki)
- wydarzenia związane z realizacją misji społecznej Auchan (akcje rejestracji dawców z DKMS, Dzień Zdrowego Odżywiania w Auchan)
- Tańsze zakupy prosto z Tira (np. Auchan Sosnowiec, Katowice i Piaseczno) (agora 48 str 4, <http://www.auchan.pl/aktualnosciauchan/aktualnosc/25-dni-auchan-promocje>)
- urodziny poszczególnych sklepów
- pokaz mody dla klientów w wykonaniu dzieci pracowników Auchan (Auchan Hetmańska)



ZAKUPY W AUCHAN NAJTAŃSZE

Tworząc swoją ofertę Auchan nie zapomina też o ważnych chwilach w życiu klientów, takich jak rozpoczęcie szkoły i realizuje misję zwiększania siły nabywczej klienta. W roku 2014, sklepy Auchan zorganizowały akcję handlową „Powrót do szkoły”. Jak wyliczyły Super Express i Polsk Gazeta Wrocławska **wyprawka szkolna w Auchan była najtańsza**.

Auchan **od lat zajmuje również wiodące miejsce** w badaniach typu Najtańszy koszyk i w rankingach prowadzonych przez media np. podliczających koszt świątecznych zakupów, koszt świeżych warzyw i itd.

Święta nas raczej nie zrujniają

● Portal dlahandlu.pl sprawdził, że najtańsze zakupy na Wielkanoc zrobimy teraz w Auchan

● Różnica w zakupach 50 produktów między najdroższym i najtańszym sklepem to 55,75 zł

Ceny podstawowych produktów żywnościowych w woj. śląskim przed Wielkanocą (w złotych)



Fakty
Jakie święta?
 Obfite, ale oszczędne. W Polsce, także w województwie śląskim, wciąż mało popularne jest dawanie prezentów „na zajączka”. Blisko połowa z nas przynajmniej, że nie ma w domu takiej tradycji, a tylko 30 proc. deklaruje, że prezenty na Wielkanoc kupuje. Przeważnie są to drobniutki dla dzieci – słodycze, zabawki, na które wydajemy symboliczne kwoty.
 ● Z pułk pieniędzy jaką przeznaczymy na Wielkanoc, zdecydowaną większość (75 proc.) wydamy na jedzenie: głównie na ciasta i słodkości. W drugiej kolejności są wydatki na owoce i warzywa.
Mocnych pieniędzy

● Portal dlahandlu.pl sprawdził, że najtańsze zakupy na Wielkanoc zrobimy teraz w Auchan

dań przeprowadzonych od 7 do 28 marca w największych sieciach handlowych, najtańszy pozostaje Auchan. Za koszyk 50 wybranych, najbardziej popularnych produktów zapłacimy tam 248 zł 85 gr.

Market marketowi nie jest równy
 Tylko ok. 3 zł więcej zapłacimy w Kauflandzie. W Intermarche 266,67 zł, w Netto - 267,72 zł. Z kolei w Biedronce 278,66 zł, w Lidl'u - 276,69 zł, w Tesco - 278,78 zł. Powyżej 290 zł w Almie i Stokrocie. W Lewiatanie aż 304,98 zł. Różnica między najtańszym a najdroższym

wa, wędliny i masło. Ceny wiepenowizy dopiero co były niższe. **Narzekamy na o Unas i tak jest to**

Ile kosztuje pełny tor

● Przejrzeliśmy ceny przyborów szkolnych w dużych wrocławskich sklepach
 ● Nie zawsze jednak najtańsze produkty to te pełnowartościowe, czasem

Wyprawka ucznia

Produkt	Auchan	Tesco	Biedronka	Cena
kosztuar	10,00	29,99	39,99	
zaczepki 16 barbek	0,39	0,29	0,79	
zaczepki 60 barbek	1,19	0,30	1,29	
piósełki (na zamek z wyposażeniem)	8,98	9,99	b/d	

Z naszego badania cen wynika, że najtańsze zakupy przyborów szkolnych zrobimy w Auchan.

Temperatura	Auchan	Tesco	Biedronka	Cena
zestaw przyborów kreślarskich*	13,99	3,99	5,99	
kreślik (12 kolorów)	9,99	8,99	3,99	
12 linijek kolorowych	9,49	1,99	6,99	1,99
farby akwarela	4,99	3,99	2,99	2,49
farby gouache (12 kolorów)	10,99	4,99	9,99	12,99
plastelina	1,49	0,99	b/d	2,99
Molki rysunkowe 48	0,79	3,99	1,39	1,49
Mak techniczny	0,99	4,99	1,39	1,39
papier kolorowy	1,39	1,99	b/d	0,79
klej w słoiczku	0,99	2,99	0,49	0,99
RAZEM	33,25	64,99	58,53	60,60

„Super Express” podpowiada, gdzie wybrać się po tanie artykuły szkolne!

Kup wyprawkę za pół ceny

Gdzie po najtańszą chemię?

Koszyk z chemią AUCHAN

Gdzie po najtańszą chemię?
 W tej kategorii zwyciężcą został Auchan. To też jedyny sklep, w którym mogliśmy kupić proszek na wagę. Koszt całego koszyka wyniósł 32,45 zł.

Sklep	Cena
Auchan	32,45 zł
Carrefour	33,81 zł
Tesco	33,01 zł
Kaufland	42,17 zł
Lidl	48,23 zł

4.3

ZRÓWNOWAŻONA OFERTA

Auchan w odpowiedzialny sposób kształtuje swoją ofertę handlową. Uwzględniając potrzeby klientów, dla których istotne jest zdrowe odżywianie, rozwija gamę produktów BIO i EKO. Są one bezpieczne dla środowiska, gdyż ich środowiskowe oddziaływanie jest maksymalnie ograniczone czy wręcz zlikwidowane, nie zawierają konserwantów, substancji wzmacniających smak, sztucznych aromatów i barwników oraz są nieprzetworzone chemicznie.

Sklepy Auchan zaprzestały zakupu jeansów poddawanych piaskowaniu (piaskowanie – ang. *sandblasting* – metoda nadawania dżinsowi „spranego” wyglądu, powodująca u osób zaangażowanych w produkcję zachorowanie na pylicę krzemową płuc).



Auchan oferuje też swoim klientom gamę produktów z recyklingu, wytwarzanych w całości, lub w części z materiałów wtórnych, oraz produktów pochodzenia leśnego posiadających certyfikat FSC (ang. Forest Stewardship Council) – przyznawany produktom wytworzonym z zarządzanych w zrównoważony sposób lasów.

ZDROWA ŻYWNÓŚĆ

W sklepach Auchan klienci znajdują zdrową żywność. W skład segmentu zdrowa wchodzi żywność ekologiczna, produkty sojowe, produkty dietetyczne, i produkty bezglutenowe. Rozwój kategorii Żywność Ekologiczna nastąpił na początku 2014 roku. W skład żywności ekologicznej wchodziły: ryż,

mąka, sezam, herbata, kawa, płatki, makaron, sok, syrop z agawy, oleje. Wszystkie produkty BIO i EKO w ofercie Auchan są certyfikowane.

Dostępne w ofercie Auchan produkty EKO i BIO są promowane w sklepach Auchan oraz w katalogu. Produkty spożywcze znajdują się na specjalnym regale EKO/BIO i są oznakowane zielonym liściem.

W roku 2014 w ofercie Zdrowej Żywności w sklepach Auchan znajdowało się 341 artykułów, w tym BIO – 113, soja – 34, dietytyka – 105 i bezglutenowe 89.

Warto wiedzieć 

Żywność ekologiczna posiada specjalny certyfikat, potwierdzający, iż jest bezpieczna pod względem produkcji, transportu i przechowywania. Produkty ekologiczne oraz ich składniki muszą być naturalne, nie mogą być testowane na zwierzętach, zaś proces ich wytwarzania musi być bezpieczny dla środowiska, zarówno z punktu widzenia technologii jak i wykorzystania energii elektrycznej. Unijne logo produkcji ekologicznej to zielony liść.



ENERGOOSZCZĘDNY SPRZĘT AGD

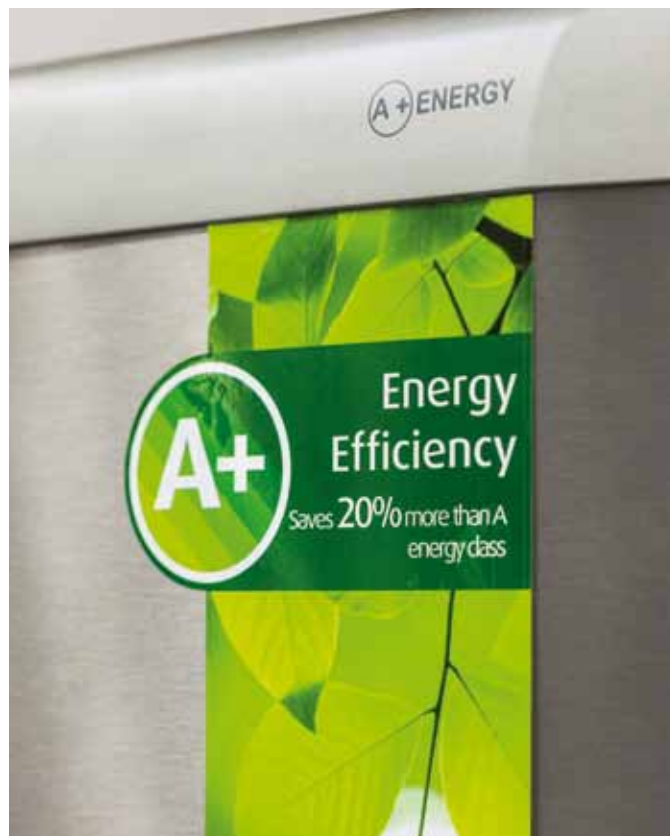
Auchan rozszerza ofertę energooszczędnego sprzętu dużego AGD typu A++ i A+. W roku 2014 sprzęt A++ i A+ stanowił 92% całej oferty. Pozostałe 8% stanowił sprzęt klasy energetycznej A. Niższe klasy energetyczne nie są dostępne w ofercie Auchan Polska: klasa B została wycofana ze sprzedaży w roku 2012, zaś klasy C i D nie były dostępne w ofercie Auchan.

Zmiany w ofercie energooszczędnego sprzętu AGD

A++		A+		A	
2014	14%	2014	78%	2014	8%
2013	13%	2013	81%	2013	6%
2012	14%	2012	80%	2012	6%
2011	11%	2011	32%	2011	57%
2010	10%	2010	31%	2010	56%

Klasy energetyczne sprzętu AGD w okresie raportowania

A++	14%
A+	78%
A	8%
B	wycofana z oferty Auchan w roku 2012



OWOCE MORZA I RYBY

Przy zakupie ryb Auchan kieruje się zasadami zrównoważonego rozwoju; długofalowo współpracuje ze sprawdzonymi dostawcami, świadomie wykorzystującymi zasoby wodne. Wszyscy dostawcy są audytowani przez niezależne instytucje.

Przestrzegane są okresy ochronne poszczególnych gatunków ryb oraz ich wymiary ochronne. Są to podstawowe czynniki regulujące połowy; ich zachowanie pozwala na prawidłowy rozwój poszczególnych gatunków ryb i na odbudowę łowisk. Od początków swojej działalności w Polsce Auchan współpracuje z Instytutem Rybactwa oraz Polską Akademią Nauk.

Auchan posiada katalog produktów (ryb), zawierający m.in. kryteria jakościowe, wymiary, dokładną nazwę łacińską, itd. Katalog ten istnieje również w wersji elektronicznej. Na podstawie katalogu drukowane są szczegółowe etykiety produktowe, spełniające wymogi rozporządzenia 1379/2013. Auchan zapewnia krótsze daty przydatności do spożycia ryb, niż wymagane prawnie.

Karp

Auchan wspiera rodzimą akwakulturę (karp) dostrzegając jej aspekty zarówno zdrowotne (ryba w chowie naturalnym) jak również wpływ na środowisko ogromnych areałów, które są nieocenionym siedliskiem i ostoją ptactwa, wydry, bobrów i innej drobnej zwierzyny. Przeciętne gospodarstwo, z którym współpracuje Auchan, to kilkaset hektarów: lustra wody, pola, place manewrowe, groble itd. Razem z karpem w stawach hodowane są dla Auchan również inne gatunki ryb takie jak m. in. lin, karaś, amur, tołpyga. W roku 2010, we współpracy z PAN, Auchan wprowadził specjalne rynienki dla przechowywania żywego karpia, pozwalające rybce swobodnie oddychać. Dla zapewnienia dobrostanu karpia





sklepy Auchan wprowadziły również sprzedaż żywego karpia w namiotach na zewnątrz sklepów, dzięki czemu ryba przebywa w chłodzie do momentu zakupu.

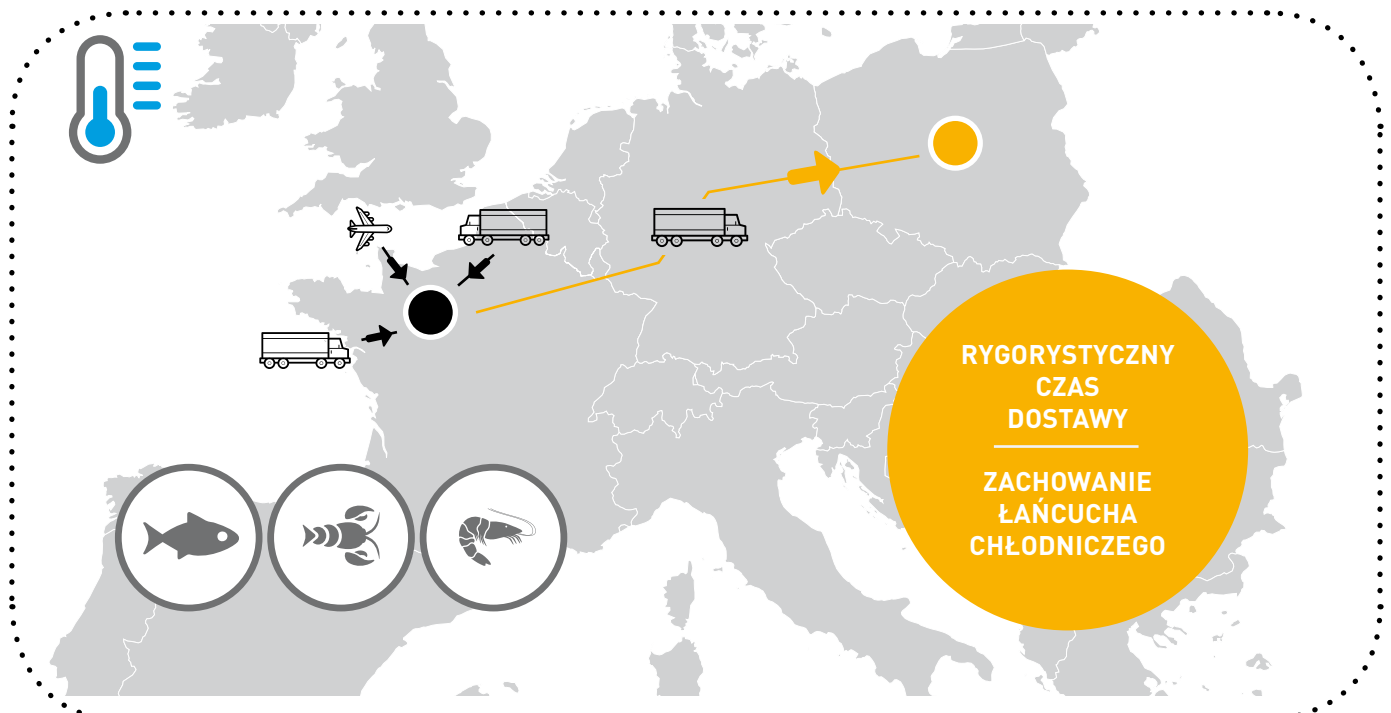
Logistyka

Troska o dobrostan ryby widoczna jest również w organizacji logistycznej recepcji – zasadą jest, że ryba musi być przyjęta pierwsza. Auchan prowadzi szkolenia dla szefów recepcji, z przyjmowania ryby w pierwszej kolejności, z uwagi na dobrostan ryby żywej. W roku 2014 szkolenie trwało 4 dni. Przeszkolonych zostało 110

osób. W kolejnych latach planowane jest szkolenie dla wszystkich szefów recepcji, a także ujednoczenie procedur zarządzania działem w całej organizacji, po zakończeniu integracji z Real.

Import artykułów świeżych, w tym owoców morza i ryb, prowadzony jest z rygorystycznym czasem dostawy, z zachowaniem łańcucha chłodniczego i restrykcyjną kontrolą jakości na platformie logistycznej w Polsce. Owoce morza żywe (omulki, mule, amandy) są przewożone i sprzedawane tylko w opakowaniach MAP, gwarantujących praktycznie 100% przeżywalności skorupiaków żywych.

ŁAŃCUCH DOSTAW – ARTYKUŁY ŚWIEŻE



4.4

JAKOŚĆ I BEZPIECZEŃSTWO

Za bezpieczeństwo zdrowia klienta odpowiedzialny jest Dział Jakości Auchan. W trosce o najwyższą jakość i bezpieczeństwo oferty Auchan stworzona została lista zasad, zapewniających przestrzeganie dobrej praktyki produkcyjnej oraz bezpieczeństwa produktów.

