

Auchan RETAIL
POLSKA

ZMIENIAMY ŻYCIE

Raport
Zrównoważonego
Rozwoju

2018–2019

STRATEGIA AUCHAN 2022

Zgodnie z założeniami strategicznego projektu przedsiębiorstwa Auchan CSR jest i będzie obecny we wszystkich decyzjach biznesowych, które podejmujemy.

Transformację modelu działania firmy oparliśmy na dwóch filarach. Pierwszy zakłada budowę odpowiedzialnej, uczciwej i wyjątkowej oferty produktowej. Auchan już współpracuje i będzie rozszerzał współpracę ze starannie wybranymi dostawcami, zwłaszcza lokalnymi, skróci łańcuch dostaw oraz przedstawi klientom unikatową ofertę dopasowaną do różnorodnych smaków, potrzeb i oczekiwań. Będziemy wprowadzać rygorystyczną specyfikację dotyczącą lokalnych produktów i w sposób trwały współpracować z polskimi producentami, rolnikami i hodowcami. Drugi filar to tworzenie nowych relacji i doświadczeń w celu poprawy jakości życia polskich klientów. Wielopłaszczyznowa współpraca Auchan z lokalnymi społecznościami, dalsze budowanie relacji i zaufania wśród klientów bazować będzie na wspólnocie doświadczeń. Sklepy sieci staną się platformą ich wymiany – to w nich realizowane będą różnorodne projekty, m.in. z udziałem okolicznych mieszkańców i lokalnych producentów żywności.

Wspólny mianownik działań podejmowanych przez Auchan Retail Polska stanowić będzie zaangażowanie firmy na rzecz planety poprzez walkę z marnotrawieniem żywności i ograniczeniem zużycia plastiku. Współpraca z Federacją Polskich Banków Żywności, specjalne strefy „niemarnowania żywności" w każdym sklepie oraz praca nad opakowaniami produktów marki własnej to główne osie strategii do 2022 roku. Chcemy również kontrolować swój ślad węglowy poprzez wprowadzenie do roku 2022 metody jego obliczania i systematycznej pracy nad jego zmniejszaniem poprzez wprowadzenie nowoczesnych technologii w swoich sklepach.
To bardzo ambitne wyzwanie, ale osiągalne. Wychodząc poza tradycyjną rolę dystrybutora, stajemy się projektantem i selekcjonerem najlepszych produktów. Wierzymy, że działając z pasją, jako multiformatowa firma nowej generacji, oferująca dobrą, zdrową i lokalną ofertę, stworzymy właśnie takie miejsce do życia.



CSR przez pryzmat codzienności

Publikacja, którą trzymają Państwo w rękach, opowiada o naszej działalności oczami klientów. Jest formą dialogu z nimi i pokazuje, jak w praktyce, w każdym sklepie, każdego dnia wygląda nasza odpowiedzialność. Chcieliśmy zwrócić uwagę czytelników na wartości Auchan, kluczowe obszary funkcjonowania i cele na najbliższe lata w dobie zmieniającego się otoczenia. Są to przede wszystkim: promowanie dobrego jedzenia, tworzenie nowych relacji i doświadczeń, walka z marnotrawstwem i użyciem plastiku oraz zmniejszenie śladu węglowego.

CSR jest w sercu działań naszej firmy i współpracowników, dlatego podjęliśmy decyzję o pokazaniu tego, co robimy, właśnie „od serca", czyli przez pryzmat codziennych doświadczeń i relacji klientów z naszymi sklepami i pracownikami. Odeszliśmy od formuły raportu, który prezentuje wiedzę w oparciu o wskaźniki, międzynarodowe standardy. Niemniej pełny raport zintegrowany z działalności Auchan Retail na świecie, który obejmuje również wyniki z Polski, dostępny jest na stronie: www.auchan-retail.com/en/financial-documents-2019.

Prezentowany przegląd działań opisuje okres dwuletni. Znajdą tu Państwo dane za lata 2018-2019, jednak ze względu na wyjątkową sytuację związaną z epidemią COVID-19, uznaliśmy, że część z działań podjętych na początku 2020 roku również wymaga uwzględnienia w niniejszej publikacji.

Zmieniamy się dla Was





SPIS TREŚCI

Auchan RETAIL POLSKA

1. Wstęp

Wprowadzenie 6
Auchan 2022 8
Egzamin z kryzysu 10
Lata 2018-2019 w liczbach 14

2. Nasze sklepy

Sklepy nowej generacji 20
Integrujemy platformy zakupowe 21
Jesteśmy tu dla Ciebie 25
Twoje potrzeby są naszą inspiracją 27
To, co dobre i zdrowe 31
Dobrostan zwierząt 42
Najlepsze miejsce na zakupy 46

3. Tworzymy zdrowe relacje

Odpowiedzialność za produkty 58
Lokalne zasoby i produkcja 60
Wspieramy dostawców 62
Jakość pod kontrolą 64

4. Razem zmieniamy życie

Partnerstwa na rzecz rozwoju społecznego 70
Fundacja Auchan na rzecz młodzieży 71
Razem na rzecz zaangażowania społecznego 75
Projekty charytatywne 80
Podaruj Dzieciom Zdrowy Uśmiech 82

5. Współpracownicy – pasjonaci

Współpracownicy współwłaścicielami firmy 88
Handlowcy nowej generacji 88
Co u nas słychać? 89
Etyka dotyczy nas wszystkich! 90
Odpowiedzialne miejsce pracy 93
Pasjonaci rozwoju 96
Solidarność w pracy 100

6. Razem dla Planety

Nasza rola w ratowaniu środowiska 106
Walka z marnotrawstwem żywności 110
Mniej plastiku 116
Gospodarka cyrkularna 121
Zmniejszamy ślad węglowy 128



Razem

zmieniamy życie mieszkańców

Szanowni Państwo,

Oddajemy w Wasze ręce raport będący podsumowaniem najważniejszych działań Auchan Retail Polska w latach 2018-2019. Był to bardzo ważny czas dla firmy, otwierający pierwszy etap wdrażania nowej strategii i zapowiadający nowe podejście do dalszego rozwoju naszego przedsiębiorstwa.

W Auchan Retail Polska odpowiedzialność społeczna jest warunkiem koniecznym do podejmowania decyzji we wszystkich realizowanych projektach strategicznych. Promujemy wszystko, co dobre, zdrowe i lokalne. CSR jest w centrum działalności naszego przedsiębiorstwa i wszystkich współpracowników, dbamy o środowisko, starając się zmniejszyć nasz negatywny wpływ, oraz tworzymy doświadczenia i partnerstwa dla wspólnego rozwoju. Wszystko to robimy z myślą o realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ 2030, które są odpowiedzią na współczesne wyzwania. Jak widać we wstępie do każdego rozdziału w raporcie, cele są osią, która wyznacza kierunki działań we wszystkich aspektach naszej działalności.

Jesteśmy częścią transformacji, która ma na celu poprawę życia wszystkich mieszkańców. Widzimy potrzebę rozwoju firmy, w odpowiedzi na nowe trendy i zmieniające się oczekiwania konsumentów, a także szerokie zmiany o charakterze gospodarczym, technologicznym oraz społecznym. Wzrasta znaczenie sfery digital w naszym życiu, pojawiają się nowe nawyki zakupowe oraz preferencje, rozwijają się usługi e-commerce. Wszystkie te zmiany wpisują się w przyjęte przez nas



założenia i planowane działania. Chcemy coraz szybciej odpowiadać na nowe potrzeby klientów, być siecią z gruntu nowoczesną, oferującą nowe ścieżki zakupowe i budującą nowe relacje.

Dlatego skupiamy się na promowaniu zrównoważonej żywności – zdrowej, dobrej jakości i w przystępnej cenie, budujemy w tym celu partnerstwa z lokalnymi i krajowymi producentami oraz dostawcami. W ten sposób przyczyniamy się do rozwoju gospodarczego i ożywienia społeczności lokalnych. Ulepszamy obsługę klienta, idziemy w kierunku handlu nowej generacji – cyfrowego, szanującego środowisko naturalne, który przyczynia się do przeciwdziałania marnowaniu żywności i odpowiedzialnego wykorzystywania zasobów. W centrum naszej działalności stawiamy ludzi, tworzymy dobre miejsca pracy, promujemy równe szanse i różnorodność, rozwój i szkolenia.

Razem zmieniamy życie mieszkańców.

Gérard Gallet
dyrektor generalny Auchan Retail Polska

Auchan 2022

Jesteśmy selekcjonerem i projektantem wyjątkowej oferty dla polskiego konsumenta – odpowiedzialnej i uczciwej, dopasowanej do różnorodnych smaków, potrzeb i oczekiwań. Współpracujemy ze starannie wybranymi dostawcami, producentami, rolnikami i hodowcami, którzy dostarczają produkty najwyższej jakości. Nasze sklepy są platformą wymiany doświadczeń z klientami i realizacji różnorodnych projektów, m.in. z udziałem okolicznych mieszkańców i lokalnych producentów żywności. W sklepach wprowadzamy rozwiązania na rzecz ochrony środowiska naturalnego i zmniejszania śladu węglowego.