Gwarancja wysokiego poziomu jakości i bezpieczeństwa żywności regulowana jest m.in. przez wykonywanie audytów wg. check listy Grupy Auchan, a także weryfikację dostawców (raporty z audytów BRC/IFS/FSSC 22000/SQF), kontrolę produktów, kontrolę informacji zwrotnych (testy konsumenckie, reklamacje). Spełnienie wymagań wynikających z przepisów prawnych, norm i dyrektyw, realizowane jest dla produktów marki własnej Auchan oraz marek narodowych.

W okresie raportowania przeprowadzono 115 audytów wg. check listy Auchan, 284 audyty IFS, BRC, FSC.

KONTROLE MAREK WŁASNYCH AUCHAN

W przypadku marek narodowych i marek własnych każdy dostawca Auchan ma podpisany aneks dotyczący bezpieczeństwa jakości produktów żywnościowych.

W trosce o najwyższą jakość produktów w ofercie Auchan realizuje następujące działania:

PANEL – konsumencka ocena produktu

- > badanie organoleptyczne, w ramach wewnętrznych paneli konsumenckich;
 - > grupa min. 35 osób;
- > wysoki poziom akceptacji – produkt jest zatwierdzany
- > niski poziom akceptacji – zmiana receptury i ponowne przeprowadzenie badania;
 - > dla produktów marki własnej będących w sprzedaży minimum raz w roku przeprowadzane są badania panelowe.

Specyfikacje techniczne produktu

- > produkty marki własnej Auchan posiadają specyfikacje techniczne w których dostawca deklaruje:
 - zgodność produktu z wymaganiami prawa żywnościowego
 - zgodność procesu produkcyjnego, i innych wymagań związanych z wymaganiami prawa itp.

Analizy laboratoryjne

- każdy produkt jest poddawany kontroli w niezależnym akredytowanym laboratorium na zgodność parametrów organoleptycznych, mikrobiologicznych i fizyko-chemicznych;
- badania prowadzone są w kolejnych cyklach życia produktu, na podstawie planu analiz na dany rok;
- w przypadku niezgodności produktu z zatwierdzoną specyfikacją lub niezgodnych analiz - produkt niezgodny zostaje wycofany ze sprzedaży; dostawca otrzymuje kartę niezgodności i zobowiązany jest do realizacji działań korygujących.

Dla zarządzania ryzykiem związanym z jakością produktów w Auchan została wprowadzona procedura zarządzania sytuacjami kryzysowymi i czerwony telefon/faks, na który zgłaszać można jakiegokolwiek wątpliwości dotyczące produktu czy reklamacje. Po analizie sytuacji Dział Jakości, w oparciu o procedurę postępowania, opiniuje dalsze kroki i możliwości oraz warunki dalszej współpracy z dostawcą, w przypadku którego miały miejsce niezgodności.

OZNAKOWANIE TOWARÓW

Auchan zobowiązuje dostawców do przestrzegania obowiązujących przepisów prawa UE i krajowego dotyczącego oznakowania towarów i zamieszczania na nich przewidzianych prawem informa-

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

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

cji. W przypadku niewypełnienia powyższego warunku, Auchan ma prawo do odmowy przyjęcia dostawy.

Klienci Auchan znajdą na opakowaniach produktów żywnościowych, dostępnych w Auchan, wymagane prawnie informacje takie jak: nazwa produktu, nazwa i adres producenta, listę składników, zawartość tłuszczu, wagę netto, klasę jakości, zawartość alkoholu, informację o tym, czy zawierają one chemiczne barwniki, konserwanty i inne dodatki a także sposób przygotowania.

Auchan zachęca klientów do świadomych zakupów i zapoznawania się z dostępnymi informacjami o produktach, prowadząc akcje uwrażliwiające i akcje zachęcające do czytania etykiet.

BEZPIECZEŃSTWO W SKLEPIE

W trosce o wspólne bezpieczeństwo klientów i pracowników każdy sklep Auchan wyposażony jest w defibrylator – urządzenie, które oddziałuje na mięsień sercowy i za pomocą wstrząsów elektrycznych przywraca regularną pracę serca. W Auchan wprowadzono defibrylatory typu AED, analizujące EKG i w sygnalizujące,

w oparciu o wynik, czy defibrylacja jest wskazana. Urządzenia tego typu mogą być używane po odbyciu podstawowego szkolenia. Zespoły ochrony, a także wybrani pracownicy ze sklepów, zostali specjalnie przeszkoleni z obsługi urządzenia oraz udzielania pierwszej pomocy.



4.5

AUCHAN – WYDARZENIE RYNKU SPOŻYWCZEGO 2014

Redakcje magazynu „Rynek Spożywczy”, serwisu www.portalspozywczy.pl oraz www.dlahandlu.pl dorocznie, od siedmiu lat, przyznają nagrody za wspieranie pozytywnych zmian zachodzących w polskim przemyśle i handlu spożywczym – Nagrody Rynku Spożywczego. Nagrodami honorowane są firmy i wydarzenia wyróżniające się w polskim sektorze żywnościowym.

Nagrody Rynku Spożywczego 2014 przyznano w trzech kategoriach: Innowacja Rynku Spożywczego, Lider Rynku Spożywczego oraz Wydarzenie Rynku Spożywczego.

W kategorii Wydarzenie Rynku Spożywczego 2014 nagrodę otrzymała firma Auchan Polska, którą odebrał Radosław Dac – Dyrektor Sprzedaży.



TWORZYMY DOBRE MIEJSCE PRACY



Budować różnice

w relacjach międzyludzkich

i dbać o rozwój współpracowników.

5.1

ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI

Zarządzanie zasobami ludzkimi leży w gestii Dyrekcji Zasobów Ludzkich.

W gestii DZL są:

- prognozowanie potrzeb w zakresie rozwoju zasobów ludzkich niezbędnych do realizacji celów firmy i jej stabilnego wzrostu;
- kształtowanie struktury organizacyjnej firmy – definiowanie misji, zakresów odpowiedzialności danego stanowiska i niezbędnych kompetencji;
- rekrutacja pracowników – zaspakajanie potrzeb przedsiębiorstwa poprzez poszukiwanie kandydatów, zatrudnianie;
- integracja nowozatrudnionych pracowników – przekazanie niezbędnych informacji na temat funkcjonowania w organizacji oraz pomoc w adaptacji w nowym środowisku;
- szkolenia – odpowiadanie na potrzeby przedsiębiorstwa i indywidualne współpracownika;
- rozwój poziomy i pionowy – budowanie i rozwijanie kompetencji zawodowych i osobistych ekipy;
- ewaluacja efektów pracy – ocena wyników pracy w bilansie rocznym i przekazywanie pracownikom informacji zwrotnej na temat efektywności ich działań;
- nagradzanie i motywacja pracowników – tworzenie systemów motywacyjnych w celu zachęcania pracowników do większego zaangażowania.

DOKUMENTY

Polityka ds. zasobów ludzkich realizowana jest w oparciu o trzy kluczowe dokumenty wewnętrzne: Regulamin Wewnętrzny Auchan Polska, Regulamin Wynagrodzeń i Polityka Zarządzania Zasobami Ludzkimi, oraz w poszanowaniu litery prawa, określonej Ustawą z dnia 26 czerwca 1974 r. Kodeks pracy.

Dokumenty wewnętrzne Auchan Polska:

WEWNĘTRZNY AKT NORMATYWNY	ZAKRES
Polityka Zarządzania Zasobami Ludzkimi	określa cele zarządzania zasobami ludzkimi, funkcje i stosowane narzędzia, niezbędne dla najpełniejszej integracji między strategią, a strukturą organizacyjną i zarządzaniem zasobami ludzkimi, w celu realizacji strategii firmy.
Regulamin Wewnętrzny Auchan	obowiązki pracodawcy i pracownika, zapisy na temat praw człowieka, ochrony mienia, czasu pracy; regulujące kwestie obecności w pracy, ochrony pracy kobiet i młodocianych, zasady wypłaty wynagrodzenia, bezpieczeństwa i higieny pracy, itd.
Regulamin Wynagrodzeń	system wynagrodzeń oraz stawki wynagrodzenia zasadniczego, pozostałe stawki wynagrodzenia za pracę takie jak dodatki i premie; zasady waloryzacji wynagrodzeń, listę świadczeń socjalnych itd.

CELE POLITYKI ZARZĄDZANIA ZASOBAMI LUDZKIMI

Najcenniejszym zasobem firmy, niezbędnym dla jej rozwoju i sukcesu, są ludzie. Dyrektor HR Auchan Pani Elżbieta Siemicka powiedziała: „**Ludzie są najcenniejszym zasobem organizacji**”. Na tej myśli Auchan opiera swoją Politykę Zarządzania Zasobami Ludzkimi, wierząc że to właśnie dzięki wiedzy, kompetencjom i zaangażowaniu współpracowników firmy wzrasta jej efektywność, co prowadzi do jej sukcesu.

Cele **Polityki Zarządzania Zasobami Ludzkimi** Auchan Polska są następujące:

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

JASNO ZAKOMUNIKOWANE ZASADY

Auchan Polska prowadzi działalność z poszanowaniem norm międzynarodowych:

- Powszechna Deklaracja Praw Człowieka z 1948 r.
- Deklaracja Międzynarodowej Organizacji Pracy dotycząca podstawowych zasad i praw w pracy
- Wytyczne OECD
- Międzynarodowy Pakt ONZ – Global Compact.

Wewnętrzne regulacje znalazły odzwierciedlenie w dokumentach Auchan, znanych każdemu ze współpracowników. Auchan w jasny sposób komunikuje swoje oczekiwania w stosunku do współpracowników poprzez znane wszystkim standardy postępowania, takie jak: Kodeks Etyczny Współpracowników Auchan Polska a także przywództwo, komunikację i szkolenia.

KODEKS ETYCZNY WSPÓŁPRACOWNIKÓW AUCHAN POLSKA



Wartości i fundamenty działania Auchan są niezmiennie od ponad 50 lat, podstawą są zaufanie, dzielenie się wiedzą (szkolenia) oraz wartością firmy (akcjonariat), celem praca na rzecz postępu, czyli rozwoju zarówno pracowników jak i firmy. W Kodeksie Etycznym można znaleźć wizję i kluczowe wartości Auchan a także obowiązujące standardy zachowań. Reguluje on takie obszary jak relacja firma-pracownik, stosunek do towarów, majątku i narzędzi, używanie mediów społecznościowych, pożądane zachowania poza miejscem i czasem pracy oraz stosunek do konkurencji / konflikt interesów a także przyjmowanie i oferowanie korzyści materialnych. Dokument określa też rolę i zadania Rady Etyki, i to, w jaki sposób każdy z pracowników może przyczynić się do wspierania przestrzegania zapisów Kodeksu.

„ Wraz z wprowadzeniem Kodeksu Etycznego dla wszystkich współpracowników Auchan Polska rozpoczęliśmy w 2010 roku proces stawiania się lepszym przedsiębiorstwem. Pracujemy nadal nad połączeniem naszej Wizji, naszych wartości oraz naszych ambicji. Życzyłbym sobie, aby Kodeks Etyczny Współpracowników Auchan był nie tylko wzorcem postępowania w naszej codziennej pracy i naszych wzajemnych relacjach. Chciałbym, aby był żywym dokumentem dla wszystkich współpracowników, którzy sami, raz na rok, aktualizują go i debatuje nad jego zapisami.

Marek Szeib, Dyrektor Generalny Auchan Polska

ABC – PRZEWODNIK NOWEGO PRACOWNIKA



Dokument ma formę przewodnika, jego celem jest pomóc nowo zatrudnionemu współpracownikowi lepiej poznać Auchan w pierwszych dniach pracy i tym samym ułatwić integrację. Dokument składa się z dwóch części. Pierwsza z nich zawiera informacje o ogólnym charakterze dotyczące historii i działalności firmy, jej wizji rozwoju, wartości i sposobu zarządzania, zasad i zachowań pożądanych i niepożądanych, a także korzyści przysługujących pracownikom Auchan – takich jak udział w programie akcjonariatu pracowniczego czy zniżka pracownicza. Część druga opisuje formalną stronę zatrudnienia, omawiając takie aspekty jak warunki zatrud-

nienia, wynagrodzenie, urlopy i dni wolne, kary porządkowe, choroby, odejścia, zasady dotyczące stroju i wyglądu oraz zasady BHP.

Każda branża ma swój własny język, system nazw i pojęć, specyficznych dla danego typu biznes, które mogą być nieznanymi nowemu pracownikowi (na przykład segment, rotacja artykułów, czy też terminy wywodzące się z języków obcych – stock czy merchandising). Dlatego też ABC zawiera także słownik pojęć – swoisty 'język Auchan' – którego zadaniem jest ułatwienie pracownikowi zrozumienia nowej rzeczywistości, w której się znalazł.

5.2

RÓZNORODNOŚĆ I RÓWNOŚĆ SZANS

Jednym z elementów budowania sukcesu firmy jest różnorodność jej zespołu, sprzyja ona wzajemnemu uczeniu się, stając się źródłem innowacyjności i nietuzinkowych rozwiązań. Bezspornie siłą organizacji jest jej zdolność uczenia się, równie ważne jest jednak stworzenie dobrego środowiska pracy. Atmosfera akceptacji wpływa na zadowolenie z miejsca pracy, co przekłada się na motywację pracowników, buduje ich więź

z firmą a także wspiera firmę w pozyskiwaniu i zatrzymywaniu talentów.

Celem polityki zasobów ludzkich Auchan jest stworzenie środowiska pracy, w którym każdy współpracownik bez wyjątku będzie traktowany z szacunkiem i doceniany, stworzenie warunków w których każdy będzie mógł zrealizować swój potencjał.



Warto wiedzieć !

Różnorodność (ang. *diversity*) – termin, który w kontekście odpowiedzialności przedsiębiorstwa odnosi się do różnorodności osób zatrudnionych. Odmienność może dotyczyć takich przestank jak: płeć, przynależność rasowa, przynależność narodowa i etniczna, religia, wyznanie, bezwyznaniowość, światopogląd, stopień i rodzaj niepełnosprawności, stan zdrowia, wiek, orientacja psychoseksualna czy tożsamość płciowa, a także status rodzinny, styl życia, jak również inne możliwe przestanki dyskryminacyjne. Źródło: Forum Odpowiedzialnego Biznesu

„Fundamentem funkcjonowania firmy jest równe traktowanie każdego z pracowników, niezależnie od płci, koloru skóry, wieku, języka, wyznania, poglądów politycznych, narodowości itd.”

Kodeks Etyczny Współpracowników Auchan, strona 5, akapit 2.1.

W Regulaminie Auchan Polska (par. 8, pkt. 12) znajdują się zapisy dotyczące przeciwdziałania dyskryminacji ze względu na płeć, wiek, niepełnosprawność, rasę, religię, narodowość, przekonania polityczne, przynależność związkową, pochodzenie etniczne, wy-

znanie, orientację seksualną, a także ze względu na zatrudnienie na czas określony czy nieokreślony albo w pełnym lub niepełnym wymiarze czasu pracy. W Auchan funkcjonuje program wyrównywania szans – „**Równe szanse w zatrudnieniu**”, zgodnie z którym, sklepy są zachęcane do zatrudniania osób niepełnosprawnych i osób w wieku 50+, często defaworyzowanych na rynku pracy.

PŁEĆ

Na koniec okresu raportowania (30/09/2014) firma Auchan Polska zatrudniała 11 880 pracowników, co stanowiło wzrost liczby zatrudnionych w stosunku do poprzedniego okresu raportowania o 6,5%. Mężczyźni stanowią 29% ogółu zatrudnionych, kobiety 71%.

Zatrudnienie – płeć (30/09/2014)

mężczyźni	29%
kobiety	71%

Zmiany w strukturze zatrudnienia w stosunku do poprzedzającego okresu raportowania

	30/09/13	30/09/14	zmiana
mężczyźni	3149	3415	8,4%
kobiety	8010	8465	5,7%

Na koniec okresu raportowania stanowiska menedżerskie pełniło 56% kobiet i 43,7% mężczyzn.

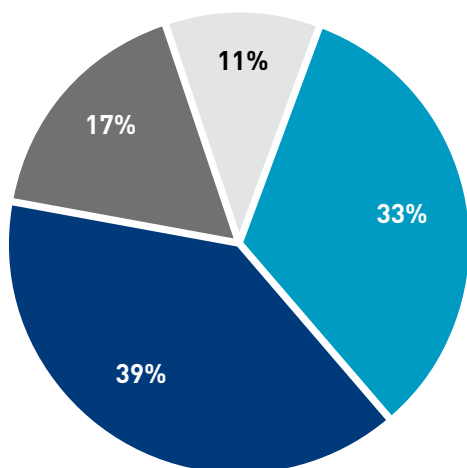
Management – płeć	
kobiet	56,3%
mężczyzn	43,7%

WIEK

Na koniec okresu raportowania firma Auchan Polska zatrudniła 11% pracowników w wieku 18-25 lat, 33% w wieku 25-35 lat, 39% w wieku 35-50 lat i 17% w wieku 50+

Zatrudnienie – wiek

18-25	11%
25-35	33%
35-50	39%
50+	17%

**50+**

Na koniec okresu raportowania w Auchan zatrudniano 1965 osób w tym przedziale wiekowym. Firma rozwija zatrudnienie w tej grupie – dla porównania w roku 2011 w Auchan Polska było zatrudnionych 1 300 osób powyżej 50 roku życia.

Ludzie młodzi

W lutym roku 2014 stopa bezrobocia w Polsce wynosiła 13,9%. Bezrobocie wśród ludzi młodych było niemal trzykrotnie wyższe i wynosiło 27,3%, w Unii Europejskiej było to: 10,8% ogół bezrobotnych i 23,3% bezrobocie wśród ludzi młodych. W roku 2014 bez pracy w Polsce pozostawało 26,3% ludzi poniżej 25 roku życia. Auchan Polska oferuje młodym ludziom trzy możliwości rozpoczęcia

kariery zawodowej w firmie poprzez: praktyki zawodowe, płatne staże menedżerskie i programy rozwojowe.

Więcej informacji o programach rozwojowych dedykowanych Auchan Polska można znaleźć na stronie www.AuchanPolska.pl, w zakładce praca, podstrona oferty staży/programy rozwojowe. ↪

W roku 2014 w Auchan było 48 stażystów, 75% zostało zatrudnionych na stanowisku managerskim.

OSOBY NIEPEŁNOSPRAWNE

Osoby niepełnosprawne są zatrudniane w Auchan od 13 lat. Początkowo była to grupa nieliczna, głównie z dysfunkcjami ruchowymi, następnie organizacja przygotowała się do tego, by zatrudniać również osoby głuchonieme oraz osoby o niewielkim stopniu upośledzenia psychicznego i mentalnego. W celu stworzenia optymalnych warunków pracy osobom niepełnosprawnym, wsparcia ich – oraz kolegów – w efektywnym komunikowaniu się i ułatwienia współpracy, przeprowadzono szereg szkoleń z zakresu psychologii oraz języka migowego. Zajęcia prowadzone były przez przedsiębiorstwo ekonomii społecznej ABA Service oraz ekspertów z Polskiego Związku Głuchych i pracowników, których członkowie rodzin są osobami głuchoniemymi.

W 2014 roku w Auchan pracowało 139 osób o różnym stopniu niepełnosprawności. Osoby niepełnosprawne zatrudniane są w dwo-

	adresaci programu	program oferuje
praktyki zawodowe	uczniowie szkół zawodowych i techników	<ul style="list-style-type: none"> – możliwość zdobycia doświadczenia zawodowego (praktycznego i teorii zawodu) – niezbędne szkolenia – wsparcie profesjonalistów w zawodach: piekarz, cukiernik, sprzedawca, rzeźnik, elektryk, informatyk itd.
płatne staże managerskie	studenci i absolwenci 5 roku i studiów II stopnia, znających przynajmniej jeden język obcy (francuski/angielski).	<ul style="list-style-type: none"> – możliwość zdobycia doświadczenia – niezbędne szkolenia i wsparcie specjalistów – szansę skonfrontowania teorii z praktyką i zrealizowania swoich pomysłów – szansę zrealizowania własnego projektu handlowego
programy rozwojowe	przedsiębiorczy absolwenci studiów magisterskich, znający języki obce (francuski i angielski)	<ul style="list-style-type: none"> – szansę dynamicznego rozwoju z określoną indywidualną ścieżką kariery – możliwość rozwinięcia swoich kompetencji zawodowych i osobistych – wsparcie specjalistów oraz indywidualnego mentora



jaki sposób: bezpośrednio oraz przez trwającą od 2006 roku współpracę z firmą ekonomii społecznej ABA Service. Zapraszamy do odwiedzenia strony ABA Service www.aba-service.pl

Zatrudnienie osób niepełnosprawnych w Auchan Polska

30/09/13	30/09/14	Zmiana
130	139	6,9%



„ Ludzi niepełnosprawnych rzadko widzi się na polskich ulicach. Można odnieść wrażenie, że ich nie ma, choć doskonale zdajemy sobie sprawę, że istnieją w polskim społeczeństwie. Jeszcze rzadziej widzi się takie osoby jako pełnoprawnych pracowników.

Duże brawa dla Auchan, że zatrudnia niepełnosprawne osoby w swoich sklepach. Jeszcze większe za to, że nie ukrywa ich na zapleczu, a nam wszystkim daje przykład, że ci ludzie są tak samo przydatni jak pozostała część zespołu.

Sylwia Orłowska
Klientka



„ W moim odczuciu zatrudnianie osób niepełnosprawnych niesie podwójną korzyść – zarówno dla tych osób, jak i ich kolegów i koleżanek. Obcowanie z niepełnosprawnymi kolegami uczy tolerancji, empatii, pozwala dostrzec potrzeby drugiego człowieka. Buduje też

poczucie własnej wartości osób niepełnosprawnych, dając im poczucie bycia pełnowartościowymi, pełnoprawnymi członkami zespołu.

Łukasz Tworzyński
Specjalista ds. Rekrutacji



„ Sektor kas w Rumii współpracuje z osobami niepełnosprawnymi – są to osoby zaangażowane, z zapałem pracujące nad poprawą własnych wyników i doceniające to, że ktoś dał im szansę na zrealizowanie się w życiu zawodowym. Często są to ludzie bardzo ambitni, podnoszący

sobie sami poprzeczkę. Osoby niepełnosprawne to ludzie, którzy mimo przeciwności losu potrafią cieszyć się życiem, mają do siebie dystans, potrafią się śmiać i wyciągać wnioski z własnych niepowodzeń. Celem integracji jest dawanie szansy ludziom na budowanie relacji z innymi i nawiązywanie kontaktu. Jest to proces obustronny, bo „Wszyscy uczymy się od siebie”. Naszym zadaniem było i jest niestawianie sobie barier we współpracy z osobami niepełnosprawnymi i chyba to nam się udaje.

Bożena Kondeja
Filar Kas
Auchan Rumia

Ponadto

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

5.3

DOBRE MIEJSCE PRACY

CZAS PRACY

Dla efektywności pracownika, jego zdrowia, samopoczucia i bezpieczeństwa, niezbędne jest zachowanie równowagi pomiędzy życiem prywatnym i zawodowym tzw. „*work-life balance*”. Równowaga ta gwarantuje bowiem, iż pracownik będzie dobrze funkcjonować w obu sferach swojego życia – na niwie zawodowej i prywatnej.

Dlatego praca w Auchan przebiega w **równoważnym systemie czasu pracy**. Zgodnie z Regulaminem pracy (par. 17.1) czas pracy współpracownika nie może przekraczać przeciętnie 40 godzin w przeciętnie pięciodniowym tygodniu pracy, w 3-miesięcznym okresie rozliczeniowym. Został wdrożony specjalny **informatyczny system – Tempora** do planowania i monitorowania czasu pracy, uwzględniający – już na etapie planowania grafików – zapotrzebowanie kadrowe w trzymiesięcznym systemie rozliczeniowym, oraz zapewniający zgodność z obowiązującą literą prawa i wewnętrznymi regulacjami Auchan Polska.

BHP

Istotnym elementem jakości miejsca pracy jest zapewnienie bezpieczeństwa i higieny pracy, czyli stworzenie zasad i warunków pracy, pozwalających na bezpieczne wykonywanie pracy i zapewnienie stanu zgodnego z normą przewidzianą dla bezpieczeństwa.

Warto wiedzieć !

Podstawowe wymagania z zakresu prawa pracy, a dotyczące BHP zawiera Dział X. Kodeksu pracy – oraz liczne rozporządzenia, w tym najważniejsze Rozporządzenie w sprawie ogólnych przepisów bezpieczeństwa i higieny pracy (Dz. U. z 1997 r. Nr 129, poz. 844 z późniejszymi zmianami) oraz Polskie Normy. Podmiotem odpowiedzialnym za przestrzeganie przepisów i zasad BHP jest Państwowa Inspekcja Pracy (PIP).

W każdym sklepie Auchan istnieją komisje BHP, które zajmują się tworzeniem bezpiecznego miejsca pracy, kontrolą przestrzegania przepisów BHP i bieżącą realizacją szkoleń z zakresu bezpieczeństwa i higieny pracy. W trosce o bezpieczeństwo współpracowników i klientów zostało wprowadzone obowiązkowe szkolenie e-learningowe z zakresu bezpieczeństwa i higieny pracy, zakończone testem zaliczeniowym. Pozwala ono współpracownikom Auchan Polska unikać zagrożeń powodujących wypadki przy pracy czy choroby zawodowe.

W Auchan istnieje także procedura postępowania w razie pożaru i nagłych wypadków, z którą każdy nowy współpracownik zostaje zapoznany w pierwszym dniu pracy. Tym samym, każdy członek ekipy Auchan zna komunikaty alarmowe, drogi ewakuacyjne, punkty zbiórki współpracowników w sytuacji pożaru oraz miejsca rozmieszczenia gaśnic. Dodatkowo okresowo przeprowadzane są próbne ewakuacje z udziałem współpracowników i klientów.

W roku 2013 (na 30/09) wskaźnik częstotliwości wypadków przy pracy wynosił 14%, w roku 2014 (na 30/09) było to 11%. Odnotowany spadek w liczbie wypadków w wysokości 25,8% spowodowany był kompleksową akcją szkoleniowo-animacyjną wśród współpracowników. Poziom chorób zawodowych utrzymuje się na wysokości 5 przypadków.

ŚWIADCZENIA SOCJALNE

Każdy współpracownik Auchan Polska, po przepracowaniu roku, nabywa prawa do zniżki pracowniczej. Jest ona przyznawana dwa razy w ciągu roku, przed Świętami Wielkanocnymi i Bożym Narodzeniem – okresem wzmożonych wydatków w gospodarstwach domowych. Wysokość zniżki uzależniona jest od stażu pracy i dzieli się na 2 kategorie: staż pracy 1 rok – 3 lata, staż pracy 3+. Zniżka dotyczy wszystkich artykułów znajdujących się w asortymencie sprzedaży Auchan, za wyjątkiem paliwa.

W każdym ze sklepów Auchan znajduje się także pomieszczenie socjalne, a w większości sklepów stołówka pracownicza. Obiady w stołówce pracowniczej są współfinansowane przez firmę Auchan Polska, która pokrywa 50% kosztu posiłku.

W Auchan istnieje Zakładowy Fundusz Świadczeń Społecznych, zarządzający funduszem świadczeń socjalnych, oraz Komisja Socjalna, skoncentrowana na pomocy tym z współpracowników, którzy jej potrzebują, głównie zajmująca się problemami natury finansowej. Wysokość świadczeń z Funduszu zależy od sytuacji życiowej, rodzinnej i materialnej, w jakiej znajduje się dana osoba.

Najczęściej Środki z Zakładowego Funduszu Socjalnego, przeznaczone są na wsparcie współpracowników w formie:

- pomocy materialnej rzeczowej (paczki)
- pomocy materialnej finansowej (zapomogi, bony dla dzieci)
- zwrotnej pomocy finansowej (pożyczki mieszkaniowe)
- pomocy materialnej okolicznościowej w związku ze Świętami Bożego Narodzenia i Wielkiej Nocy (bony towarowe)
- dofinansowania wypoczynku dzieci i młodzieży w formie kolonii, zimowisk, obozów, zielonych szkół
- dofinansowania wypoczynku urlopowego organizowanego we własnym zakresie – dofinansowania wycieczek
- zakupu lub dofinansowania biletów na imprezy artystyczne, kulturalne, rozrywkowe i sportowe
- dofinansowania zakupu karnetów na zajęcia sportowe
- organizowania imprez sportowo-rekreacyjnych
- dofinansowania opieki nad dziećmi w żłobkach i przedszkolach

AKCJONARIAT PRACOWNICZY

W roku 2000 w Auchan Polska wprowadzony został program **Akcjonariatu Pracowniczego Valauchan**. Program akcjonariatu pracowniczego, to filozofia długofalowego rozwoju firmy, która przyczynia się do powstania wspólnoty interesów pomiędzy pracodawcą a współpracownikiem. Daje ona możliwość budowania kapitału przedsiębiorstwa, motywując jednocześnie pracowników do długoterminowego oszczędzania i gromadzenia majątku, który w dłuższej perspektywie może stanowić istotny dodatek do budżetu współpracownika.

W ramach programu akcjonariatu pracownicy mogą stać się współwłaścicielami Grupy Auchan, nabywając akcje Valauchan International. Prawo do nabycia akcji Valauchan International posiadają wyłącznie pracownicy Auchan. Tym samym **budując poprzez swoją codzienną pracę sukces firmy i zwiększając jej wartość, pracownicy zwiększają jednocześnie swój majątek.**



Warto wiedzieć !

Akcjonariat pracowniczy wprowadził założyciel Auchan – Gerard Mulliez, dając pracownikom udział w wypracowanych przez firmę zyskach, na mocy prawa partycypacji. Chcąc pozostać niezależnym od Giełdy, wprowadził dla współpracowników możliwość ulokowania środków pochodzących z partycypacji w akcjach swojego przedsiębiorstwa, pod warunkiem blokady tych środków na okres 5. lat.

Uczestnictwo w programie akcjonariatu pracowniczego corocznie wynosi około 90%, w roku 2014 poziom uczestnictwa uplasował się na wysokości 99%. Jest to znak zaufania do firmy i wiary w projekt akcjonariatu, a przede wszystkim stabilność i perspektywy rozwoju przedsiębiorstwa.

99% uczestnictwa w akcjonariacie pracowniczym

• Edukacja ekonomiczna pracowników

Program akcjonariatu pracowniczego oparty jest na kompleksowej edukacji ekonomicznej współpracowników w postaci szkoleń, specjalnej publikacji – Gazetki Akcjonariusza Valauchan oraz Przewodnika Akcjonariusza, plakatów i ulotek. Pracownicy Auchan poznają podstawowe pojęcia ekonomiczne i mechanizmy rynkowe, uczą się ekonomii przedsiębiorstwa, są informowani o wynikach Grupy Auchan na świecie. Dodatkowo, w okresie subskrypcji, prowadzone są szkolenia z filozofii akcjonariatu, a pracownikom przekazywane są bieżące informacje o wartości akcji, wraz z komentarzem ekspertów.

Przedstawiciele akcjonariuszy zasiadają w Radzie Nadzorczej Valauchan Polska. Każdy sklep wyłania na drodze wyborów powszechnych dwóch Przedstawicieli Akcjonariuszy, którzy podczas odbywających się co miesiąc posiedzeń Rady są informowani o bieżących wynikach spółki, prowadzonych przez firmę projektach oraz akcjach handlowych.



5.4

KOMUNIKACJA WEWNĘTRZNA

Sukces Auchan budują pracownicy firmy, poprzez swoją pracę i zaangażowanie w realizację celów. By było to jednak możliwe pracownicy powinni znać te cele, rozumieć dokąd zmierza firma, wiedzieć jaką rolę w tym procesie odgrywa każdy z nich, w jaki sposób ich działania, przekładają się na realizację celów, dobro firmy i wszystkich współpracowników.

Umożliwia to komunikacja wewnętrzna, która w Auchan Polska realizowana jest za pomocą procesów komunikacyjnych oraz narzędzi komunikacji bezpośredniej.

Kanały komunikacji w Auchan Polska

Procesy

- briefy
- zebrania
- spotkania indywidualne
- forum Sektora
- forum Sklepu
- forum Krajowe

Narzędzia

kanały tradycyjne

- tablice ogłoszeń
- broszury
- akcje plakatowe

kanały nowoczesne

- mailingi
- newsletter
- filmy
- portal społecznościowy my.auchan.pl

publikacje

- dwumiesięcznik Agora
- magazyn filmowy Twój MAG

KOMUNIKACJA BEZPOŚREDNIA

Wierzymy, że najskuteczniejsza komunikacja to komunikacja bezpośrednia pomiędzy współpracownikiem i jego przełożonym, zakładająca bliski kontakt pracownika z jego bezpośrednim przełożonym. Management w Auchan, to proste relacje między współpracownikami, oparte na szacunku, wzajemnym słuchaniu, odpowiedzialności i dotrzymywaniu przyjętych zobowiązań.

Głównym narzędziem komunikacji są cotygodniowe zebrania działu oraz miesięczne spotkania indywidualne, a także Fora: pracowników, sektora, krajowe.

Struktura spotkań:

Spotkania

- **briefy** – codzienne, poranne spotkania pracowników z menedżerem podczas których pracownik jest informowany o bieżących wynikach, poprzez dialog z przełożonym, ma możliwość zgłaszania swoich opinii oraz kwestii drażliwych;

- **zebrania działu** – cotygodniowe spotkania pracownika z managerem danego działu np. manager działu sport, lub np. działu tekstylii dziecięce, spotyka się raz na tydzień ze swoją ekipą pracowników; przekazuje im bieżące wyniki działu, omawiane są wtedy plany handlowe na najbliższy tydzień oraz bieżące sprawy pracownicze;
- **spotkana indywidualne** – raz w miesiącu każdy z pracowników spotyka się ze swoim bezpośrednim przełożonym; na spotkaniu omawiana jest realizacja celów do premii miesięcznej i wyznaczane są cele na kolejny miesiąc.

Forum

- **Forum Sektora** – spotkania pracowników z senior managerem danego sektora, podczas którego pracownicy są informowani o wynikach swojego sektora, sklepu i nowych projektach, jak również mają okazję zgłaszać pytania i poruszać istotne dla nich kwestie z przełożonym.
- **Forum Sklepu** – spotkania wybranych w wyborach Przedstawicieli pracowników z danego sklepu oraz dodatkowo z innych działów z dyrektorem sklepu. Co miesiąc, podczas tych spotkań pracownicy są informowani o wynikach sklepu oraz spółki w Polsce, o planach handlowych swojego sklepu oraz innych ważnych projektach.
- **Forum Krajowe** – spotkanie na poziomie krajowym wyłonionych w wyborach powszechnych Przedstawicieli wszystkich sklepów i centrali z Dyrektorem ds. Komunikacji.