Przeciwdziałamy marnowaniu żywności i ograniczamy zużycie plastiku. Mamy specjalne strefy dedykowana walce z marnotrawstwem żywności – „Nie marnujemy – ratujemy" w każdym sklepie.

W 2022 roku 100% opakowań produktów marki własnej Auchan będzie nadawało się do recyklingu, ponownego użycia lub kompostowania, a 50% energii elektrycznej w sklepach będzie pochodzić ze źródeł odnawialnych, o 25% zmniejszymy konsumpcję energii elektrycznej w sklepach, a emisję CO_2 w transporcie o 20% w perspektywie 2015-2022.

Witamy w Auchan 2022!

W roku 2022

100%

opakowań produktów marki własnej Auchan będzie nadawało się do recyklingu



Auchan RETAIL POLSKA

Cele 2022



1

12 ODPOWIEDZIALNA KONSUMPCJA I PRODUKCJA

Promowanie dobrego jedzenia

100% naszych produktów marki własnej będzie oznaczonych etykietą spożywczą Nutriscore

wprowadzenie produktów PEWNI DOBREGO

PEWNI DOBREGO Auchan

2

12 ODPOWIEDZIALNA KONSUMPCJA I PRODUKCJA

13 DZIAŁANIA W DZIEDZINIE KLIMATU

Walka z marnotrawstwem i użyciem plastiku



100% opakowań marki własnej trafi do ponownego użycia do recyklingu lub kompostowania

Zniesiemy opakowania plastikowe w działach: piekarnia, cukiernia, mięso, wędliny, sery, ryby oraz owoce i warzywa w samoobsłudze

3

7 CZYSTA I DOSTĘPNA ENERGIA

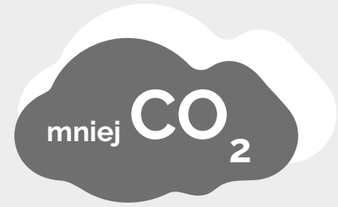
13 DZIAŁANIA W DZIEDZINIE KLIMATU

Zmniejszenie naszego śladu węglowego (2015-2022)

Zmniejszenie o 20% emisji dwutlenku węgla związanego z transportem towarów

Energia bez węgla – energia odnawialna oraz zaopatrzenie w 50% energii o niskim zużyciu węgla

Redukcja o 25% konsumpcji energii w sklepach





EGZAMIN Z KRYZYSU

Sytuacja zagrożenia epidemicznego z początku 2020 roku była bezprecedensowa. Niemożliwa do przewidzenia, dotykająca każdego; wymagała natychmiastowych działań i odpowiedzialnej postawy. Miało to szczególne znaczenie w naszej branży, gdzie kontakt bezpośredni między ludźmi jest na porządku dziennym. Od pierwszego dnia kluczowe w tym trudnym okresie było utrzymanie ciągłości sprzedaży (by zaspokajać potrzeby klientów) przy zapewnieniu maksimum bezpieczeństwa dla wszystkich.

Nasz plan zakładał skupienie się na trzech celach:

1

Zapewnienie ochrony pracownikom i klientom sklepów dzięki zagwarantowaniu niezbędnych środków higieny i wprowadzeniu zasad bezpieczeństwa oraz rozwiązań organizacyjnych w sklepach.



2

Zapewnienie pracownikom i klientom dostępu do kluczowych informacji i edukowanie, jak należy postępować, by chronić siebie oraz innych.

3



Wdrożenie planu ciągłości działania firmy, aby zagwarantować klientom dostępność produktów w niskich cenach, umożliwienie bezpiecznych metod robienia zakupów na odległość, m.in. wprowadzenie usługi click&collect, czyli zamów przez internet i odbierz w sklepie, współpraca z platformą Allegro, pyszne.pl, Everli by Szopi i miejskimi ośrodkami pomocy społecznej w celu dostarczenia zakupów dla seniorów.

#Bezpieczeństwo

Okres epidemii zmienił kryteria doboru formy zakupów wśród konsumentów – miały być one przede wszystkim bezpieczne. Konsumenci wybierali różne formy zakupów przez internet, z dostawą do domu czy odbiorem w sklepie. Jednak głównym wyzwaniem było zapewnienie im bezpieczeństwa.

#WspieramyWAS

Jak zadbaliśmy o bezpieczeństwo w sklepach?

- Udostępniliśmy środki dezynfekujące oraz rękawiczki wraz z instrukcją ich prawidłowego użytkowania.
- Dezynfekowaliśmy częściej koszyki i wózki zakupowe.
- Taśmami wyznaczyliśmy strefy bezpieczeństwa o szerokości 1-1,5 m przed kasami.
- Wyposażyliśmy kasy w ścianki ochronne z poliwęglanu, a pracownicy kas otrzymali osłony na twarz, płyny dezynfekujące, rękawiczki.
- Na terenie sklepów prowadziliśmy kampanię informacyjną skierowaną do klientów i pracowników na temat zasad bezpiecznego zachowania, w tym konieczności utrzymania właściwego dystansu, mycia rąk, dezynfekcji.
- Pojawiły się plakaty i komunikaty głosowe.
- Zabezpieczyliśmy produkty spożywcze – pieczywo zostało wcześniej zapakowane.
- Zachęcaliśmy i nadal zachęcamy klientów do płatności bezgotówkowych.
- Wprowadziliśmy nową formułę sprzedaży „Rezerwacja gotowych zestawów" – klienci Auchan mogą zarezerwować on-line specjalnie przygotowane zestawy produktów, a następnie odebrać je z wyznaczonego na parkingu Punktu Odbioru lub w sklepie, w dedykowanym punkcie.
- Służbom medycznym i sanitarnym zaoferowaliśmy pierwszeństwo zakupów, w podziękowaniu za ich pracę.
- Uruchomiliśmy usługę click&collect, która pozwala klientom zamówić przez internet zakupy i odebrać je w sklepie.







Solidarni w czasie pandemii

Kryzys, który miał oblicze zdrowotne i ekonomiczne, był trudny dla wszystkich, jednak najbardziej dotknął osoby najsłabsze i potrzebujące. Seniorzy oraz dzieci i młodzież z rodzin zagrożonych wykluczeniem społecznym szczególnie mocno odczuli negatywne skutki epidemii. Trudne chwile pokazały jednak, że jesteśmy solidarni i razem możemy sobie z tym poradzić.

Wsparcie dzieci i młodzieży

Zamknięcie szkół i świetlic podczas epidemii dla setek dzieci oznaczało brak możliwości zjedzenia jedynego ciepłego posiłku w ciągu dnia. Dlatego Fundacja Auchan na rzecz młodzieży razem z Polską Akcją Humanitarną i Polskim Czerwonym Krzyżem podjęła walkę o dobrobyt dzieci i młodzieży. Obie organizacje otrzymały dofinansowanie o wartości 50 000 euro na realizację dwóch projektów adresowanych do dzieci, objętych działaniami pomocowymi PAH i PCK. Pierwszym etapem projektów była walka ze skutkami epidemii – dożywianie najbardziej potrzebujących, do których trafiły paczki żywnościowe. Prowadzone było także dożywianie w trakcie wakacji, podczas których sfinansowaliśmy 10 000 posiłków. W drugim etapie prowadzone były działania edukacyjne w zakresie zdrowego żywienia i stylu życia w ramach lekcji odbywających się w szkołach i świetlicach środowiskowych. Zajęcia o prawidłowym odżywianiu zostały zorganizowane w 100 placówkach. Łącznie wsparcie otrzymało 1220 dzieci mieszkających w otoczeniu naszych hipermarketów w Warszawie, Lublinie, Krakowie, Płocku, Poznaniu i Szczecinie, a w pomoc zaangażowały się 33 sklepy Auchan w całej Polsce!

#Sieć Pomocowa PAJACYKA

Na czas Wielkanocy zaangażowaliśmy się w kolejną akcję Polskiej Akcji Humanitarnej i dołączyliśmy do Sieci Pomocowej programu PAJACYK. Przygotowaliśmy zestawy żywnościowe dla blisko 770 dzieci, w których znalazło się około 40 różnorodnych produktów spożywczych niezbędnych do przygotowania zdrowych, świątecznych posiłków.