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

PUBLIKACJE WEWNĘTRZNE AUCHAN

W Auchan wydawane są następujące publikacje:

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



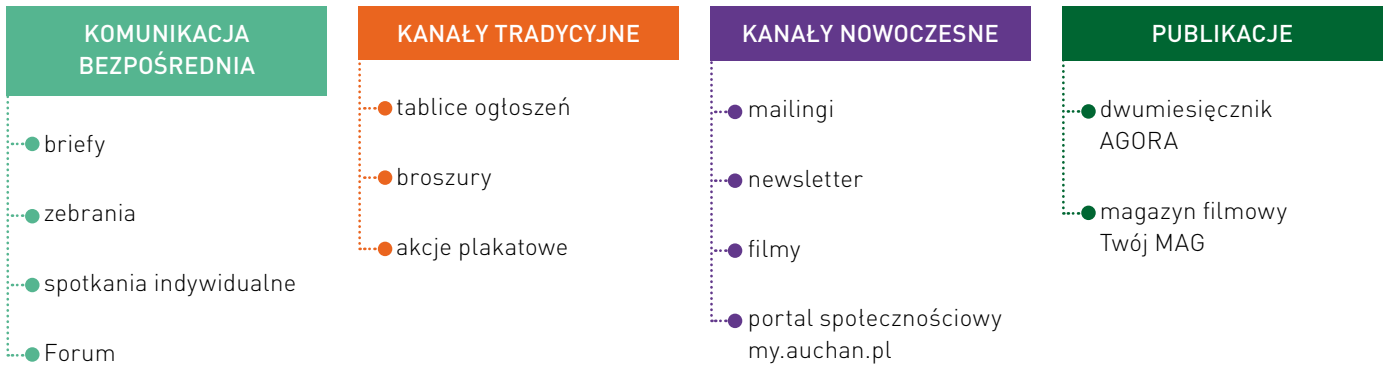
PORTAL SPOŁECZNOŚCIOWY PRACOWNIKÓW AUCHAN

We wrześniu 2012 w Auchan Polska powstał portal społecznościowy pracowników Auchan – My Auchan – interaktywna platforma społecznościowa, dla wszystkich współpracowników Auchan Polska. Na My Auchan pracownicy tworzą swoje indywidualne profile i galerie, umieszczają posty, mają możliwość stworzenia grupy znajomych. Portal jest dostępny dla wszystkich pracowników po zarejestrowaniu. Jest obsługiwany przez administratora, który pełni funkcję koordynatora. Każdego użytkownika tej platformy obowiązuje netykieta – zespół zasad funkcjonowania w sieci oraz zasady etyki, obowiązujące w firmie.



Portal służy następującym celom: przekazywanie informacji, dzielenie się wiedzą i dobrymi praktykami, wymiana poglądów i opinii, publikowanie zdjęć dotyczących obu sfer życia pracowników Auchan – zawodowego i prywatnego, i szeroko pojmowana integracja ekipy Auchan.

KOMUNIKACJA BEZPOŚREDNIA W AUCHAN: briefy, zebrania, spotkania z dyrektorem



5.5

SZKOLENIE I ROZWÓJ

SZKOLENIE

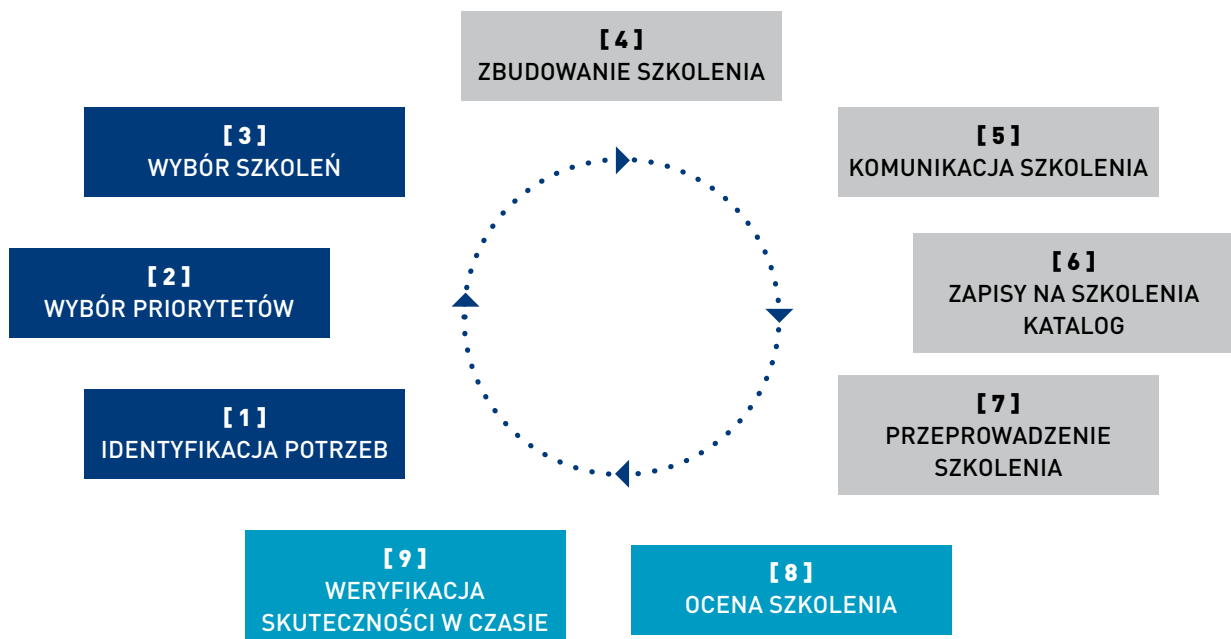
Auchan oferuje współpracownikom możliwość rozwoju i wzbogacania wiedzy poprzez szereg szkoleń o tematyce ogólnej i zawodowej. Są one dostępne w różnych postaciach: szkolenia indywidualne, grupowe, e-learningowe, klasyczne (bezpośrednie) a także warsztaty.

W okresie raportowania pracownicy Auchan odbyli 351 247 godzin szkoleń, w poprzednim okresie było to 261 807 godzin

W okresie objętym niniejszym raportem, zostały otwarte dwa nowe sklepy: Lublin i Bronowice; szkoleniem zostały objęte nowe sklepy po rebrandingu: Opole, Dąbrowa, Marki, Kraków Al Pokoju i Częstochowa Północ. Prowadzone są szkolenia dla nowych ekip

Część szkoleń to szkolenia obowiązkowe dla każdego ze współpracowników Auchan Polska. Są to szkolenia z zagadnień, które Auchan Polska uważa za najważniejsze, wyjaśniające najbardziej istotne kwestie, związane z funkcjonowaniem firmy, bezpieczeństwem pracowników, budowaniem kultury organizacyjnej opartej na wartościach Auchan. Są to szkolenia m.in. z: zakresu Etyki, relacji pracowniczych, BHP.

ŁAŃCUCH WARTOŚCI SZKOLEŃ





W roku 2014 roku został opracowany nowy moduł szkoleniowy z zakresu Przeciwdziałania Korupcji, który wprowadzono w październiku 2014.

Wszystkie szkolenia obowiązkowe są zakończone testem. Są one dostępne w postaci e-learningowej, by pracownicy Auchan mogli optymalnie dopasować tryb nauczania do swojej pracy i obciążeń zawodowych.

całkowita liczba godzin szkoleniowych w okresie raportowania	351 247
---	---------

MENTORING

W Auchan prowadzony jest projekt Talenty – dedykowany wyróżniającym się pracownikom – mający na celu rozwój ich indywidualnych kompetencji. Do programu mogą zgłosić się wszyscy bez wyjątku pracownicy. W rezultacie kilkuetapowego procesu selekcji, na podstawie obiektywnych, jawnych kryteriów, wyłaniana jest grupa uczestników danej edycji programu, którzy wspólnie ze swoimi mentorami pracują nad wyzwaniem, które spotykają na swojej zawodowej drodze, systematyzują swoją wiedzę zawodową i rozwijają kompetencje.

Cele projektu to:

- umożliwić rozwój indywidualny uczestników
- wpłynąć na jakość i efektywność pracy w Auchan

W czasie realizacji Projektu, jego uczestnik („Talent”) odbywa kilka spotkań ze swoim opiekunem („Mentorem”), w czasie których ma możliwość rozwijać swoje zainteresowania / kompetencje

(„Talenty”). Obszary, których dotyczy Projekt mogą być bezpośrednio związane z wykonywaną przez jego uczestnika pracą, mogą dotyczyć także innych obszarów, muszą jednak być związane z bieżącą działalnością firmy. Uczestnicy projektu „Talenty” mogą poznać interesujące ich obszary funkcjonowania firmy oraz lepiej realizować swoje indywidualne cele zawodowe.

Corocznie w projekcie uczestniczy ok 200 osób, 90% z nich deklaruje realizację założonych celów. W roku 2014 w projekcie wzięło udział 248 osób.

BILANS ZAWODOWE

Bilans zawodowy – to proces rocznej oceny, połączony z określeniem ścieżki dalszego rozwoju zawodowego pracownika. Bilans zawodowy, ma formę indywidualnej rozmowy współpracownika z jego bezpośrednim przełożonym. Rozmowa przebiega zgodnie z ustalonym scenariuszem spotkania. Wszystkie informacje oraz ustalenia, poczynione w czasie bilansu, zapisywane są w dokumencie „Arkusze Bilansu Zawodowego”, który po zakończeniu Bilansu przechowywany jest w Dziale Personalnym.

Bilans zawodowy to:

- omówienie i podsumowanie wyników pracy oraz określenie poziomu realizacji powierzonych zadań;
- przedstawienia wzajemnych oczekiwań pracodawcy i pracownika związanych z realizowanym zakresem obowiązków lub stanowiskiem;
- poznanie indywidualnych zainteresowań i planów zawodowych pracownika;
- ustalenie indywidualnego rocznego planu szkoleń;
- określenie zakresu przyszłych zadań.

5.6

DOSKONALENIE MIEJSCA PRACY

Jednym z kluczowych elementów sukcesu firmy jest jakość miejsca pracy. Dlatego tak ważne jest stworzenie dobrego miejsca pracy, w którym każdy z pracowników będzie mógł się rozwijać, gdzie będzie szanowany przez przełożonych i współpracowników, gdzie będzie czuć się dobrze i bezpiecznie.

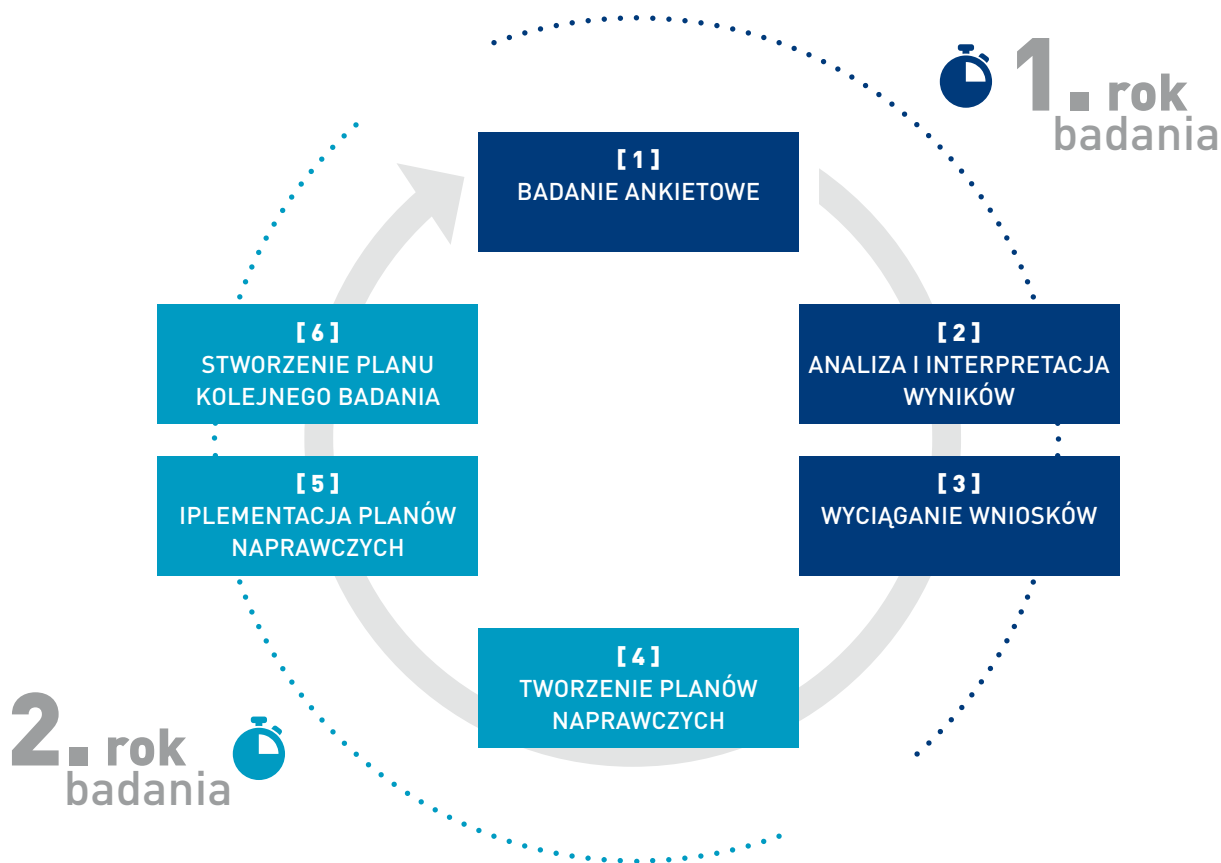
Badanie jakości miejsca pracy

W Auchan, w cyklu dwuletnim, prowadzony jest **barometr zaangażowania** pracowników.

W badaniu mogą wziąć udział wszyscy pracownicy Auchan Polska, udział w badaniu jest dobrowolny. Frekwencja plasuje się na poziomie ok 90% (Barometr 2011, 2013).

Badanie ma postać anonimowej ankiety, zawierającej ok. 100 pytań z każdego obszaru zatrudnienia. Analizą wyników zajmuje się światowy lider w zakresie doradztwa i rozwiązań outsourcingowych w obszarze zarządzania kapitałem ludzkim – firma AON Hewitt. Przedstawiciele HR z każdego sklepu biorą udział w szkoleniu z metodologii i interpretacji wyników. Rezultaty barometru są przedstawiane na każdym szczeblu, pokazuje się wszystkie mocne i słabe strony.

Ostatnie badanie satysfakcji i zaangażowania przeprowadzone zostało w roku 2013, w okresie raportowania były tworzone i implementowane plany naprawcze, w odniesieniu do najniżej ocenionych obszarów.

BAROMETR ZAANGAŻOWANIA**STAŻE PRACY**

Polityka Auchan opiera się na budowaniu profesjonalnego, oddanego, związanego z firmą zespołu pracowników. W Auchan nie ma 'umów śmieciowych', Auchan oferuje szansę związania się z firmą, budowania jej sukcesu i uczestniczenia w nim, poprzez dzielenie się wiedzą, władzą i wspólnie wypracowanym wynikiem. Wierzymy, że tylko tak, można zbudować profesjonalny zespół i w rezultacie najpełniej zaspokoić zmieniające się potrzeby naszych klientów. Praca w Auchan wymaga potencjału intelektualnego, umiejętności organizacji pracy, sprawności i doświadczenia – a to jest możliwe właśnie dzięki długim stażom.

Dyrektor Generalny Auchan, Pan Marek Szeib powiedział: „Jeśli pracownicy pracują w firmie przez wiele lat, to zwiększa się ich profesjonalizm, wyzwala się pozytywna energia do wspólnego działania, do rozwoju. Nie osiągnie się tego z pracownikami czasowymi, bo oni nie identyfikują się z przedsiębiorstwem. W duchu tej właśnie myśli budujemy Auchan jako miejsce pracy, starając się by było one miejscem, które przyciągnie najlepszych, których talenty i profesjonalizm będą się zwiększać, i którzy będą czuć że Auchan to właśnie ich firma, że to miejsce z którym chcą się związać na długie lata i którego sukces chcą budować.”

WSPIERAMY LOKALNE SPOŁECZNOŚCI



Być firmą solidarną, poprzez wsparcie dla grup, znajdujących się w trudnej sytuacji, być dobrym sąsiadem

6.1

NASZA STRATEGIA

Firma Auchan działa w Polsce od 1996 roku. Od samego początku działalności kieruje się poczuciem odpowiedzialności i solidarności, dostrzegając problemy swoich sąsiadów, uczestnicząc wraz z nimi w działaniach na rzecz ich rozwiązywania, wspierając grupy najbardziej wrażliwe. Poprzez podejmowane przez siebie działania firma chce budować lepsze jutro, chce być dobrym sąsiadem.