Zakupy dla seniora

Grupą najbardziej narażoną na zdrowotne skutki wirusa SARS-CoV-2 są seniorzy. Dlatego w Krakowie, Bielsku Białej i Sosnowcu zaangażowaliśmy się w przygotowanie zakupów dla osób

Auchan RETAIL
POLSKA

Podczas epidemii pokryliśmy koszt dostawy

zakupów dla seniorów



starszych i objętych kwarantanną w ramach akcji „Paczka dla seniora". Lokalnymi partnerami przy projekcie były oddziały MOPS, ZHP, ośrodki interwencji kryzysowej, urzędy miast. Przykładowo sklep przy Alei Pokoju w Krakowie codzienne przygotowywał paczki dla seniorów, które następnie odbierane były przez Miejski Ośrodek Pomocy Społecznej. Z kolei sklep Lublin Czechów trzy razy w tygodniu przygotowywał zakupy dla Domu Dziecka im. Jana Korczaka. Dzięki obu tym działaniom udało się ograniczyć kontakt mieszkańców MOPS i domu dziecka, a tym samym zminimalizować ryzyko zakażenia.

Innym rodzajem wsparcia seniorów były darmowe dostawy dla starszych osób, realizowane we współpracy z platformą Everli by Szopi w Krakowie, Poznaniu i Wrocławiu. Podczas epidemii pokryliśmy koszt dostawy zakupów dla seniorów, który każdorazowo wyniósł 9,90 zł.

Lata 2018-2019
w skrócie

W 2019 roku
930 kg
elektrośmieci mniej





13 680
godzin wewnętrznych szkoleń na temat CSR i ochrony środowiska

Auchan Retail Polska
obrót w 2019 roku
11 048
mln zł



Ponad 40 000
produktów w ofercie
w tym ponad
2 000
to produkty BIO



Back to School 2019
25 756
odzyskanych plecaków





128
produktów oznaczonych marką PEWNI DOBREGO

Poziom promocji wewnętrznej w 2019 roku
65%



Auchan RETAIL
POLSKA

2018
1 968 ton
żywności dla Banków Żywności = 4 miliony posiłków



2019
1 570 ton
żywności dla Banków Żywności = 3 140 412 posiłków



55,53%
odpadów poddawanych recyklingowi



Wolontariat – Dni Otwartości
1 000
współpracowników = 7 700 godzin (w latach 2018-2019)



Fundacja Auchan w latach 2011-2019
91 projektów w Polsce
o wartości 850 000 euro

DKMS
POKONAJMY NOWOTWORY KRWI

Tytuł „Dobroczyńca Roku 2019" w kategorii „Zdrowie" za wsparcie Fundacji DKMS w rejestracji dawców szpiku



25 541 ton
odzyskanych surowców w 2019 roku



20%
ubrań pod marką InExtenso wspiera realizację celów Fashion Pact



WPROWADZAMY ZMIANY

Zmiana jest siłą napędową naszego świata i to ona przede wszystkim ma wpływ na to, jak prowadzimy biznes. Tak powstają nowe ścieżki zakupowe, kolejne usługi i dopasowanie modelu ekonomicznego Auchan.

Rosnące wyzwania i oczekiwania klientów sprawiają, że odkrywamy i ulepszamy naszą ofertę, czyniąc ją różnorodną, optymalną i lokalną.

Auchan RETAIL
POLSKA

Auchan...
i życie się zmienia

Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ, które realizujemy bezpośrednio w ramach prowadzenia działalności biznesowej:



Wprowadzamy zmiany w życiu klientów, współpracowników, partnerów i społeczności lokalnych. Jesteśmy firmą nowoczesną i odpowiedzialną. Dokładnie dobieramy dostawców i produkty, znamy potrzeby i oczekiwania klientów i mamy świadomość tego, że każdy klient jest inny.

Jesteśmy firmą, która łączy tradycyjne sklepy z innowacyjnymi technologiami, zmienia przestrzeń sklepową w miejsca przyjazne klientom, tworzy nowe doświadczenia, realizuje własne zobowiązania wobec społeczeństwa i środowiska naturalnego. Nie byłoby to możliwe bez naszych współpracowników, którzy działają z zaangażowaniem, dzięki czemu dziś handlowiec to nie tylko sprzedawca, ale również pasjonat i doradca.

SKLEPY NOWEJ GENERACJI

Łączymy tradycję z nowoczesnością

Nasza historia w Polsce zaczęła się w 1996 roku w Piasecznie pod Warszawą. Dziś jesteśmy 13. największą siecią handlową na świecie i zajmujemy 35. miejsce w Polsce pod względem wielkości zatrudnienia. Wyróżnia nas program akcjonariatu pracowniczego.

Pracujemy nad tym, aby stać się firmą wyjątkową, z rodzinną historią, skupioną na bliskich więziach i doświadczeniach z mieszkańcami. Wykorzystujemy nowe technologie, zmieniamy znaczenie tradycyjnej przestrzeni sklepowej i wspólnie z naszymi klientami testujemy innowacyjne rozwiązania. Mamy to szczęście, że polski klient jest niezwykle otwarty na nowinki technologiczne, używa ich chętnie i często, co stawia nas w czołówce krajów pod względem zastosowania tych nowości. **#Auchan... i życie się zmienia!**

Multi-format Auchan, czyli różne ścieżki zakupowe

Prowadzimy naszą działalność w oparciu o cztery formaty sklepów, co wynika z różnych potrzeb, przyzwyczajeń i oczekiwań naszych klientów, biorąc pod uwagę doświadczenia zakupowe. Klienci najczęściej wybierają multi-format, cyfrowe zakupy on-line, z dostawą do domu lub z odbiorem typu drive. Wśród tych czterech formatów handlowych trzy to sklepy fizyczne: hipermarkety, supermarkety i sklepy osiedlowe „Moje Auchan", a czwarty to sklep internetowy Auchan Direct – *auchandirect.pl*, działający na terenie Warszawy i okolic.

Wszystkie formaty łączy marka i jakość Auchan.
Auchan Direct działa od 2011 roku. Oferuje szeroką gamę produktów, włączając w to produkty naturalne, z dostawą do domu lub odbiorem osobistym w sklepach.

Sklep po sąsiedzku
#Połączeni z klientem

Wzrasta znaczenie sfery cyfrowej w naszym życiu, dlatego stale rozwijamy usługi phygital (czytaj: fidżital; to połączenie angielskich słów *physical* – fizyczny oraz *digital*, czyli cyfrowy) oraz digital. Polacy coraz chętniej korzystają z nowych form robienia zakupów, na co duży wpływ miało ostatnie doświadczenie życia w epidemii. Jednocześnie klienci w tym trudnym czasie wykazali się dużą solidarnością z lokalnymi producentami i dostawcami – chętnie kupowali ich produkty.

Integrujemy platformy zakupowe
#Otwartość #Połączeni z klientem

Im bardziej się zmieniamy, tym jesteśmy bliżej klientów. Angażujemy się w tworzenie platform zakupowych wychodzących naprzeciw nowym oczekiwaniom mieszkańców. Zapoczątkowaliśmy współpracę biznesową z Allegro, Everli by Szopi, Pyszne.pl, iTaxi czy Glovo. Przykładowo dzięki współpracy z firmą InPost, w ramach programu lodówkomatów, nasi klienci zyskali możliwość odbioru świeżej żywności, z gwarancją zachowania ciągu chłodniczego.



Nazwa Auchan pochodzi od dzielnicy

Hauts Champs

(czytaj: o-szą), w której pierwszy sklep otworzył Gérard Mulliez



DLA CIEBIE



Globalne wyzwania i rosnące oczekiwania klientów sprawiają, że stale udoskonalamy sposób prowadzenia biznesu. Jak pokazał początek 2020 roku, epidemia potrafi zmienić codzienność nas wszystkich.

Auchan RETAIL
POLSKA

Jesteśmy tu dla Ciebie

Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ, które realizujemy w kontekście naszych klientów i produktów:



Nasi klienci są coraz bardziej świadomi ogromu wyzwań związanych z ochroną zasobów i środowiska naturalnego. Dotyczy to oszczędności wody czy energii, ale również zaprzestania stosowania środków chemicznych ochrony roślin czy pestycydów w uprawach lub antybiotyków w hodowlach. Nasi klienci chcą jeść zdrowo, zwracają uwagę na skład i pochodzenie produktu oraz dobrostan zwierząt.

Dlatego promujemy to, co dobre, zdrowe i lokalne, dbamy o jakość oraz tworzymy nowe doświadczenia zakupowe klientów. Poza jakością produktów stale udoskonalamy obsługę klienta, rozwijamy kanały zakupowe, podejmujemy współpracę z platformami internetowymi i wprowadzamy aplikacje. Dzięki innowacyjnym technologiom tworzymy nową generację handlu.



Auchan RETAIL
POLSKA

#Handel nowej generacji

TWOJE POTRZEBY SĄ NASZĄ INSPIRACJĄ

Każdego dnia pomagamy naszym klientom żyć lepiej i zdrowiej. Troska o zdrowie i przeciwdziałanie otyłości to kluczowe dziś tematy. Dlatego czujemy się odpowiedzialni za jakość produktów, które klienci wkładają do sklepowego koszyka w Auchan.