Strategia Auchan w obszarze otoczenia społecznego wynika z wizji firmy, w której zapisane jest podnoszenie jakości życia jak największej liczby osób. Auchan Polska realizuje ten cel nie tylko poprzez ofertę oraz sposób jej kształtowania, ale także poprzez wspieranie lokalnych społeczności, rozwiązywanie problemów społecznych, uczestnictwo w życiu lokalnym, dialog i współdziałanie. Jedną z kluczowych osi działania Auchan Polska jest pomoc dzieciom – jednej z najbardziej wrażliwych grup społecznych, a zarazem grupy, która będzie determinować przyszłość nas wszystkich.

Wizja Auchan to zarazem konkretne wyzwanie społeczne:

„Działać odpowiedzialnie wspierając trwały rozwój gospodarczy i indywidualny.”

Auchan realizuje projekty na skalę krajową – angażując się z rozwiązywanie takich problemów społecznych jak **niedożywienie** (współpraca z Bankami Żywności), niosąc **pomoc dzieciom** (współpraca z Wioskami Dziecięcymi) czy wspierając **chorych na białaczkę** (współpraca z fundacją DKMS) w walce o życie. Ponadto, każdy ze sklepów Auchan Polska, realizuje własne projekty i angażuje się w działania na rzecz podniesienia jakości życia swojego najbliższego otoczenia, budując lokalne partnerstwa współpracując z lokalnymi społecznościami.

6.2

FUNDACJA AUCHAN NA RZECZ MŁODZIEŻY

Fundacja Auchan na rzecz młodzieży (Fondation Auchan pour la jeunesse) została powołana we Francji w roku 1996. W roku 2011, z okazji 50-lecia Auchan, uruchomione zostały oddziały Fundacji w 12 krajach, w których firma prowadziła wówczas działalność, w tym w Polsce. Dziś Fundacja działa we wszystkich krajach, w których obecna jest Grupa Auchan, za wyłączeniem Rosji (własna fundacja).



Głównymi beneficjentami projektów są dzieci i młodzi ludzie (5 – 25 lat), zamieszkujący okolice miast, w których działa Auchan (sklepy, magazyny, centrala...).

Poprzez Fundację każdy ze sklepów Auchan:

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

Fundacja Auchan powstała by pomagać młodzieży, wspiera dedykowane jej projekty, głównie koncentrując się na edukacji. Wspierane projekty edukacyjne koncentrują się na rozwijaniu wiedzy dzieci w zakresie:

- czytania, pisania, liczenia i doksztalcania się
- zdrowego odżywiania się i trybu życia
- poszanowania dla środowiska naturalnego

Jednakże Fundacja Auchan wspiera nie tylko projekty edukacyjne – **kluczowe znaczenie** dla oceny projektu i potencjalnego zaangażowania finansowego ma **użyteczność projektu dla danej lokalnej społeczności**.



PRACA FUNDACJI

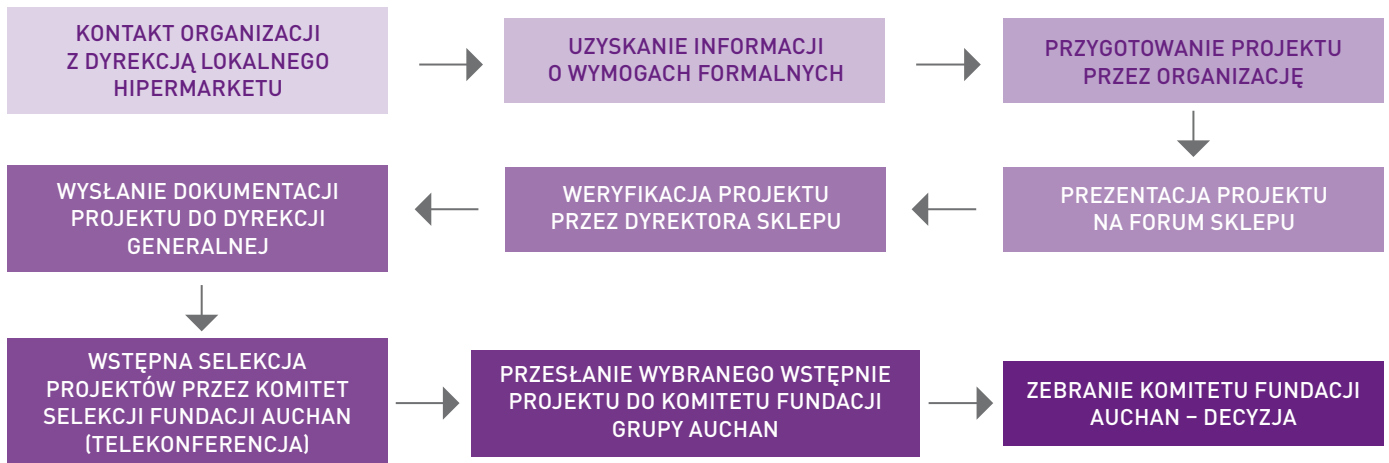
Co roku Grupa Auchan przekazuje Fundacji Auchan kwotę do 1 500 000 Euro na potrzeby projektów. Projekty realizowane są poprzez partnerstwa sklepów Auchan i organizacji pożytku publicznego. Każdy z dofinansowanych projektów ma swojego lokalnego opiekuna – sklep Auchan w jego okolicy.



Więcej informacji: o Fundacji Auchan na rzecz młodzieży na stronie: Fondation Auchan pour la jeunesse

Procesowanie wniosków o dotację przedstawia poniższy schemat.

PRACA FUNDACJI GRUPY AUCHAN – ZATWIERDZANIE WNIOSKÓW O DOTACJĘ



ZREALIZOWANE PROJEKTY

W okresie 01/10/2013 – 31/09/2014 w Polsce zrealizowane zostały **3 projekty**, na łączną kwotę **19 050 Euro**. W latach **od roku 2011 do 31/09/2014** Fundacja Auchan na rzecz młodzieży wsparła w Polsce **26 projektów**, na łączną sumę **280 600 Euro**.

Dla realizacji projektów niezbędne jest nie tylko wsparcie finansowe Grupy Auchan. Ich realizacja nie byłaby możliwa bez zaangażowania pracowników Auchan Polska, którzy zajmują się współpracą z lokalnymi partnerami i prowadzą projekty wraz ze stowarzyszeniami i Dyrektorem Sklepu. Do ich zadań należy realizacja harmonogramu projektu i czuwanie nad jego prawidłowym przebiegiem.



PROJEKT 1: „SZCZĘŚLIWE DZIECIŃSTWO” Fundacja Centrum Praw Kobiet i Auchan Wola

Projekt „Szczęśliwe dzieciństwo” dedykowany był dzieciom i młodzieży w wieku od 5 do 18 lat znajdującym się w ośrodku Fundacji. Miał na celu ułatwienie dzieciom dostępu do edukacji oraz przygotowanie ich do życia we współczesnym świecie, a także podarowanie im odrobiny radości.

W ramach projektu przeprowadzony został remont świetlicy, w której dzieci bawią się i odrabiają lekcje. Świetlica została wyposażona w zabawki, gry edukacyjne, pomoce naukowe i komputery. Wolontariusze Auchan Warszawa Wola spotykali się regularnie z dziećmi pomagając im w odrabianiu lekcji, a wolontariusze z działu technicznego pomogli w remoncie świetlicy. Dla podopiecznych Fundacji zorganizowane zostały również dni otwarte w hipermarkecie.

Zapraszamy do odwiedzenia strony [www Fundacji Centrum Praw Kobiet](http://www.Fundacji Centrum Praw Kobiet) i wsparcia organizacji – www.cpk.org.pl



PROJEKT 2: REMONT PŁYWALNI

Towarzystwo Opieki nad Ociemniałymi i Auchan Łomianki

Towarzystwo Opieki nad Ociemniałymi w Laskach zajmuje się edukacją, rewalidacją i rehabilitacją osób niewidomych na wszystkich etapach życia.

Wsparcie finansowe udzielone przez Fundację Auchan na rzecz młodzieży pozwoliło na przeprowadzenie bieżących prac remontowych pływalni dla podopiecznych Towarzystwa. Ponadto wolontariusze Auchan Łomianki wykonali szereg prac porządkowych i remontowych na terenie ośrodka w Laskach.

Zorganizowali również zbiórkę artykułów spożywczych na terenie sklepu.

Zapraszamy do odwiedzenia strony [www Towarzystwa Opieki nad Ociemniałymi w Laskach](http://www.Towarzystwa Opieki nad Ociemniałymi w Laskach) i wsparcia organizacji – www.laski.edu.pl

PROJEKT 3:
PROGRAM ZDROWEGO ODŻYWIANIA W ŚWIETLICY ŚRODOWISKOWEJ
 Świetlica Środowiskowa w Sośnicy i Auchan Gliwice



Towarzystwo otacza opieką dzieci pochodzące z niewygodnych wychowawczo rodzin, organizując czas wolny dzieci, propagując aktywny tryb spędzania czasu wolnego i zdrowy styl życia.

Pracownicy sklepu Auchan Gliwice zorganizowali szereg warsztatów i spotkań dla dzieci objętych opieką towarzystwa promując zdrowe odżywianie i tłumacząc zasady zdrowego żywienia. Dla podopiecznych towarzystwa zorganizowano także całonocną wycieczkę do Krasiejowa.

Zapraszamy do kontaktu z Towarzystwem wspierania świetlicy dla dzieci w Sośnicy i wsparcia organizacji – tws@vp.pl

ZREALIZOWANE PROJEKTY

Projekt	Beneficjent	Sklep opiekun	Wysokość subwencji w EURO
Projekt „szczęśliwe dzieciństwo” – remont i dostosowanie pokoju dla dzieci przebywających w ośrodku	Fundacja Centrum Praw Kobiet	Auchan Wola	2 250
Remont basenu	Towarzystwo Opieki nad Ociemniałymi w Laskach	Auchan Łomianki	12 500
Świetlica środowiskowa w Sośnicy – program zdrowego odżywiania	Świetlica Środowiskowa w Sośnicy	Auchan Gliwice	4 300
		Suma	19 050

6.3

PARTNERZY AUCHAN

Auchan Polska współpracuje z Partnerami, których działalność wpisuje się w realizację strategicznych celów strategii zrównoważonego rozwoju Auchan. W okresie raportowania na poziomie ogólnopolskim Auchan Polska współpracował z Bankami Żywności, Fundacją DKMS oraz Wioskami Dziecięcymi walcząc z niedożywieniem, działając na rzecz zapewnienia dzieciom szczęśliwego dzieciństwa i pomagając osobom dotkniętym białaczką w walce z chorobą.



SOS Wioski Dziecięce Każde dziecko zasługuje na kochającą rodzinę

Jak podaje Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej w roku 2013 w placówkach opiekuńczo-wychowawczych typu rodzinnego (rodzinne domy dziecka) przebywało 2 030 dzieci, w placówkach opiekuńczo-wychowawczych typu socjalizacyjnego (domy dziecka) – 15 626 dzieci².

Misją stowarzyszenia SOS Wioski Dziecięce jest niesienie pomocy dzieciom osieroconym oraz zagrożonym utratą opieki rodziców poprzez danie im możliwie najlepszej rodziny zastępczej. Wioski Dziecięce to szansa dla dzieci, z którymi źle obszedł się los, na bezpieczny dom i kochającą rodzinę. Auchan Polska jest partnerem stowarzyszenia SOS Wioski Dziecięce od roku 2010. Co roku, w grudniu, organizowana jest akcja społeczna z klientami hipermarketów. Przez cały miesiąc przy kasach dostępne są misie-maskotki, których sprzedaż wspiera Wioski Dziecięce w Polsce. Coroczna darowizna pochodząca z tej akcji, umożliwia realizację zadań statutowych stowarzyszenia SOS Wioski Dziecięce.

W okresie raportowania Auchan Polska wsparł także Program Umacniania Rodzin, prowadzony przez Stowarzyszenie, umożliwiając 60 dzieciom wyjazd na wakacje. Dodatkowo, od 4 lat dochód ze sprzedaży kartki noworocznej Grupy Auchan wspiera działalność Wiosek Dziecięcych we wszystkich tych krajach, w których prowadzi działalność Grupa Auchan.



„ Auchan jest partnerem strategicznym SOS Wiosek Dziecięcych od kilku lat i wspiera nasze Stowarzyszenie na wielu płaszczyznach. Partnerstwo z Auchan to nie tylko wsparcie finansowe ale promocja naszych kampanii co pomaga Stowarzyszeniu dotrzeć do większego grona darczyńców. Współpraca z Auchan jest dla nas bardzo ważna i oprócz ogromnego wsparcia daje nam także poczucie bezpieczeństwa i możliwość przyjęcia pod skrzydła Stowarzyszenia kolejnych potrzebujących dzieci. Między innymi dzięki wsparciu firmy i Fundacji Auchan możemy zapewnić naszym podopiecznym – opuszczonym i osieroconym dzieciom – szansę i start w lepszą przyszłość.

Karolina Kamińska / manager ds. kontaktów z firmami

Darowizna z akcji sprzedaży misia 50 000 zł

Wsparcie dla Programu Umacniania Rodzin 50 000 zł

Kartka noworoczna Grupy Auchan 5 000 EURO

Zapraszamy do odwiedzenia strony [www.stowarzyszenia SOS Wioski Dziecięce](http://www.stowarzyszenia-sos-wioski-dzieciece.org) i wsparcia organizacji – www.wioskisos.org

2 W chwili pisania raportu dane za późniejszy okres nie były dostępne.



Banki Żywności Wspólnie przeciwko ubóstwu i marnowaniu żywności

Według szacunków Komisji Europejskiej co roku w UE marnuje się ponad 100 milionów ton żywności. Z drugiej strony według statystyk Eurostat 2006, 7,4% ludzi czyli około 2,5 miliona osób, żyło w Polsce w gospodarstwach domowych o wydatkach poniżej granicy ubóstwa skrajnego.

Federacja Polskich Banków Żywności jest zespołem współtworzonym przez 31 Banków Żywności działających na terenie całego kraju. Misją Federacji jest przeciwdziałanie marnowaniu żywności oraz zmniejszanie obszarów niedożywienia w Polsce poprzez działalność własną i wspieranie członków Federacji.

Banki prowadzą zbiórki żywności na rzecz potrzebujących. Zebraną żywność przekazują jadłodajniom dla ubogich, noclegowniom dla bezdomnych, domom samotnych matek, świetlicom dla ubogich dzieci i innym organizacjom zajmującym się opieką nad najuboższymi.

W okresie raportowania zorganizowano **3 zbiórki żywności**: wielkanocną, akcję Podziel się posiłkiem i świąteczną zbiórkę żywności, w których zebrano łącznie **42 279 ton żywności**.

Warto wiedzieć



Idea Banków Żywności powstała pod koniec lat 60 w USA, jej twórcą był emerytowany biznesmen – **John van Hengel**. Pracując jako wolontariusz w organizacji pomocy najuboższym **van Hengel**

zauważył, że wielu właścicieli sklepów marnuje żywność wyrzucając produkty, których termin ważności dobiegał końca.

Van Hengel postanowił zbierać od handlowców tę żywność i przekazywać ją na bieżąco do miejskich jadłodajni.

Za: Banki Żywności



Wspólne działania Banków Żywności i Auchan są dobrym przykładem do pokazania modelowej współpracy organizacji pozarządowej i biznesu. Współpracujemy ze sobą od kilkunastu lat a jest to możliwe dzięki temu, że obie strony znają swoje potrzeby i zgadzają się co do celu, jakim jest zapobieganie marnowaniu jedzenia i pomaganie osobom niedożywionym. Auchan co roku z entuzjazmem przyjmuje zaproszenia do zbiórek żywności, pracownicy sklepów są pomocni i zaangażowani a klienci przyzwyczajeni do przekazywania żywności wolontariuszom. W 2014 r. zaczęliśmy pilotażowy program przekazywania żywności z krótkim terminem do spożycia przez sklep Auchan w Łomiankach do lokalnego banku żywności. Jesteśmy na etapie rozszerzania tej współpracy na inne sklepy Auchan.

Sergiusz Jańczak / Koordynator ds. współpracy z biznesem

Liczba zbiórek	3
Liczba ton żywności	42 279

Zapraszamy do odwiedzenia strony [www Federacji Banków Żywności](http://www.federacja-bankow-zywnosci.pl) i wsparcia organizacji – www.bankizywnosci.pl



Fundacja DKMS Polska Pokonać raka krwi!

Co roku w Polsce białaczka diagnozowana jest u 10 000 osób dorosłych, młodzieży i dzieci. Co godzinę ktoś dowiaduje się, że ma raka krwi. Dla wielu pacjentów jedyną szansą na wyzdrowienie jest pomoc zupełnie obcej osoby, zarejestrowanej jako potencjalny dawca szpiku w Polsce lub na świecie.

Misją Fundacji DKMS jest znalezienie dawcy dla każdego pacjenta potrzebującego przeszczepu szpiku lub komórek macierzystych.

Auchan Polska włącza się w walkę z białaczką organizując w swoich sklepach akcje rejestrowania potencjalnych dawców szpiku. W okresie raportowania przeprowadzono 2 akcje rejestracji potencjalnych dawców (12/2013 i 05/2014), w 20 sklepach Auchan. W akcjach wzięło udział 200 wolontariuszy Auchan. Łącznie zarejestrowano 8 220 potencjalnych dawców. Od roku 2011 w sklepach Auchan zarejestrowanych zostało 23 131 osób, z czego 25 już uratowało ludzkie życie.