Pasja łączenia i selekcji smaków

Prezentujemy unikatową ofertę dopasowaną do różnorodnych smaków, potrzeb i oczekiwań. Z roku na rok rozwijamy gamę produktów w ramach marki własnej Auchan, łączymy artykuły podstawowe, wyszukane oraz wyjątkowe, jak np. produkty BIO. Selekcja w ramach kategorii produktów zainspirowała nas do stworzenia trzech odsłon marki Auchan, które ułatwiają naszym klientom dokonanie wyborów zakupowych.

Trzy odsłony **marki Auchan**



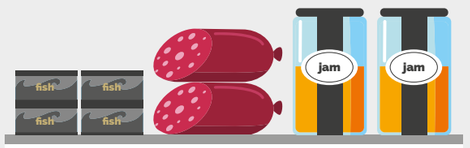
#na co dzień

Produkty podstawowe i dobrej jakości w minicenach. Dobrane tak, aby spełniały pierwsze potrzeby całej rodziny.



#różnorodne

Produkty, które zaspokajają indywidualne potrzeby i gusta. Znajdziesz tu produkty BIO, ECO, bez laktozy czy glutenu.



#wyjątkowe

Nowe, ciekawe smaki w dobrych cenach. Produkty wyrafinowane, wyróżniające się najwyższą jakością i wyjątkowym smakiem.

Twoje potrzeby są naszą inspiracją

Codzienne interakcje z klientami oraz analiza ich potrzeb doprowadziły nas do rozwinięcia czterech docelowych, międzynarodowych marek Auchan.

Włączamy technologię

Qilive to marka artykułów AGD-RTV gwarantująca innowacyjność rozwiązań w produktach, których zakup nie jest obciążeniem dla domowego budżetu. Ciekawy design i nowoczesność technologii – to lubią nasi klienci. Ergonomiczność sprzętu przynosi oszczędności i jest przyjazna dla środowiska. Wszystkie produkty Qilive mają 2-letnią gwarancję, a w przypadku telewizorów i dużego sprzętu AGD nawet 3 lata.

Qilive by Auchan



Piękno na co dzień

Cosmia jest w całości dedykowana urodzie i pielęgnacji. Pod tą marką kryje się ponad 700 produktów, od kosmetyków hipoalergicznych do makijażu. Wszystkie produkty przechodzą skrupulatne testy, są bezpieczne dla całej rodziny.
Kochamy zwierzęta i nie prowadzimy na nich żadnych testów podczas sprawdzania skuteczności naszych kosmetyków.

cosmia by Auchan





Auchan RETAIL POLSKA

Twoje potrzeby są naszą inspiracją



Odpowiedzialna moda dla każdego

In Extenso to marka odzieżowa Auchan, w której ofercie znajduje się każdy element ubioru: od bielizny po sportowe buty. In Extenso jest przykładem modnych i odpowiedzialnych ubrań. Dzięki recyklingowi z użyciem poliestru stworzyliśmy specjalne linie produktów tej marki. Pod hasłem „zielone tekstylia" kryje się nie tylko kolor, ale także odpowiedzialność marki i dbanie o środowisko naturalne.

INEXTENSO by Auchan

#OneToFun

To marka bezpiecznych i ekologicznych zabawek dla dzieci do wykorzystania na świeżym powietrzu. Oferuje artykuły do zabaw w piasku, puszczania baniek mydlanych, pryskania wodą, zróżnicowane i dopasowane do potrzeb najmłodszych. Produkowane są z bezpiecznych materiałów, naturalnych jak drewno, kauczuk, z wykorzystaniem elementów pochodzących z recyklingu. W zabawkach OneToFun stosowany jest również bioplastik, powstały z produktów naturalnych i w 100% biodegradowalny.

ONE TWO FUN

Komfort we własnym domu

Actuel dzięki bogatej gamie artykułów do domu zapewnia wygodę i komfort. Nasi klienci znajdą tu akcesoria łazienkowe, suszarki, wieszaki, deski do prasowania, produkty niezbędne do zachowania porządku w domu, artykuły kuchenne, w tym patelnie i garnki oraz pojemniki do przechowywania żywności w bardzo dogodnych cenach.

Ceny, kuszą

W Auchan uważamy, że aby żyć lepiej, nie trzeba płacić więcej, dlatego oferujemy produkty odpowiadające potrzebom klientów w przystępnych cenach. Wśród tysięcy produktów, ponad 2000 artykułów codziennej potrzeby kosztuje poniżej 2 zł. Dbamy o to, aby cena produktu była widoczna, oznaczamy promocje oraz specjalne oferty dla posiadaczy karty Skarbonka – programu lojalnościowego, który pomaga oszczędzać.

Najlepszy produkt – wybór konsumentów 2018,

Otrzymaliśmy dwa złote medale i jeden srebrny za nasze marki własne: śliwki w czekoladzie, krówki oraz Cosmia (delikatne mydło do rąk z olejkiem arganowym i żel pod prysznic jagoda/granat).

Już w 2020 roku pięć produktów Qilive otrzymało nagrody w międzynarodowym konkursie „Design Award 2020". Konkurs organizowany jest co roku przez International Forum Design GmbH. Nagrodzone produkty to: oczyszczacz powietrza, suszarka do włosów, prostownica do włosów, słuchawki Bluetooth oraz słuchawki bezprzewodowe – wszystkie te produkty są dostępne w naszych sklepach w Polsce. W tym samym opakowania marki własnej Auchan zostały nominowane w konkursie „Art of Packaging 2020" w kategorii Opakowania Marka Własna.



Od lat zajmujemy czołowe miejsca w rankingach cenowych

Dbamy o siłę nabywczą polskiego konsumenta



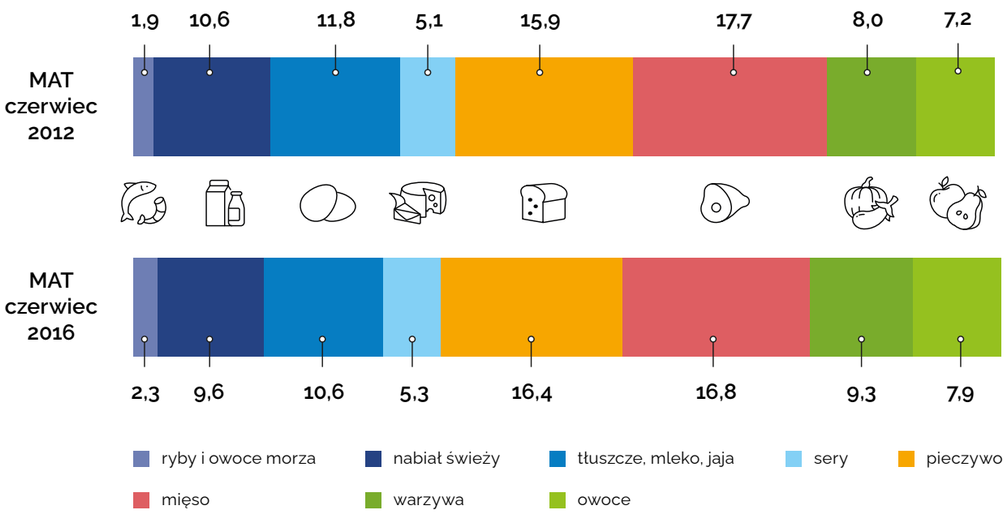
TO, CO DOBRE I ZDROWE

Mamy szacunek do codziennych wyborów konsumentów, którzy kierują się świadomym podejściem do tego, co jedzą, pochodzeniem produktów, ich wpływem na organizm człowieka, a także na środowisko naturalne. Dlatego powiększamy nasz wybór produktów BIO, bez laktozy, bez glutenu, świeżych ryb, owoców i warzyw.

Nawyki żywieniowe Polaków

Dziś odżywiamy się inaczej niż jeszcze kilkanaście lat temu. Wynika to ze zmian zachodzących w stylu życia mieszkańców Polski. Coraz więcej osób ogranicza spożycie mięsa i nabiału na rzecz ryb, produktów roślinnych, warzyw i owoców. Na naszych oczach zachodzi rewolucja w podejściu do żywienia, która jednocześnie pozytywnie wpływa na dobrostan zwierząt i środowisko naturalne.

Co Polacy wkładają do koszyka?



Źródło: GFK Household Panel, N=8000

Healthy go lucky – zdrowie uszczęśliwia

Każdego dnia asortyment w sklepach dopasowujemy do obecnego stylu życia klientów, analizujemy zagadnienia żywieniowe przyszłości i wprowadzamy je do naszych sklepów. Polacy przywiązują wagę do jakości produktów, analizują ich skład i wartości odżywcze. Aby dodatkowo wspierać klientów w dobrych wyborach zakupowych, promujemy produkty zdrowe i naturalne oraz obniżamy zawartość soli i cukrów w wybranych produktach marki własnej Auchan. Odpowiadamy również na różnorodne potrzeby, oferując produkty bez laktozy, glutenu, BIO.

Zagadnienia żywieniowe, które uwzględniamy w ofercie:

- problem nadwagi i otyłości,
- wzrost znaczenia alergii i nietolerancji pokarmowych,
- stosowanie wielu strategii żywieniowych przez klientów, nowe trendy i diety,
- kształtowanie tożsamości i przekonań mających odzwierciedlenie w żywieniu,
- aktywny styl życia,
- coraz lepsza sytuacja budżetowa i duży wybór produktów.

W zdrowym ciele zdrowy duch

Naszym priorytetem jest ułatwianie życia klientom na co dzień, dlatego w sklepach Auchan znajdą szeroką gamę produktów. Chcemy, aby każdy osoba – aktywna, będąca na diecie roślinnej, z nietolerancją pokarmową laktozy, oszczędna, dbająca o dobrostan zwierząt i środowisko naturalne ze względu na własne przekonania – znalazła w naszych sklepach produkty odpowiednie dla siebie i dzięki temu czuła się lepiej.

#Produkty BIO

Wierzymy, że zdrowa żywność może być dostępna dla każdego i stale poszerzamy ofertę produktów ekologicznych w przystępnych cenach. Produkty BIO można znaleźć na różnych półkach w sklepie: sezonowe warzywa i owoce, produkty świeże, garmażeryjne, makarony i inne.

Łącznie oferujemy ponad 2000 produktów BIO w czterech kategoriach: żywność ekologiczna, produkty sojowe, dietetyczne i bezglutenowe.



Co oznacza BIO?



To produkty pochodzące z gospodarstw ekologicznych, wolne od pozostałości pestycydów, syntetycznych składników chemicznych czy organizmów modyfikowanych genetycznie (GMO). Zawierają składniki odżywcze i niezbędne witaminy



Zakup tych produktów przyczynia się do rozwoju lokalnego rolnictwa i w efekcie tworzy miejsca pracy



BIO to produkt, który został wytworzony z poszanowaniem środowiska naturalnego, bioróżnorodności i dobrostanu zwierząt

Co to jest gluten?

Gluten to białko naturalnie występujące w niektórych zbożach, takich jak: pszenica, orkisz, jęczmień lub żyto

Coraz więcej osób zauważa u siebie problemy zdrowotne, obniżone samopoczucie czy dyskomfort po spożyciu produktów zawierających gluten. Może to być związane z alergią na zboża lub nietolerancją glutenu. Takie osoby, aby prowadzić normalny tryb życia i czuć się dobrze, muszą wykluczyć gluten ze swojej diety.

W odpowiedzi na potrzeby tych osób, wprowadziliśmy do sklepów szeroki wybór żywności bezglutenowej. Wiemy, jak ważne jest, aby produkty te nie miały żadnego kontaktu z glutenem, dlatego są one ściśle kontrolowane i opatrzone certyfikatem potwierdzającym skład. Na naszych półkach produkty bez glutenu mają znak przekreślonego kłosa.



Rosnące spożycie produktów roślinnych wiąże się ze zmianą stylu życia przede wszystkim młodych osób i zmianą diety na wegetariańską lub nawet wegańską, ale nie tylko.



1 milion
wegetarian i wegan w Polsce!

Wychodząc naprzeciw nowym trendom żywieniowym, potrzebom klientów i w trosce o dobrostan zwierząt, rozwijamy kategorię produktów roślinnych w sklepach Auchan. Większe zainteresowanie produktami roślinnymi ma również korzystnym wpływ na środowisko naturalne.

Współpracujemy z lokalnymi, polskimi producentami produktów tzw. wegańskich. Posiadamy ich szeroki wybór w pięciu kategoriach: alternatywy dla mięsa, kiełbas i ryb, alternatywy produktów mlecznych, słodycze, wypieki i przekąski, dania gotowe oraz sosy, dipy i pasty do smarowania.

Nasi klienci znajdą u nas:

- roślinne kiełbaski, wędliny, burgery, tofu, seitan i tempeh (np. Bezmięsny)
- 32 rodzaje mleka roślinnego, śmietany, sery (np. Bez deka mleka) i jogurty
- roślinny zamiennik jajek vEGGs



Jesteśmy najlepiej zaopatrzonym w produkty roślinne supermarketem

w Polsce!

Potwierdzają to wyniki klasyfikacji dostępności produktów roślinnych przeprowadzonej przez Fundację Alberta Schweitzera, w ramach kampanii RoślinnieJemy, w 14 największych sieciach handlowych w Polsce, w mniejszych i większych miastach. Zwyciężyliśmy aż w 4 kategoriach na 5 głównych: alternatywy dla mięsa, produkty mleczne, dania gotowe, sosy i pasty. W piątej kategorii – słodycze, wypieki, przekąski – zajęliśmy drugie miejsce. Analiza została przeprowadzona na przełomie 2019 i 2020 roku na potrzeby stworzenia pierwszej edycji rankingu. Celem kampanii RoślinnieJemy jest wsparcie producentów żywności, sieci handlowych i właścicieli restauracji we wprowadzaniu i promowaniu roślinnych produktów i dań. Z drugiej strony w ramach kampanii prowadzone są działania skierowane do konsumentów, zachęcające ich do częstszego włączania produktów roślinnych do swojej diety.

Auchan RETAIL
POLSKA



Zdrowie jest pasją

Dla nas zdrowa żywność i wszystko, co z nią związane, to pasja, którą dzielimy się z naszymi klientami. Na naszej stronie internetowej zamieszczamy porady zdrowotne, jak lepiej się odżywiać, które produkty wybierać i co robić, aby aktywnie żyć. W sklepach często prowadzimy akcje edukacyjne dla klientów, dzięki którym w trakcie robienia zakupów mogą dowiedzieć się więcej o swoim zdrowiu i jak o nie dbać. Jako sprzedawca żywności i jej producent pod markami własnymi Auchan chcemy pozytywnie wpływać na nawyki żywieniowe naszych klientów.



Czysta etykieta

Jednym z podstawowych elementów zdrowego odżywiania jest wiedza o tym, co jemy. Przejrzystość etykiety na produktach z informacją o składzie ma ułatwić klientom porównanie jakości produktów i wybór najlepszych dla siebie.

Do połowy 2022 roku wszystkie produkty żywnościowe marki własnej Auchan oraz PEWNI DOBREGO będą dodatkowo oznaczone logo NUTRI-SCORE. Znak przypomina dobrze znaną już skalę energetyczną z produktów AGD.

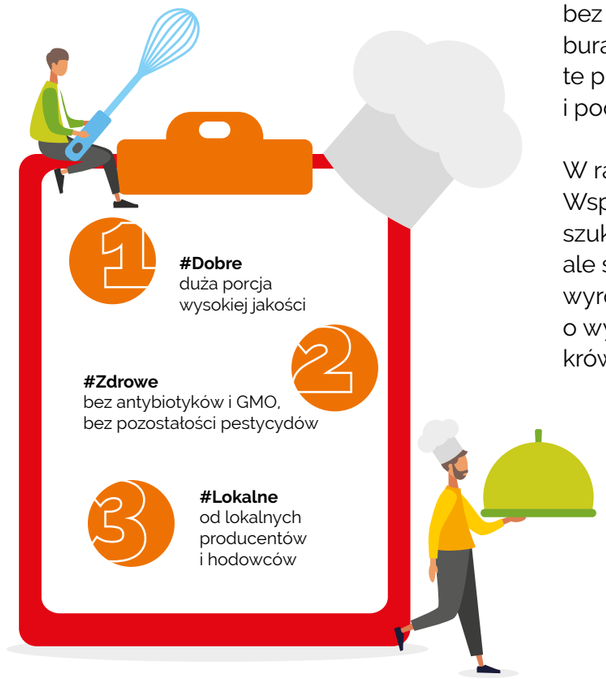




Znak NUTRI-SCORE służy do szybkiej i łatwej oceny wartości odżywczej produktów w 100 g lub w 100 ml danego artykułu. Premiowane będą produkty zawierające zdrowe składniki, np. błonnik, białko czy owoce, natomiast minus postawimy za składniki niepożądane typu nasycone kwasy tłuszczowe, sód, cukry proste oraz zbyt wysoką wartość energetyczną. Na podstawie tej oceny produkty będą przypisane do jednej z pięciu klas, od „A" do „E", gdzie „A" to produkty polecane do częstej konsumpcji, a produkty oznaczone literką „E" powinny być spożywane sporadycznie.

#PEWNI DOBREGO – ODPOWIEDZIALNE PARTNERSTWO WSPÓŁPRACY

Przepis na świeże produkty jest prosty. Muszą one być:



W naszych sklepach takie produkty oznaczamy logo PEWNI DOBREGO. Przykładowo są to: wieprzowina rasy puławskiej, kurczak zagrodowy wolnorosnący, łosoś jurajski oraz warzywa: pomidorki koktajlowe, sałaty bez pestycydów, twarogi, sery, marchew, burak, śmietana, zioła. Wszystkie te produkty mają najwyższą jakość i pochodzą od lokalnych dostawców.