Jesteśmy niezwykle wdzięczni za długotrwałe zaangażowanie w szerzenie idei dawstwa szpiku przez Auchan Polska Sp. z o. o. Inicjatorami i wolontariuszami na akcjach w Auchan są pracownicy Auchan, którzy to pełni chęci pomocy innym, dobrowolnie poświęcają swój czas na organizację akcji. Dzięki długotrwałej i lojalnej pomocy Auchan Polska baza potencjalnych dawców szpiku wciąż się powiększa, co oznacza, że dla coraz większej grupy pacjentów znajdujemy Dawcę.

Wojciech Niewinowski / Koordynator ds. Rekrutacji Dawców / Fundacja DKMS Polska

Liczba akcji z DKMS	2
Liczba sklepów uczestniczących w akcji	20
Liczba wolontariuszy	200
Zarejestrowanych potencjalnych dawców	
12/2013	3 982
05/2014	4 238
razem	8 220

Zapraszamy do odwiedzenia strony [www Fundacji DKMS Polska](http://www.dkms.pl) i wsparcia organizacji – <http://www.dkms.pl/pl>



6.4

WOLONTARIAT I PROJEKTY NA RZECZ LOKALNYCH SPOŁECZNOŚCI

Sklepy Auchan działają także lokalnie, angażując się w różnorodne projekty na rzecz społeczności, w których funkcjonują. Realizują tym samym misję przedsiębiorstwa solidarnego, uczestniczącego w życiu lokalnych społeczności. Wybór konkretnych zaangażowań leży w gestii każdego ze sklepów i ich ekip, odpowiadać mają one bowiem na rzeczywiste problemy i troski dnia codziennego naszych sąsiadów – lokalnych społeczności, w których pracujemy i funkcjonujemy, i których częścią jesteśmy.

Współpracownicy Auchan Polska coraz częściej angażują się w wolontariat, starając się nieść radość i pomoc, uczyć, cieszyć... po prostu zmieniać świat na plus.



” Wolontariat jest dla mnie bardzo ważnym, cennym i niesamowitym doświadczeniem, daje mi wiele radości i satysfakcji z tego, że mogę coś zrobić dla drugiego człowieka. Jest to źródło nowych doświadczeń, okazja by spotkać ciekawych ludzi, którzy chcą zmienić świat na lepsze. Jako wolontariusz przyczyniam się do budowania pozytywnych zmian społecznych, swoją postawą wskazuję właściwy kierunek, niełatwy, ale potrzebny. Wolontariat daje mi siłę, odwagę i umacnia mój charakter, lecz największą radością z tego co robię jest szeroki uśmiech dziecka.

Anna Kruczek-Belcer / kasjer w Punkcie Obsługi Klienta Auchan Krasne



” W akcjach DKMS uczestniczę od grudnia 2014 roku. Jestem honorowym dawcą krwi, dlatego pomyślałam, że zarejestruję się jako dawca szpiku i zostałam wolontariuszką DKMS-u. Cieszy mnie to, że dzięki mojemu zaangażowaniu mogę pomóc innym ludziom rozwiewając wątpliwości potencjalnych dawców szpiku podczas rejestracji.

Magdalena Malinka / kasjerka Auchan Bielany Wrocławskie

Wybrane projekty

- **Auchan Piaseczno**, od 5 lat zaangażowany jest w pomoc Fundacji „Dogonić Marzenia”. W ramach współpracy wolontariusze sklepu pomagają w organizowaniu pikniku z okazji Dnia Dziecka. Drużyna piłkarska z Auchan rozgrywa podczas pikniku mecz z wychowankami a wolontariusze organizują gry i zabawy na świeżym powietrzu. Podczas akcji handlowych dzieci z Fundacji organizują kiermasz i sprzedają własnoręcznie wykonane prace plastyczne i biżuterię, zbierając w ten sposób środki na wyjazdy letnie.

- **Auchan Żory** od 8 lat współpracuje ze stowarzyszeniem „Po prostu Partner”. W ramach tej współpracy w roku 2014 wolontariusze Auchan pomalowali dwa nowe pomieszczenia, które stowarzyszenie dostało od miasta. Wolontariusze Auchan odwiedzają regularnie stowarzyszenie, aby pomagać dzieciom w nauce. Organizowane są także spotkania tematyczne dla dzieci na terenie sklepu np. dzień otwarty w cukierni, gry logiczne, profesjonalna sesja zdjęciowa, warsztaty origami, czy prelekcja – bezpieczny powrót do szkoły.

- **Auchan Gliwice** zorganizował dla najmłodszych gości galerii handlowej cykl 4. październikowych spotkań z rzemiosłem, podczas których wszyscy zainteresowani mogli poznać różnorodne techniki tworzenia ozdób oraz drobnych przedmiotów użytkowych. Pod okiem doświadczonego plastyka uczestnicy poznali tajniki wikliniarstwa, sekrety bibułkarstwa oraz sztukę rzeźbienia. Powstały wiklinowe kosze, i dekoracje, kolorowe kwiaty z krepiny a także przepiękne figurki ptaków i bajkowych skrzatów z naturalnych materiałów, takich jak drewno i kora.

- **Auchan Bydgoszcz** zorganizował spotkanie dla dzieci z uczestnictwem wolontariuszy z różnych krajów Europy. Animatorzy spotkania poprzez gry i zabawy włączające dzieci i młodzież zachęcali do uczestnictwa w turniejach piłki nożnej, piłki siatkowej i rozgrywek w „dwa ognie”. Wolontariusze przygotowali quizy, testy związane z siatkówką, piłką nożną oraz z ogólnymi zagadnieniami sportowymi.

- **Auchan Rumia** przeprowadził zbiórkę artykułów szkolnych dla podopiecznych stowarzyszenia Przyjaciół rodziny z Wejherowa. Pracownicy sami przygotowali plakaty i ulotki dla klientów, komunikowali całą akcję przez mikrofon wśród klientów, a dla pracowników dodatkowo przed otwarciem sklepu przez węzeł radiowy. W rezultacie akcji zebrano 500 kg artykułów biurowych: zeszytów, teczek, bloków, piórników, artykułów piśmiennych, nożyczek, klejów, temperówek, plecaków, worków na buty i innych produktów.

DBAMY O ŚRODOWISKO



Wzmacniać pozytywny wpływ na środowisko i zmniejszać negatywny w całym łańcuchu wartości.

7.1

NASZA STRATEGIA

Dla rozwoju światowych gospodarek niezbędne są zasoby naturalne, co powoduje zwiększony popyt na nie, przy równoczesnym niekorzystnym wpływie na środowisko. Liczba ludności na świecie rośnie, szczególnie w obszarach zurbanizowanych. Komisja Europejska uznała efektywne gospodarowanie zasobami za jeden z priorytetów strategii „Europa 2020”. Szacuje się, że jeśli nadal będziemy korzystać z zasobów naturalnych w obecnym tempie, w roku 2050 do zaspokojenia naszych potrzeb potrzeba będzie dwóch planet. Dlatego też troska o stan środowiska i zrównoważone gospodarowanie naturalnymi zasobami – pozwalające wytwarzać więcej, przy zmniejszonych nakładach – stają się kluczowymi priorytetami dnia dzisiejszego i gwarantami bezpiecznego jutra. By było to możliwe konieczne są działania zarówno na poziomie makro jak i mikroekonomicznym – modyfikacje mechanizmów produkcji oraz wzorców konsumpcji. Dla ich zapewnienia tworzone są programy efektywnego gospodarowania zasobami oraz systemy zarządzania środowiskowego.

Warto wiedzieć !

Pierwsza inicjatywa na rzecz zarządzania środowiskiem na świecie została sformułowana w Niemczech w połowie lat osiemdziesiątych. Był to „Kodeks postępowania w zakresie zarządzania środowiskowego” Niemieckiego Stowarzyszenia na Rzecz Zarządzania Środowiskiem.

B. Poskrobko, 1998. Zarządzanie środowiskiem. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.

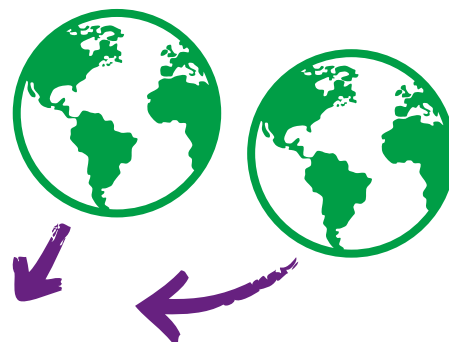
W Auchan funkcjonuje system zarządzania środowiskowego, którego główne osie to:

1. **efektywne wykorzystanie zasobów** poprzez racjonalizację zużycia materiałów, energii i wody
2. **redukcja zanieczyszczeń** poprzez minimalizowanie emisji CO₂, wytworzonych odpadów i ścieków, recykling i odzysk
3. **szkolenie pracowników i budowanie świadomości ekologicznej** klientów poprzez wdrażanie najlepszych praktyk, zielone akcje i animacje.

7.2

ZARZĄDZANIE WPŁYWEM ŚRODOWISKOWYM

Zarządzanie kwestiami środowiskowymi jest w Auchan w gestii Dyrektora ds. Inwestycji na poziomie kraju oraz Menedżerów ds. Technicznych na poziomie sklepów. W roku 2014 powołany został Specjalista ds. Środowiska, raportujący bezpośrednio do Dyrektora ds. Inwestycji, którego zadania zawierają m.in.: monitorowanie stanu formalno – prawnego obiektów w zakresie ochrony środowiska, informowanie o zmianach legislacyjnych dotyczących środowiska, prowadzenie audytów środowiskowych dla obiektów handlowych Auchan/Real, tworzenie i prowadzenie szkoleń, raportowanie środowiskowe oraz inicjowanie i realizacja projektów i inicjatyw dla realizacji celów środowiskowych Auchan Polska.



Szacuje się, że jeśli nadal będziemy korzystać z zasobów naturalnych w obecnym tempie, **w roku 2050** do zaspokojenia naszych potrzeb **potrzeba będzie dwóch planet**

ZARZĄDZANIE WPŁYWEM ŚRODOWISKOWYM W AUCHAN:

zarządzanie	<ul style="list-style-type: none"> – odpowiedzialna konsumpcja: oszczędność energii elektrycznej, wody, ekonomiczny model zużycia mediów – redukcja emisji dwutlenku węgla – inwestycje w pro-ekologiczne technologie np. wymiana czynników freonowych we wszystkich instalacjach chłodniczych – ograniczenie zużycia toreb kasowych, wprowadzenie toreb bio-degradowalnych oraz toreb wielokrotnego użytku – recykling i odzysk odpadów
oferta	<ul style="list-style-type: none"> – propagowanie zdrowego stylu życia i odżywiania, poprzez komunikację, animacje, ofertę produktową – rozwój EKO i BIO – wprowadzanie oferty produktów energooszczędnych klas energetycznych A+ oraz A++ i stopniowe zastępowanie starego sprzętu nowoczesnym – odpowiedzialne zakupy, np. polityka zrównoważonego rozwoju w dziale rybnym, zapewniająca przestrzeganie okresów ochronnych i wymiarów ochronnych ryb, wycofanie ze sprzedaży gatunków zagrożonych np. rekina
dostawcy	<ul style="list-style-type: none"> – współpraca z partnerami, stosującymi pro-ekologiczne technologie i rozwiązania w zakresie parku maszynowego, produkcji i transportu – współpraca w zakresie redukcji materiałów opakowaniowych
pracownicy	<ul style="list-style-type: none"> – komunikacja wewnętrzna i uwrażliwianie – szkolenia z zakresu zrównoważonego rozwoju, oszczędność energii, segregowanie i odzysk odpadów – szkolenia z efektywnego pakowania w celu ograniczenia zużycia toreb kasowych – animacje ekologiczne sklepów
klienci	<ul style="list-style-type: none"> – animacje, uwrażliwianie – realizacja wspólnych pro-środowiskowych animacji z pracownikami i Partnerami – umożliwianie klientom segregacji przeznaczonych do recyklingu zużytych świetlówek, baterii, toreb foliowych
doskonalenie	<ul style="list-style-type: none"> – dzielenie się dobrymi praktykami na poziomie Grupy i polskich sklepów Auchan w ramach Synergii – pozytywne współzawodnictwo pomiędzy sklepami w osiąganiu najlepszych środowiskowych wskaźników – dzielenie się dobrymi praktykami i doświadczeniami pomiędzy sklepami

7.3

RACJONALIZACJA ZUŻYCIA

Pierwszą osią systemu zarządzania środowiskowego Auchan jest efektywne zarządzanie zasobami poprzez racjonalizację zużycia mediów – wody, energii elektrycznej i gazu – oraz materiałów. Prowadzone są szkolenia i uwrażliwianie współpracowników Auchan na kwestie środowiskowe, w tym nieracjonalnego gospodarowania zasobami. Nieodłącznym elementem zrównoważonego rozwoju jest doskonalenie – Auchan Polska stara się poprawiać osiągnięte wskaźniki środowiskowe, zarówno na poziomie całej firmy, jak i każdego ze sklepów. Sklepy Auchan prowadzą pozytywną rywalizację pomiędzy sobą by osiągnąć jak najniższe wskaźniki zużycia oraz poczynić jak największe oszczędności w zużyciu mediów i dzielić się pomiędzy sobą dobrymi praktykami.

WODA

Woda to zasób, bez którego niemożliwe jest życie. Jest ona niezbędna w przemyśle, rolnictwie, w codziennym funkcjonowaniu ludzi. Zbiorniki wodne takie jak oceany, morza, rzeki i jeziora zajmują około 72% powierzchni ziemi, jednakże źródłem wody pitnej są wyłącznie zbiorniki wody słodkiej – stanowiące zaledwie 0,6% zasobów wodnych. Nieracjonalne gospodarowanie tym cennym zasobem oraz zmiany klimatyczne doprowadziły do nieodwracalnych zmian w światowym bilansie wodnym. Dziś, większość krajów na świecie cierpi na deficyt wody, ponad 1 200 milionów ludzi ma utrudniony dostęp do wody pitnej, a 200 milionów cierpi z pragnienia.

Warto wiedzieć !

- Światowa Organizacja Zdrowia szacuje, że z powodu chorób związanych z niedostatkiem wody pitnej każdego dnia umiera około 6000 dzieci.
- Polska jest jednym z najuboższych w wodę krajów w Europie. Średnio, w Europie na jednego człowieka przypada rocznie 5100 m³ wody, w Polsce zaledwie 1700 m³.

Zgodnie z szacunkami ONZ w ciągu najbliższych 15 lat nawet 40% ludności na świecie będzie musiało stawić czoło znacznym niedoborom wody, jeśli państwa nie zintensyfikują wysiłków na rzecz bardziej racjonalnego użytkowania wody.



Oszczędność wody jest jednym z priorytetów środowiskowych zarówno Auchan Polska, jak i całej Grupy Auchan. W firmie wprowadzono szereg praktyk dla racjonalnego gospodarowania wodą i ograniczenia jej konsumpcji, takich jak: korzystanie z obiegu zamkniętych, baterie z czujnikiem ruchu, zapobiegające marnotrawstwu wody. W celu zapobieżenia utracie wody w skutek niekontrolowanych wycieków okresowo prowadzone są kontrole szczelności urządzeń. W roku 2014 zużyliśmy 0,88 m³/m² wody w 23. sklepach Auchan, objętych raportowaniem środowiskowym (okres raportowania 01/10/2013–31/09/2014).

Zużycie wody w Auchan Polska

Zużycie wody m ³ /m ²	2014
	01/10/2013
	31/09/2014
Auchan Polska	0,88

Najniższe zużycie wody kwh/m² (sklepy)

1	Gdańsk	0,58
2	Katowice	0,61
3	Łomianki	0,63

Największa oszczędność w zużyciu wody w stosunku do wyniku z poprzedniego okresu raportowania (%)

1	Bielsko Biała	-23,8%
2	Katowice	-22,5%
3	Mikołów	-29,23%

ENERGIA ELEKTRYCZNA

Wzrost liczby mieszkańców i dynamiczny rozwój gospodarczy poszczególnych państw świata przyniósł zwiększone zapotrzebowanie na energię elektryczną. Polski przemysł energetyczny jest oparty na paliwach kopalnianych (83,7% w 2013 roku, w tym 49,6% – węgiel kamienny i 34,1% – brunatny). Bez wątplenia energia elektryczna stała się motorem postępu, jednakże jej produkcja powoduje degradację środowiska naturalnego poprzez m.in. wysokie emisje CO₂. Konieczne jest zmodyfikowanie istniejących modeli produkcji i konsumpcji, na których oparte są światowe gospodarki i społeczeństwa.

W Auchan energia elektryczna jest wykorzystywana w celu zapewnienia świeżości żywności a także komfortu termicznego i jakości powietrza w pomieszczeniach dla klientów i pracowników Auchan. Dla ograniczenia zużycia energii elektrycznej w 100% sklepów

Warto wiedzieć !

Historia elektroenergetyki sięga ponad sto lat, jednakże systemy energoelektryczne, podobne do spotykanych współcześnie pojawiły się po II wojnie światowej.

Pionierem w sektorze energetyki była Wielka Brytania, w Polsce za moment rozpoczęcia procesu tworzenia rynku energii uważa się wejście w życie ustawy Prawo Energetyczne w kwietniu 1997 roku.