W ramach Odpowiedzialnego Partnerstwa Współpracy w pierwszej kolejności szukamy produktów tradycyjnych, ale sięgamy również po produkty wyróżniające się, np. jaja BIO, mleko o wysokiej zawartości tłuszczu od krów z małych gospodarstw.



Do końca 2019 roku sprzedaliśmy 90 ton łososia jurajskiego!



Łosoś jurajski, unikatowy na skalę światową, pochodzi z proekologicznej hodowli w Janowie w woj. zachodniopomorskim. Ryby hodowane są w krystalicznie czystej wodzie geotermalnej, z głębokości 1225 m sprzed 150 milionów lat, w zamkniętym obiegu wody. To pierwszy obiekt na świecie wykorzystujący do hodowli wody geotermalne. Dzięki tym wyjątkowym warunkom do rozwoju łosoś jurajski jest wolny od antybiotyków, środków chemicznych i szczepień. Takie podejście do hodowli wpisuje się w ideę zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnej produkcji dzięki dbaniu o środowisko naturalne oraz dobrą kondycję ryb.

Kilkuletnia już współpraca z hodowcą łososia jurajskiego – firmą Jurassic Salmon – jest odpowiedzią naszej firmy na potrzebę znajdowania produktów wyjątkowych, hodowanych z myślą o środowisku i niezagrażających innym gatunkom. Łosoś jurajski trafił do sklepów w sierpniu 2019 roku i od tej pory cieszy się dużą popularnością wśród klientów. Do końca 2019 roku sprzedaliśmy 90 ton tej ryby!



128
produktów oznaczonych logo PEWNI DOBREGO

23
dostawców

Plany do 2022

kolejnych 7 umów partnerskich

30 nowych produktów

Łosoś jurajski i śmietana 18% to nasze hity PEWNI DOBREGO

Logo PEWNI DOBREGO daje gwarancję jakości i smaku. Jest odpowiedzią na potrzeby klientów i nasze zobowiązanie do zacieśniania współpracy z lokalnymi producentami i hodowcami.

Stale pracujemy nad wprowadzaniem ekologicznych opakowań dla produktów PEWNI DOBREGO. Jabłka, kaczkę ze ściółki i jajka oferujemy już we w pełni ekologicznych opakowaniach.



Kurczak z grzędy
rośnie wolno w hodowli na Podlasiu, aż 56 dni. Ma dostęp do wybiegu i światła, karmiony jest paszą roślinną, bez GMO. Chów prowadzony jest bez antybiotyków.



Kaczka ze ściółki
pochodzi z firmy rodzinnej w Wielkopolsce. Karmiona paszą bez GMO, a chów odbywa się na ściółce, bez antybiotyków.

Jaja
pochodzą od kur, które spędzają czas głównie na świeżym powietrzu i karmione są wyłącznie paszą BIO. Odpady organiczne powstałe podczas chowu wykorzystane są do nawozu organicznego na potrzeby produkcji pieczarek. Opakowania do jaj są 100% biodegradowalne.



Nabiał
dostarcza mała, lokalna spółdzielnia mleczarska z Kujaw. Mleko pochodzi z lokalnych gospodarstw rodzinnych, a wytworzone z niego produkty mleczne mają prosty skład, nie zawierają konserwantów ani polepszaczy.



Owoce i warzywa
typu jabłka, pomidory malinowe i cherry, sałaty, marchew, buraki bez pozostałości pestycydów, uprawiane są w firmach rodzinnych, na terenach rolniczych, czystych ekologicznie, często znajdujących się w otoczeniu lasów. Przykładowo w ramach współpracy z rodzinnymi gospodarstwami z okolic Lublina i Grójca oferujemy truskawki w pięciu odmianach: Aprica, Rumba, Azja, Grandarosa oraz Malwina.

PEWNI DOBREGO to znak dbałości również o dobrostan zwierząt hodowlanych.





86%

klientów zwraca uwagę na pochodzenie i zachowanie dobrostanu zwierząt w produktach

źródło CIWF Polska

DOBROSTAN ZWIERZĄT

86% naszych klientów zwraca uwagę na pochodzenie i zachowanie dobrostanu zwierząt w produktach. Pilnujemy tego, aby zwierzęta i ryby hodowlane miały zapewnione odpowiednie warunki bytowe, były żywione regularnie i dobrej jakości paszą, traktowane przez gospodarzy w sposób etyczny i hodowane bezstresowo. Zobowiązaliśmy się, że do połowy 2021 roku w naszej sprzedaży będą wyłącznie jaja pochodzące od kur z wolnego wybiegu, nie z chowu klatkowego.

Mając na uwadze wrażliwość i świadomość naszych klientów, w 2019 roku zaprzestaliśmy sprzedaży żywego karpia w naszych sklepach. Takie rozwiązanie udało nam się wypracować we współpracy z hodowcami karpia przy zachowaniu wzajemnych partnerskich relacji.



Łaciatki puławskie

Wieprzowina rasy puławskiej sprzedawana jest w sklepach Auchan jako przykład tzw. wieprzowiny wiejskiej z Lubelszczyzny – świeżej, o wyjątkowych walorach smakowych i kulinarnych. To najstarsza polska rasa, znajdująca się na Liście Produktów Tradycyjnych. Prace nad utworzeniem tej rasy sięgają początków XX wieku, jednak pod koniec lat 90. gatunek ten już praktycznie nie istniał. Hodowla prowadzona jest w gospodarstwie rodzinnym metodami tradycyjnymi, w sposób etyczny, a zwierzęta karmione są paszami na bazie własnych zbóż gospodarza, bez GMO. Dzięki temu zwierzęta są zdrowe, a ich mięso bogate w wartości odżywcze.







#Zdrów jak ryba

Sięganie po ryby 2-3 razy w tygodniu jest podstawą zbilansowanej diety. Dlatego w naszych sklepach zapewniamy szeroki wybór ryb i owoców morza. Musimy jednak pamiętać o ograniczonych zasobach wodnych i dbać o ten ekosystem. Naszym obowiązkiem jest dbanie o dobrostan ryb oraz świadome wykorzystanie zasobów polskich i zagranicznych wód.

Pewne źródło pochodzenia

Prowadzimy odpowiedzialną politykę sprzedaży, uwzględniającą odbudowę łowisk, respektujemy okresy ochronne połowu poszczególnych gatunków ryb oraz ich wymiary, gwarantujące prawidłowy rozwój. Współpracujemy tylko ze sprawdzonymi dostawcami, którzy prowadzą zrównoważone hodowle i szanują środowisko naturalne. Preferujemy firmy posiadające najwyższe stopnie certyfikatu ASC (ang. *Aquaculture Stewardship Council*). W aneksie do umowy z każdym z lokalnym dostawcą znajduje się zapis gwarantujący zakup z Polski. Wszyscy dostawcy są audytowani przez niezależne instytucje. Zwracamy uwagę na ograniczenie stosowania włoków dennych podczas połowu, jako tych najbardziej szkodzących środowisku naturalnemu. Ponieważ chronimy gatunki zagrożone, nie prowadzimy sprzedaży rekina.

Edukujemy, szkolimy, kontrolujemy

Zachęcamy klientów, aby zwracali uwagę na pochodzenie poszczególnych gatunków ryb. Kupując w naszych sklepach, mają pewność, że ryby pochodzą od sprawdzonych, certyfikowanych dostawców. We wszystkich hipermarketach przy stoiskach z rybami znajdują się ekrany TV, na których prezentujemy informacje o naszych dostawcach. Na etykietach na opakowaniach oraz na stoiskach można przeczytać informacje na temat pochodzenia danej ryby oraz metod połowu.

Auchan RETAIL
POLSKA

Kierownicy stoisk rybnych w każdym sklepie Auchan przechodzą obowiązkowo szkolenia z zakresu dobrostanu ryb oraz wpływu hodowli na środowisko oraz inne zwierzęta. Edukujemy sprzedawców o tym, w jakich miesiącach posiadanie w ofercie danych gatunków ryb jest możliwe, a w jakich nie – np. ze względu na okresy ochronne. Szkolenie co roku odbywa się na terenie gospodarstwa rybackiego w Żabieńcu. Nowością są szkolenia internetowe dla wszystkich pracowników. Uczestnicy szkoleń mają szansę poznać sprzedawców i producentów, poszerzyć wiedzę i zrozumieć, dlaczego tak ważny jest dla nas temat dobrostanu ryb, ingerencji człowieka w środowisko i ochrony zasobów naturalnych.

Szkolimy również pracowników odpowiedzialnych za przyjmowanie transportu ryb, ważne jest, aby te dostawy traktować priorytetowo. Droga, jaką ryby i owoce morza przemierzają do naszych sklepów, odbywa się w specjalnych chłodniach i pod restrykcyjną kontrolą czasową oraz jakościową. Jeden z naszych dostawców podjął wyzwanie otwarcia pierwszej w Polsce „przechowalni" żywych małż i ostryg. Dzięki temu mamy możliwość ich zakupu ze sprawdzonych, certyfikowanych źródeł, zapewniony jest bezpieczny transport i możliwie najlepsze warunki przechowania małż przed ich zapakowaniem.