Auchan wprowadzone zostało energooszczędne oświetlenie. We wszystkich sklepach funkcjonują czujniki ruchu, eliminujące zbędne oświetlenie czy wykorzystanie klimatyzacji w miejscach o małym natężeniu ruchu. Dodatkowo w 100% sklepów w dachach zamontowano świetliki, a poziom oświetlenia dostosowano do rzeczywistych potrzeb, poprzez likwidację zbędnych świetlówek. Chłodnie we wszystkich działach mrozonek są zamykane na noc celem wyeliminowania strat zimna a nad poziomymi lodówkami na mrożonki wprowadzono dodatkowe szyby do zamykania na noc. W roku 2014 w 23 sklepach Auchan zużyto 418 kwh gazu na m² powierzchni sprzedaży.

Zużycie energii elektrycznej w Auchan Polska

Zużycie energii elektrycznej kwh/m ² powierzchni sprzedaży	2014
	01/10/2013
	31/09/2014
Auchan Polska	418

Najniższe zużycie energii elektrycznej kwh/m² powierzchni sprzedaży (sklepy)

1	Wrocław	321
2	Auchan Gdańsk	349
3	Wola	369

Największa oszczędność zużycia prądu w stosunku do wyniku z poprzedniego okresu raportowania (%)

1	Katowice	-13%
2	Krasne	-5,23%
3	Piaseczno	-4,33%

GAZ

Gaz jest używany do ogrzewania w 15 sklepach Auchan, w pozostałych sklepach znajdują się kotłownie olejowe i gazowe. Ponadto gaz wykorzystywany jest także w piekarni (piece obrotowe i wsadowe) oraz w masarni. W żadnym ze sklepów Auchan Polska nie ma ogrzewania węglowego, którego skutki środowiskowe są najcięższe, jako że do środowiska wydzielają się zanieczyszczenia takie jak: tlenki siarki, azotu, węgla, węglowodory, popiół i sadza.

W celu ograniczenia zużycia gazu w Auchan Polska podejmowane są następujące działania: sterowanie zużyciem ciepła uzależnione od temperatury zewnętrznej, system odzysku ciepła z centrali chłodniczej, regularne przeglądy techniczne instalacji, czyszczenie i odkamienianie kotłów gazowych dla lepszej wymiany ciepła. W roku 2014 w 23 sklepach Auchan zużycie gazu na 1 m² wynosiło 136,73 kwh.

Zużycie gazu w Auchan Polska

Zużycie gazu kwh/m ²	2014
	01/10/2013
	31/09/2014
Auchan Polska	136,76

Najniższe zużycie gazu kwh/m²

1	Rumia	61,70
2	Piaseczno	68,27
3	Bonarka	70,11

Największa oszczędność zużycia gazu w stosunku do wyniku z poprzedniego okresu raportowania (%)

1	Komorniki	-25,49%
2	Wola	-25,03%
3	Mikołów	-20,18%

Dla zapewnienia optymalnego zużycia mediów w Auchan wprowadzony został Ekonomiczny Model Zużycia Mediów i pełny monitoring zużycia mediów on-line. Zdefiniowane zostały optymalne poziomy zużycia mediów we wszystkich strefach operacyjnych takich jak magazyny, hala sprzedaży, parking itd., następnie zostały one zapisane w systemie. W przypadku ich przekroczenia, system automatycznie zawiadamia odpowiedzialne osoby, dając dyspozycję sprawdzenia powodów oraz skorygowania tego stanu.

Dobra praktyka

TORBY KASOWE

Szacuje się, że z całości zużytych rocznie opakowań z tworzyw sztucznych, których znaczącą część stanowią torby foliowe, w Polsce przetwarza się lub ponownie spala tylko 15%, zaś ponad 80 % trafia na składowiska. Jako firma handlowa Auchan Polska zdefiniowała zatem torby kasowe jako jeden ze swoich istotnych wpływów środowiskowych.

W Auchan podjęte zostały kroki na rzecz ograniczenia negatywnego wpływu w tym zakresie, zarówno poprzez szkolenia dla pracowników z optymalizacji pakowania, działania uświadawiające i edukacyjne dla klientów i pracowników, jak również poprzez oddanie do dyspozycji klientów ekologicznych alternatyw.

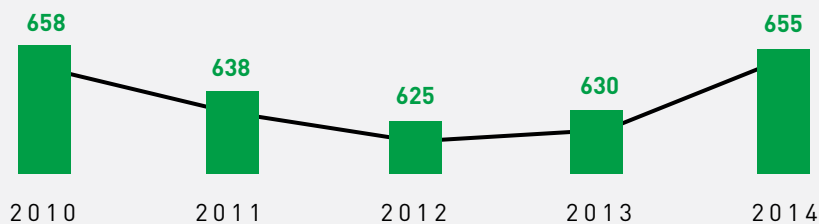
Zarządzanie wpływem środowiskowym na linii kas:

Cel	
Ograniczenie zużycia	<ul style="list-style-type: none"> – szkolenie pracowników linii kas z ekonomicznego pakowania towarów; – akcja informacyjno-edukacyjna zachęcającej klientów do skorzystania z toreb wielokrotnego użytku i segregowania zakupów na taśmie; – przekazanie klientom informacji o składzie chemicznym biodegradowalnych toreb i ich oddziaływaniu na środowisko; – akcje eko i animacje dla klientów w sklepach, popularyzujące pro-ekologiczne postawy
Ograniczenie negatywnego wpływu	<ul style="list-style-type: none"> – zastąpienie toreb foliowych biodegradowalnymi torbami ze składnikiem d2w, umożliwiającym kontrolowanie czasu ich życia (rozkład opakowań następuje po zakończeniu założonej przydatności do użycia); – wprowadzenie toreb wielokrotnego użytku ze składnikiem d2w; – wprowadzenie toreb z dodatkiem juty; – wprowadzenie plastikowych skrzynek do wygodnego pakowania zakupów w samochodzie i ich bezpiecznego transportu

Warto wiedzieć

Przeciętnie Polak, Portugalczyk czy Słowak zużywa ponad 450 torebek rocznie, statystyczny Fin lub Duńczyk zaledwie 4 torby. Unia Europejska zobowiązuje kraje członkowskie do ograniczenia zużycia plastikowych jednorazówek, do roku 2019 liczba toreb na mieszkańca ma zostać ograniczona do 90, do roku 2025 do 40.

Liczba toreb jednorazowych rozdstrybuowanych w kasach na m² powierzchni sprzedaży:



szt./m² powierzchni sprzedaży

1	Auchan Gliwice	4 680 000
2	Auchan Łomianki	5 096 000
3	Auchan Bydgoszcz	5 304 000

7.4

REDUKCJA ZANIECZYSZCZEŃ

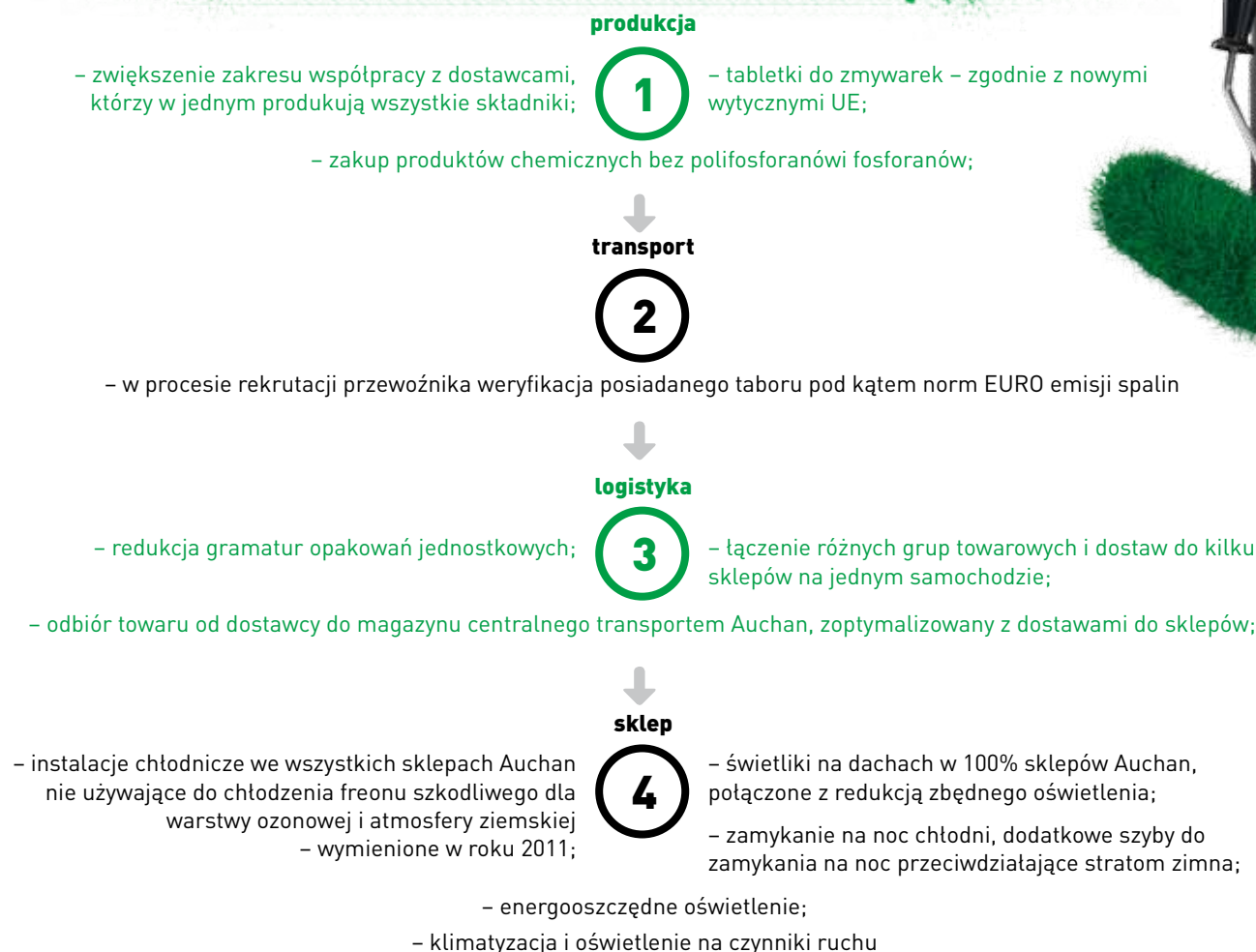
EMISJA CO₂

Kolejną osią polityki zarządzania środowiskowego w Auchan jest redukcja zanieczyszczeń, poprzez ograniczenie emisji CO₂. Głównymi źródłami emisji gazów cieplarnianych są produkcja energii elektrycznej (21,3%), produkcja przemysłowa (16,8%) i transport (14,0%). W sklepach Auchan emisja CO₂ związana jest głównie ze zużyciem energii i wykorzystaniem czynników chłodniczych, uczestniczących w wymianie ciepła w urządzeniu chłodniczym lub klimatyzacji.

Warto wiedzieć !

W roku 2014 Polska wyemitowała 316,8 ton, plasując się na 22 miejscu światowej listy. Oznacza to 8,2 tony emisji na osobę. Największymi emitentami CO₂ są Chiny (9 761,1 t) i Stany Zjednoczone (5 994,6 t). Zestawienie dotyczy wyłącznie emisji dwutlenku węgla ze spalania paliw kopalnianych. Redukcja emisji CO₂ jest kluczowym zagadnieniem w Europie i na świecie. Celem Unii Europejskiej na rok 2030 jest obniżenie emisji CO₂ o ok. 40%.
Źródło: Wikipedia

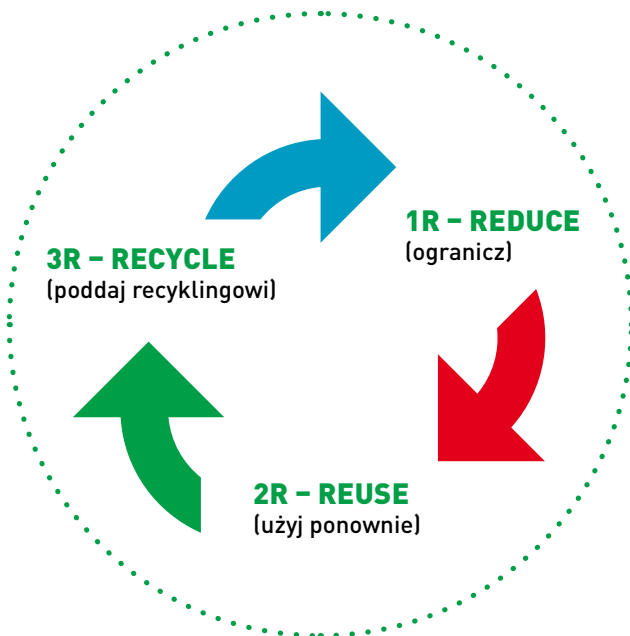
OGRANICZENIE EMISJI CO₂ W ŁAŃCUCHU WARTOŚCI



GOSPODARKA ODPADAMI

Celem Systemu Zarządzania Środowiskowego jest zmniejszenie negatywnego środowiskowego wpływu. Obszar ten reguluje polityka zarządzania odpadami, stanowiąca część systemu, jej dwa cele szczegółowe to: zmniejszenie wolumenu produkowanych odpadów i ścieków oraz zwiększenie odzysku.

Auchan działa w oparciu o **zasadę 3R**:



1R – REDUCE (ogranicz) – redukcja opakowań i odpadów

2R – REUSE (użyj ponownie)
– ponowne użycie opakowań, których nie udało się zredukować.

3R – RECYCLE (poddaj recyklingowi) – przetworzenie surowców opakowań

W roku 2012 w Centrum Logistycznym w Wolborzu rozpoczęto prace nad stworzeniem Programu Segregacji Odpadów. W tym celu przeanalizowane zostały grupy odpadów i prowadzone były rozmowy z firmami zajmującymi się utylizacją.

W rezultacie wytypowano cztery grupy odpadów:

1. plastik i odpady podlegające spalaniu
2. metal i aluminium
3. szkło
4. makulatura biurowa

Określone zostały także miejsca powstawania odpadów, zaś na kolejnym etapie określony został sposób ich przechowywania i zbiórki.

W lipcu roku 2013 rozpoczęto wdrażanie **Systemu Segregacji Odpadów Komunalnych**, w ramach którego z odpadów komunalnych wysegregowano:

1. odpady suche
2. opakowaniowe
3. odpady bio (owoce, warzywa).

Każdy sklep Auchan wyposażony jest w belownice, które prasują odpady i tym samym ułatwiają ich odzysk, oraz kontenery (suche i mokre) do gromadzenia odpadów i zmniejszania ich gabarytów.

W roku 2012 firma Auchan Polska osiągnęła wskaźnik **100% odzysku opakowań kartonowych i foliowych**.



Warto wiedzieć

recykling – 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 – wszelkie działania, nieistwarzające zagrożenia dla życia, zdrowia ludzi lub dla środowiska, polegające na wykorzystaniu odpadów w całości lub części.

Oprócz zarządzania odpadami Auchan stara się również uwrażliwiać klientów na kwestie środowiskowe i pomóc im w recyklingu. W tym celu powstały specjalne eko-punkty, w których klienci mogą zostawiać zużyte torby plastikowe, baterie, żarówki. W sklepach Auchan prowadzone są zbiórki szkła, plastiku, metalu.

W okresie raportowania Auchan Polska osiągnęła następujące wskaźniki:

	Liczba sklepów	23
Zużycie energii elektrycznej kwh/m2 powierzchni sprzedaży		418,10
Zużycie gazu kwh/m2		136,73
Zużycie wody w m3 /m2		0,88
Śmieci (Mg)		23 921
Odpady posegregowane (Mg)		12 269
Wskaźnik recyklingu		51,29 %

Mg (megagram) – standardowa jednostka stosowana w praktyce i przepisach prawnych dotyczących recyklingu, do określania ilości odpadów;

1 Mg = 1 000 000 g (1 milion gramów) – tona
1 tona = 1000 kg = 1 Mg

7.5

BUDOWANIE ŚWIADOMOŚCI EKOLOGICZNEJ

SZKOLENIE PRACOWNIKÓW

Auchan prowadzi edukację ekologiczną pracowników, przekazując im niezbędną wiedzę za pomocą szkoleń. We współpracy z profesjonalną firmą odzysku Rekopol, stworzone zostały trzy e-learningowe moduły szkoleniowe:

1. szkolenie o **zrównoważonym rozwoju**
2. szkolenie z **segregowania odpadów**
3. szkolenie z **zakresu oszczędności energii i wody**

Szkolenia są dostępne dla każdego z pracowników Auchan, każdy moduł zakończony jest testem sprawdzającym wiedzę uczestników.

Godziny szkoleń w okresie raportowania

Godziny szkoleń ze zrównoważonego rozwoju	1 192
Godziny szkoleń z oszczędności energii	204
Godziny szkoleń z segregowania odpadów	214

ZIELONE AKCJE PROEKOLOGICZNE

Sklepy Auchan prowadzą lokalne akcje ekologiczne, mające na celu budowanie świadomości ekologicznej i zachęcanie do ekologicznych postaw. Wspólnie z klientami działają dla dobra środowiska.

- **Auchan Sosnowiec** jest partnerem ogólnopolskiego programu „**Moje miasto bez elektrośmieci**”. W ramach akcji w każdą sobotę października klienci mogli bezpłatnie pozbywać się zużytego sprzętu elektrycznego i elektronicznego. Dodatkowo mieszkańcy Sosnowca i klienci Auchan mogli skorzystać z usługi bezpłatnego odbioru dużych elektrośmieci bezpośrednio z domów. Zbiórkę





sprzętów prowadziła organizację odzysku sprzętu elektrycznego i elektronicznego – „ElektroEko”; trafiły one do zakładów przetwarzania dzięki czemu mogą być wykorzystywane do produkcji nowych przedmiotów. W okresie od 1 października do 31 grudnia 2014 roku zebrano łącznie 1 433 kg elektrośmieci.