Świadomie korzystamy

z zasobów wodnych



NAJLEPSZE MIEJSCE NA ZAKUPY

Profil polskiego klienta zmienia się na przestrzeni lat, a my razem z nim. W Polsce, podobnie jak w całej Unii Europejskiej, mamy do czynienia ze zjawiskiem starzejącego się społeczeństwa. Ponad ¼ Polaków (najwięcej w Europie) żyje w gospodarstwach wielopokoleniowych, pozostałe gospodarstwa liczą cztery lub mniej osób. Coraz więcej Polaków mieszka w miastach – aż 10 największych miast skupia 40% wszystkich obywateli. Najczęściej obawiamy się o swoje zdrowie i wzrost cen żywności (dane GUS 2019, Eurostat 2019). Ta mieszanka wyzwań, oczekiwań i potrzeb jest dla nas motorem napędowym do wprowadzania nowych rozwiązań.



Auchan RETAIL POLSKA

W ramach strefy gastronomiczno-kawiarnianej

Nasze Bistro

można samodzielnie podgrzać kupione danie, usiąść i wypić kawę z ekspresu



Blisko klientów

W naszych sklepach stacjonarnych i online tworzymy nowe więzi i doświadczenia z klientami. Wierzymy w trwałość tych relacji, dlatego wsłuchujemy się w nowe potrzeby. W ten sposób mamy wpływ na poprawę jakości życia polskich konsumentów. W naszej filozofii myślenia o sklepach odchodzimy od ich tradycyjnej funkcji na rzecz stworzenia wielopłaszczyznowej platformy współpracy Auchan z klientami i społecznościami lokalnymi oraz producentami żywności.

Sklep, w którym po prostu jest przyjemnie

Większość z nas robi zakupy blisko domu, z dużą częstotliwością i w małych sklepach. Ceni sobie jakość i doświadczenie zakupowe: wygodę, prostotę i wysoki poziom obsługi klienta. Dlatego uruchomiliśmy zupełnie nowy format kameralnych sklepów osiedlowych pod nazwą Moje Auchan. To typowy miejski sklep, w ramach którego oferujemy klientom nowe, innowacyjne podejście do zakupów, w tym usługę typu click&collect, w ramach której zamówienie złożone online w *AuchanDirect.pl* klient może odebrać osobiście w sklepie w Warszawie i okolicach. W tym miejskim formacie sklepu klienci mogą realizować również innego typu usługi, np. wywołać zdjęcia, zrobić ksero, wydrukować dokumenty. W ramach strefy gastronomiczno-kawiarnianej Nasze Bistro można samodzielnie podgrzać kupione danie, usiąść i wypić kawę z ekspresu, a w między czasie naładować baterię telefonu.

Innowacje upraszczają życie
#Innowacje

Cyfryzacja ma coraz większe znaczenie w naszym życiu, zmienia nawyki zakupowe i rozwija usługi e-commerce. Szczególnie podczas pandemii, strefa digital okazała się nie tylko wygodnym wyborem, ale przede wszystkim bezpiecznym. Stąd cyfryzacja handlu ma kluczowe miejsce w naszych planach rozwoju. Stawiamy na innowacje i coraz bardziej spersonalizowane usługi, które upraszczają i zmieniają codzienne życie naszych klientów, przy zachowaniu zrównoważonego balansu pomiędzy sferą fizyczną i cyfrową.



Innowacje
upraszczają życie

Kasy Miłe
W sklepach stacjonarnych Auchan klienci mogą korzystać z szerokiego wyboru opcji i narzędzi płatniczych, w tym płatności zbliżeniowych, BLIK, telefonem. Naszym celem jest zapewnienie szybkiej, płynnej i bezproblemowej obsługi, dlatego rośnie liczba kas samoobsługowych – Kas Miłych, z których pierwsze wprowadziliśmy już w 2007 roku. Do połowy 2021 roku planujemy podwoić liczbę Kas Miłych i docelowo zapewnić 1000 tych urządzeń oraz nowe formy płatności zbliżeniowo i telefonem. Kasy Miłe cieszą się coraz większym zainteresowaniem klientów – w 2019 roku z kas samoobsługowych skorzystało średnio 28% klientów w hipermarketach i 42% w supermarketach.

Nowe platformy zakupowe
Marketplace (z angielskiego oznacza rynek) to platforma internetowa, która łączy sprzedawcę z kupującymi. W 2019 roku rozpoczęliśmy współpracę z trzema platformami tego typu – dla artykułów spożywczych z Everli by Szopi, dla artykułów przemysłowych Allegro.pl oraz z Pyszne.pl. Rozpoczęliśmy również współpracę z iTaxi, w ramach której kierowcy dostarczają specjalnie stworzone zestawy produktów już w ciągu maksymalnie 3 godzin od złożenia zamówienia. Takie rozwiązania zdecydowanie upraszczają życie, skracają łańcuch dostaw i wychodzą naprzeciw stylowi życia naszych klientów.

Click&collect
Z angielskiego oznacza „Zamów w internecie, odbierz w sklepie". Ta usługa umożliwia zrobienie zakupów przez internet, a następnie odbiór w domu lub w jednej ze specjalnych lodówek znajdujących się w sklepie. Do końca 2019 usługa działała w 6 sklepach i jest cały czas poszerzana.

Bezpieczne e-zakupy
Wielu naszych klientów korzysta z zakupów online na co dzień. Wykorzystanie nowych technologii w przypadku AuchanDirect.pl ma miejsce nawet w jego zapleczu. Świeżość i jakość produktów zapewnia ultranowoczesny magazyn. Produkty od zaufanych dostawców posiadają certyfikaty jakości, a my dowozimy je bezpiecznie do naszych klientów. Kierowcy przechodzą specjalne szkolenie i starają się dostarczyć wszystkie artykuły w nienaruszonym stanie, przy zachowaniu ciągu chłodniczego od dostawcy do lodówki klienta. Nowoczesna flota Auchan Direct pozwala na transport najbardziej wrażliwych produktów, takich jak mrożonki, mięso, nabiał.

Aplikacja Auchan
Pod koniec 2019 roku uruchomiliśmy nową aplikację Auchan, dzięki której klient w jednym miejscu ma dostęp do gazetek handlowych, listy zakupów, kuponów rabatowych aż po wirtualną kartę Skarbonka. Aplikacja umożliwia wybór ulubionego sklepu, a nawet zrobienie e-zakupów w Auchan Direct. Docelowo aplikacja będzie również ułatwiać zlokalizowanie konkretnych produktów w sklepach, prowadzić we wskazane miejsca, a dzięki opcji ScanYou klient będzie mógł na bieżąco skanować wszystkie produkty, bez konieczności wyjmowania ich z koszyka przy kasie.

Pasja obsługi w centrum naszych działań

Ludzie, ich dobre samopoczucie oraz pasja obsługi klienta są w centrum naszych wszystkich działań. Dbamy o to, aby sprzedawane u nas produkty i nasze sklepy odpowiadały na potrzeby klientów. Na tym opiera się podejście do obsługi klienta tworzone przez ZAUFANIE od pracowników i klientów, OTWARTOŚĆ współpracowników i ciągłe DOSKONALENIE się!

Dzień dobry...

Profesjonalna obsługa i dostępność – to doceniają nasi klienci. Aby uprościć kontakt zdalny z nami, wprowadziliśmy jeden numer telefonu i jeden adres e-mail do wszystkich spraw.

kontakt@auchan.pl
22 444 02 22

...w czym możemy pomóc?

Standardy i zasady obsługi klienta zostały ujęte w projekt szkoleniowy o nazwie Auchan Touch. Oznacza nienaganną obsługę klienta, zapewnioną przez przyjazne procedury i wyszkoloną ekipę. Wszyscy współpracownicy Auchan zostaną przeszkoleni do końca 2020 roku.





TELEFON
konsultant pomaga rozwiązać problem lub kontaktuje się z właściwą osobą i wraca do klienta z informacją.

MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE
klienci mogą skontaktować się z nami, również wysyłając wiadomość na jeden z profili Auchan w mediach społecznościowych. Reakcja na odpowiedź następuje w ciągu 30 minut, a zakończenie sprawy w ciągu maksymalnie 48 godzin.

E-MAIL
chwilę po wysłaniu wiadomości klient otrzymuje automatyczną odpowiedź o przyjęciu zgłoszenia i rozpoczęciu procesu weryfikacji sprawy. Sprawa rozpatrywana jest w czasie do 12 godzin, maksymalnie 48.