- W lipcu-wrześniu **Auchan Kraków Aleja Pokoju** zorganizował konkurs plastyczny „Ekologia w oczach dziecka” dla dzieci ze świetlic wsparcia dziennego Towarzystwa Przyjaciół Dzieci w Krakowie. Do wykonania prac mali uczestnicy użyli surowców wtórnych. Dla zwycięzców i świetlic hipermarket Auchan przygotował liczne nagrody: były to książki i artykuły szkolne.

Sklepy Auchan od czterech lat współpracują z Panem Dominikiem Dobrowolskim – działaczem społecznym, ekologiem i pasjonatem – przy realizacji akcji ekologicznych.

Zapraszamy do odwiedzenia strony Cycling recycling i włączenia się w akcje na rzecz wspólnego dobra jakim jest środowisko.

Więcej informacji: <http://www.cycling-recycling.eu>



”

Generalnie pouczanie innych nie jest najlepszą metodą edukacji. Ja nie pouczam, ale zapraszam. Stąd m.in. pomysł na realizację akcji ekologicznych wspólnie ze sklepami Auchan.

Wspólnie koncentrujemy się na inicjowaniu pozytywnych zachowań. Nasze akcje nie tylko edukują i kształtują pozytywne zachowania, ale przynoszą także bardzo realne efekty w postaci wielu ton zebranych i posegregowanych surowców wtórnych.



Dzięki zaangażowaniu się sklepów Auchan w programy edukacji ekologicznej wzrasta świadomość ekologiczna klientów, co bezpośrednio wpływa na ich zachowania proekologiczne poza sklepami: w pracy, szkołach i domach. Centra Handlowe Auchan stają się zatem doskonałym miejscem nie tylko do robienia zakupów ale i do kształtowania postaw przyjaznych środowisku.

Dominik Dobrowolski
Cycling Recycling

W okresie raportowania sklepy Auchan wzięły udział w następujących akcjach:

- W sklepie **Auchan Krasne** zorganizowano kolejną edycję edukacyjnej akcji pt. „Kultura to Natura”, w ramach której mieszkańcy Rzeszowa i okolic zachęceni byli do selektywnej zbiórki i recyklingu odpadów opakowaniowych, szczególnie do zbiórki i recyklingu zużytych kartoników po napojach. W zamian za zebrane kartoniki i inne odpady opakowaniowe rozdano mieszkańcom blisko 1 000 biletów do podkarpackich ośrodków kultury, np. do kin, muzeów, teatrów oraz na inne atrakcyjne wydarzenia kulturalne i sportowe. Dla klientów Auchan przygotowany został również pokaz recyklingu, w ramach którego wszyscy zainteresowani dowiedzieli się, jak ze zużytych kartoników powstaje papier czerpany. Dla dzieci przygotowane były różne gry i zabawy oraz konkursy wiedzy ekologicznej. Edukacja ekologiczna w zakresie zbiórki i recyklingu kartonów po płynnej żywności była

prowadzona pod hasłem: „Karton, naturalnie!” Przez dwa tygodnie akcja była promowana na afiszach i w radiowęzle Auchan Krasne. **Dzięki promocji Auchan o akcji dowiedziało się min 125 tys. klientów!**

- Sklepy **Auchan Piaseczno, Łomianki, Tarnowo Podgórne, Warszawa, Żory, Gliwice, Kraków** włączyły się w ogólnopolską akcję Kocham recykling czyli EkoWalentynki. W ramach akcji zbierane były zużyte baterie, za które uczestnicy akcji otrzymywali lizaki w kształcie serca. EkoWalentynki były promowane w okresie poprzedzającego akcję tygodnia na afiszach sklepach, drogą mailową oraz w radiowęzłach. O akcji i konieczności zbiórki i recyklingu zużytych baterii, mogło dowiedzieć się w 7 sklepach ok.: 875 tys. klientów. W akcji uczestniczyli klienci w różnym wieku, średnio zbiórki w sklepach przyniosły od 10 kg do 40 kg baterii. W sumie, podczas EkoWalentynek zebrano 6 000 sztuk zużytych baterii, czyli **około 100 kg**. Po zbiórce baterie trafiły do recyklingu.



Warto wiedzieć



W 2014 roku w Polsce wprowadzono na rynek ok. 400 mln sztuk baterii – czyli ok. 11 tys. ton. Zużyte baterie powinny być segregowane i utylizowane w specjalnych instalacjach. Jeśli baterie nie są oddawane do recyklingu trafiają na składowisko odpadów. W rezultacie metale ciężkie (ołów, rtęć) przedostają się do środowiska powodując zanieczyszczenie wody i gleby i stanowiąc zagrożenie zarówno dla zdrowia ludzi i środowiska naturalnego.

Źródło: Cycling recycling

WAŻNE!

Zgodnie z prawem zakazuje się umieszczania zużytych baterii i zużytych akumulatorów razem z innymi odpadami w tym samym pojemniku. Użytkownik jest zobowiązany do przekazania zużytych baterii i akumulatorów przenośnych, do miejsca odbioru (specjalnie oznakowane pojemniki na zużyte baterie) lud do podmiotu zbierającego zużyte baterie Ustawa o bateriach i akumulatorach (Dz. U. z 2009r. nr 79 poz. 666 ze zm.) z dnia 24 kwietnia 2009 r.

7.6

ROZWÓJ Z POSZANOWANIEM ŚRODOWISKA

Zrównoważony rozwój to rozwój stabilny i odpowiedzialny, to poszanowanie zasobów naturalnych i zarządzanie środowiskowym wpływem przedsiębiorstwa – zarówno w prowadzonej działalności jak i funkcjonowaniu każdego dnia – dziś i jutro. Auchan w odpowiedzialny sposób zarządza swoim środowiskowym wpływem minimalizując go poprzez wybór technologii i stosowane prośrodowiskowe praktyki, sposób budowania oferty, współpracę z klientami i partnerami, zielone inicjatywy.

Tę samą troskę o środowisko odnaleźć można w zasadach przyświecających całej Grupie Auchan przy nowych inwestycjach. Dla zarządzania wpływem środowiskowym w tym zakresie zdefiniowane zostało sześć celów zrównoważonego rozwoju dotyczących zarządzania energią, wodą oraz wytwarzanymi odpadami, harmonii obiektów z otoczeniem i poszanowaniu środowiska w trakcie realizacji inwestycji, a także zapewnienia przyjaznego środowiska wyposażenia obiektów.

6 celów zrównoważonego rozwoju przy rozwoju Auchan:

1	Projekt w harmonii z bezpośrednim otoczeniem środowiska naturalnego	<ul style="list-style-type: none"> – Stworzenie projektu wkomponowanego w środowisko naturalne, w krajobraz, w miasto. – Utrzymanie równowagi lokalnej poprzez zapewnienie ciągłości pomiędzy projektem a otaczającym środowiskiem.
2	Zarządzanie energią	<ul style="list-style-type: none"> – Ograniczenie potrzeb energetycznych budynku, tak aby zmniejszyć emisję dwutlenku węgla. – Rozwijanie wytwarzania energii ze źródeł odnawialnych.
3	Zarządzanie wodą	<ul style="list-style-type: none"> – Odpowiedzialne zarządzanie wodami opadowymi. – Obniżenie zużycia wody pitnej poprzez wdrożenie programu oszczędności w zużyciu wody.
4	Zarządzanie wytwarzanymi odpadami	<ul style="list-style-type: none"> – Ograniczenie produkcji śmieci bezwartościowych poprzez recykling. – Dążyć do osiągnięcia bilansu zarządzania śmieciami na poziomie 0zł.
5	Jakość wyposażenia wewnętrznego przyjazna środowisku	<ul style="list-style-type: none"> – Osiągnąć właściwy wpływ budynku na środowisko. – Zapewnić komfort użytkowy.
6	Zielony plac budowy	<ul style="list-style-type: none"> – Ograniczenie szkodliwego wpływu spowodowanego budową. – Całkowite zastosowanie ustawy w zakresie selekcji i odzysku wartościowych odpadów z budowy.

KLUCZOWE ASPEKTY RAPORTOWANIA

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

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

Są to między innymi takie zagadnienia jak: program etycznym Auchan, management bliskości, akcjonariat pracowniczy, odpowiedzialne budowanie oferty, jej ciągłe doskonalenie i dopasowanie do potrzeb klienta, troska o siłę zakupową i zdrowie i bezpieczeństwo klientów – np. promowanie zdrowego odżywiania, programy zwiększające dostępność cenową oferty Auchan; a także sposób uczestniczenia w życiu społeczności lokalnych, partnerzy społeczni Auchan i wspólnie podejmowane działania na rzecz rozwiązywania problemów społecznych.

WSKAŹNIKI GRI

WSKAŹNIK		Zasada Global Compact	Strona
STRATEGIA I ANALIZA			
G4-1	Oświadczenie kierownictwa najwyższego szczebla na temat znaczenia zrównoważonego rozwoju dla organizacji i jej strategii		4, 17
G4-2	Opis kluczowych wpływów, szans i ryzyk		5
PROFIL ORGANIZACYJNY			
G4-3	Nazwa organizacji		10, okładka tylna
G4-4	Główne marki, produkty i/ lub usługi		35
G4-5	Lokalizacja siedziby głównej organizacji		tylna okładka
G4-6	Liczba krajów, w których firma prowadzi operacje		9
G4-7	Forma własności i struktura prawna organizacji		10, okładka tylna
G4-8	Obsługiwane rynki z zaznaczeniem zasięgu geograficznego, obsługiwanych sektorów, charakterystyki klientów/ konsumentów i beneficjentów		●
G4-9	Skala działalności organizacji		10
G4-10	Łączna liczba pracowników według typu zatrudnienia, rodzaju umowy o pracę i regionu oraz płci		
G4-11	Odsetek zatrudnionych objętych umowami zbiorowymi		■
G4-12	Łańcuch dostaw/ wartości		14
G4-13	Znaczące zmiany w raportowanym okresie dotyczące rozmiaru, struktury lub formy własności		12
G4-14	Wyjaśnienie, czy i w jaki sposób organizacja stosuje zasadę ostrożności		23, Communication on Progress Auchan Polska 2014
G4-15	Zewnętrzne, przyjęte lub popierane przez organizację ekonomiczne, środowiskowe i społeczne deklaracje, zasady i inne inicjatywy	7	63, 64
G4-16	Członkostwo w stowarzyszeniach (takich jak stowarzyszenia branżowe) i/ lub w krajowych/ międzynarodowych organizacjach	1-10	15
MATERIALNE ASPEKTY I ZAKRES			
G4-17	Informacja na temat wszystkich jednostek ujętych w skonsolidowanych sprawozdaniach finansowych organizacji lub w ich odpowiednikach		3
G4-18	Proces definiowania zawartości raportu oraz wdrożenia zasad raportowania do zdefiniowania zawartości raportu		3
G4-19	Kluczowe aspekty raportowania		72
G4-20	Oddziaływanie aspektu wewnątrz organizacji		72
G4-21	Oddziaływanie aspektu na zewnątrz organizacji		72
G4-22	Wyjaśnienia dotyczące efektów jakichkolwiek korekt informacji zawartych w poprzednich raportach z podaniem powodów ich wprowadzenia oraz ich wpływu		■
G4-23	Znaczne zmiany w stosunku do poprzedniego raportu dotyczące zakresu, zasięgu lub metod pomiaru zastosowanych w raporcie		3

■ brak – nie dotyczy

● brak – tajemnica handlowa

ZAANGAŻOWANIE INTERESARIUSZY

G4-24	Lista grup interesariuszy angażowanych przez organizację		26, 27
G4-25	Podstawy identyfikacji i selekcji angażowanych grup interesariuszy		29
G4-26	Podejście do angażowania interesariuszy włączając częstotliwość angażowania według typu i grupy interesariuszy		28
G4-27	Kluczowe kwestie i problemy poruszane przez interesariuszy oraz odpowiedź ze strony organizacji, również poprzez ich zaraportowanie		29, 30

PROFIL RAPORTU

G4-28	Okres raportowania		3
G4-29	Data publikacji ostatniego raportu		3
G4-30	Cykl raportowania		3
G4-31	Osoba kontaktowa		76
G4-32	Tabela wskazująca miejsce zamieszczenia wskaźników w raporcie		73, 74, 75
G4-33	Polityka i wewnętrzna praktyka w zakresie zewnętrznej weryfikacji raportu		3

NADZÓR

G4-34	Struktura nadzorcza organizacji wraz z komisjami podlegającymi pod najwyższy organ nadzorczy, odpowiedzialnymi za poszczególne zadania		22, 23
-------	--	--	--------

ETYKA I UCZCIWOŚĆ

G4-56	Wewnętrznie sformułowana misja lub wartości organizacji, kodeks postępowania oraz kodeks etyki	1-10	17, 19, 20, 21, 46
-------	--	------	--------------------

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

WSKAŹNIKI EKONOMICZNE **EC**

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		10, 59
Pośredni wpływ ekonomiczny	G4-EC7	Wkład w rozwój infrastruktury oraz świadczenie usług na rzecz społeczeństwa poprzez działania komercyjne, przekazywanie towarów oraz działania pro-bono.		58, 59, 60, 61

WSKAŹNIKI ŚRODOWISKOWE **EN**

	G4 - EN DMA	Podejście do zarządzania	7, 8, 9	63, 64, 71
Energia	G4-EN3	Bezpośrednie zużycie energii według głównych źródeł energii	7, 9	63, 64
Woda	G4-EN8	Łączny pobór wody według źródła	7, 9	64, 65, 69
Ścieki i odpady	G4-EN23	Całkowita waga odpadów według rodzaju odpadu oraz metody postępowania z odpadem	7, 9	68, 69
Produkty i usługi	G4-EN27	Inicjatywy służące zmniejszeniu wpływu produktów i usług na środowisko i zakres ograniczenia tego wpływu	7	67
	G4-EN28	Procent odzyskanych materiałów ze sprzedanych produktów i ich opakowań, według kategorii materiału	7	68

WSKAŹNIKI SPOŁECZNE: PRAKTYKI ZATRUDNIENIA I GODNA PRACA LA

	G4 - LA DMA	Podjęcie do zarządzania	6	45
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.		50
Szkolenia i edukacja	G4-LA9	Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku przypadających na pracownika według płci i struktury zatrudnienia		53, 54
	G4-LA10	Programy rozwoju umiejętności menedżerskich i kształcenia ustawicznego, które wspierają ciągłość zatrudnienia pracowników oraz ułatwiają proces przejścia na emeryturę		54
	G4-LA11	Odsetek pracowników podlegających regularnym ocenom jakości pracy i przeglądom rozwoju kariery zawodowej wg płci, wieku oraz struktury zatrudnienia		55

WSKAŹNIKI SPOŁECZNE: PRAWA CZŁOWIEKA HR

	G4 - HR DMA	Podjęcie do zarządzania	1, 2, 3, 4, 5, 6	45, 46
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	1, 2, 3, 4, 5, 6	3, 34

WSKAŹNIKI SPOŁECZNE: PRZECIWDZIAŁANIE KORUPCJI SO

	SO DMA	Podjęcie do zarządzania	10	20, CoP 2013
Przeciwdziałanie korupcji	G4-SO3	Całkowita liczba i procent jednostek biznesowych poddanych analizie pod kątem ryzyka związanego z korupcją	10	20

WSKAŹNIKI SPOŁECZNE: ODPOWIEDZIALNOŚĆ ZA PRODUKT PR

	G4 - PR DMA	Podjęcie do zarządzania		33, 34, 42
Zdrowie i bezpieczeństwo klienta	G4-PR1	Procent produktów i usług dla których prowadzone są oceny oddziaływania na zdrowie i bezpieczeństwo w celu poprawy wskaźników		14, 34, 42
	G4-PR3	Rodzaj informacji o produktach i usługach wymaganych na mocy procedur oraz procent znaczących produktów i usług podlegających takim wymogom informacyjnym		42

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.

DZIĘKUJEMY!

Dziękujemy Państwu za zainteresowanie naszymi dokonaniem na drodze zrównoważonego rozwoju w roku 2014 i lekturę niniejszego raportu. Dziękujemy koleżankom i kolegom z Auchan Polska za współpracę przy tym raporcie i ich pasję zmieniania świata na plus.

PRZY RAPORCIE PRACOWALI

Autorzy raportu

Dorota Patejko – Dyrektor ds. Komunikacji Auchan
Inga Szaniawska – doradztwo merytoryczne ↙

Strona graficzna raportu

Projekt graficzny, skład – Paweł Stelmach, Michał Szperling
Zdjęcia: www.pawelstelmach.pl, www.shutterstock.com

Drukarnia ALTERNA, zakład Fundacji Źródła Życia: www.alterna.fzz.pl ↙



PYTANIA INFORMACJE

Wszelkie pytania dotyczące niniejszego raportu prosimy kierować do Doroty Patejko, Dyrektor ds. Komunikacji Auchan
adres e-mail: d.patejko@auchan.pl
oraz Działu Komunikacji Auchan (tel.: (22) 703 82 34)



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

tel.: 22 703 82 34
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