Auchan Touch – #Zaufanie, #Otwartość, #Doskonałość

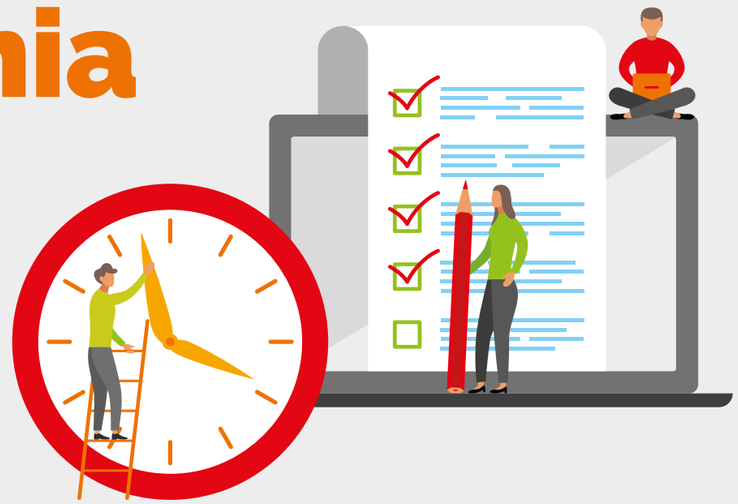
Jedną z zasad Auchan Touch jest to, że dyrektor i menedżer są w pierwszej kolejności odpowiedzialni za poziom obsługi klienta, dają dobry przykład i wskazówki pozostałym pracownikom.

Aby pomóc naszym pracowników jak najlepiej zrozumieć i przyswoić zasady Auchan Touch, w wewnętrznym kanale komunikacji zamieściliśmy materiały szkoleniowe, w tym samouczek i grę w pytania i odpowiedzi.

Klient najlepszym źródłem informacji

Nasi klienci coraz chętniej dzielą się opinią. Ich opinie zbieramy i analizujemy na bieżąco, w trybie tygodniowym i miesięcznym. Źródłem informacji są Punkty Obsługi Klienta, formularz kontaktu na stronie internetowej, ankiety, zgłoszenia telefonicznie, a także przez media społecznościowe oraz oceny w Google. Następnie analizujemy najczęściej pojawiające się w zgłoszeniach tematy, przygotowujemy plany działania, a następnie monitorujemy wskaźniki ich realizacji. Wszyscy pracownicy mają dostęp do wyników oceny obsługi przez samych klientów, ale to na menedżerach spoczywa odpowiedzialność za przeanalizowanie tych danych i omówienie ze swoim zespołem. Regularnie odbywają się spotkania menedżerów z pracownikami. Wszystkie spotkania działów rozpoczynają się od omówienia danych, opinii i uwag od klientów. Następnie wyciągane są wnioski i proponowane rozwiązania możliwych usprawnień.

#Auchan zmienia życie



Szczególne potrzeby naszych klientów

Dla wielu osób hałas towarzyszący zakupom jest męczący, a dla osób ze spektrum autyzmu to źródło prawdziwego cierpienia. Ostre dźwięki i jasne światło budzą niepokój, przerażenie i sprawiają, że, wydawałoby się, tak prosta czynność jak robienie zakupów staje się dla nich bardzo trudna. Dlatego jako pierwsza sieć handlowa w Polsce w 2019 roku wprowadziliśmy akcję „Godziny Ciszy". Co wtorek od 15:00 do 17:00 w sklepach wyłączamy telewizory, muzykę i komunikaty głosowe, tak, aby klientom ze spektrum autyzmu (i nie tylko) stworzyć atmosferę robienia zakupów w przyjaznym, cichym i spokojnym otoczeniu. Dodatkowo na czas Godzin Ciszy otwieramy specjalnie oznakowaną, kasę, z pierwszeństwem obsługi dla osób z autyzmem. Pomysłodawcą projektu był sklep Auchan Częstochowa Północ we współpracy ze Stowarzyszeniem „Daj Mi Czas", w ramach grantu otrzymanego z Fundacji Auchan. Następnie projekt wdrożyliśmy w sklepach Auchan w całej Polsce.



PO MAGA MY DO STAW COM



Relacje z dostawcami są dla nas podstawą realizacji zobowiązań wobec klientów – oferowania produktów dobrych, zdrowych i lokalnych. Ponieważ podążamy za wyznaczonymi standardami współpracy, gwarantujemy, że produkty w sklepach Auchan są dobrej jakości.

Tworzymy
zdrowe relacje

Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ, które realizujemy we współpracy z dostawcami:



Podstawą jest zaufanie. Dbamy o to, aby nasze relacje z dostawcami były etyczne i trwałe, niezależnie od wielkości dostawcy. Drobnych, lokalnych przedsiębiorców wspieramy w sposób szczególny, gwarantując im stabilne warunki do wzrostu ich biznesów. Partnerskie podejście do współpracy tworzy wartość i daje szansę na rozwój obu stronom.

Budujemy przejrzyste i silne relacje w całym cyklu życia produktu – z rolnikami, hodowcami, pośrednikami, partnerami handlowymi, firmami transportowymi. Razem angażujemy się w nowe projekty, które wzbogacają ofertę dla klientów i tworzą nowe doświadczenia zakupowe.



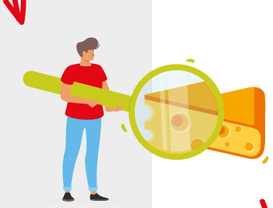
Odpowiedzialność za produkty

O wartości, którą tworzymy dla naszych klientów wspólnie z dostawcami i partnerami handlowymi, najprościej jest opowiedzieć przez pryzmat łańcucha powiązań od uprawy lub hodowli po gotowy produkt na sklepowej półce. Naszym celem na najbliższe lata jest skrócenie łańcucha wartości tam, gdzie jest to możliwe, aby zapewnić optymalną produkcję przy ograniczeniu wpływu na środowisko naturalne.

Auchan RETAIL POLSKA











Poziom I. Wytwarzanie produktów

Surowce i materiały

Rolnicy, hodowcy zwierząt, przetwórcy (dostawcy 2 stopnia/pośredni)

Produkcja i przetwórstwo

Artykuły przemysłowe, spożywcze, świeże, marki własne
Producenci lokalni i zagraniczni (dostawcy 1 stopnia/bezpośredni)

Jako firma nie wytwarzamy bezpośrednio surowców i materiałów, ale mamy wpływ na to, w jaki sposób prowadzona jest hodowla zwierząt i uprawy roślin. Określamy zasady i wymogi względem dostawców, aby dostarczać klientom zdrowe produkty, najlepszej jakości. W efekcie wyznaczamy standardy w zakresie zrównoważonego i ekologicznego rolnictwa i odpowiedzialnej hodowli.

Poziom II. Dystrybucja i kontrola jakości

Lokalni producenci krajowi dostarczają towar bezpośrednio do sklepów, natomiast produkty, które przyjechały z daleka, trafiają w pierwszej kolejności do Centrum Logistycznego Auchan, w jednej z siedmiu lokalizacji w Polsce. Dla całego łańcucha dostaw określamy wymogi sanitarne i zasady higieny podczas transportu, ograniczamy emisję CO_2 wytwarzaną w trakcie przewozu towarów i uciążliwości dla otoczenia z tym związane.

Poziom III. Sprzedaż i konsument

Na tym etapie dany produkt trafia do sklepu, a następnie do rąk konsumenta. Dzięki współpracy z dostawcami w ramach marki PEWNI DOBREGO klienci mają gwarancję najwyższej jakości produktów, wyprodukowanych z poszanowaniem warunków pracy, środowiska naturalnego oraz dobrostanu zwierząt. Rozszerzamy kategorię produktów BIO, EKO oraz artykułów roślinnych. Dbamy o przejrzystą informację o produkcie na etykiecie.

Poziom IV. Konsumpcja i recykling

Działamy na rzecz selekcji odpadów w sklepie, biurze i w domu oraz promujemy świadomą konsumpcję. Poza serwisem posprzedażowym wybranych produktów, po otrzymaniu używanego przedmiotu elektronicznego, w miarę możliwości dajemy mu drugie życie – regenerujemy lub w ostateczności poddajemy recyklingowi. Wspieramy i informujemy naszych klientów, aby rozważnie planowali zakupy i tym samym ograniczali liczbę produktów, których nie zdążą skonsumować lub zużyć.

Lokalne zasoby i produkcja

Stałe poszerzanie oferty lokalnej jest jednym z naszych priorytetów. W relacjach z rodzimymi dostawcami, podobnie jak w przypadku partnerów handlowych z zagranicy, dbamy o wysokie standardy współpracy, a dostarczane do Auchan produkty muszą posiadać odpowiednie certyfikaty. Wprowadzamy rygorystyczną specyfikację lokalnych artykułów. Wybieramy do współpracy doświadczonych dostawców, często firmy rodzinne, z regionów kojarzonych z hodowlą lub uprawą danego produktu. Dla naszych klientów jest to szansa, aby na nowo odkryć lokalne smaki.

Impuls do rozwoju

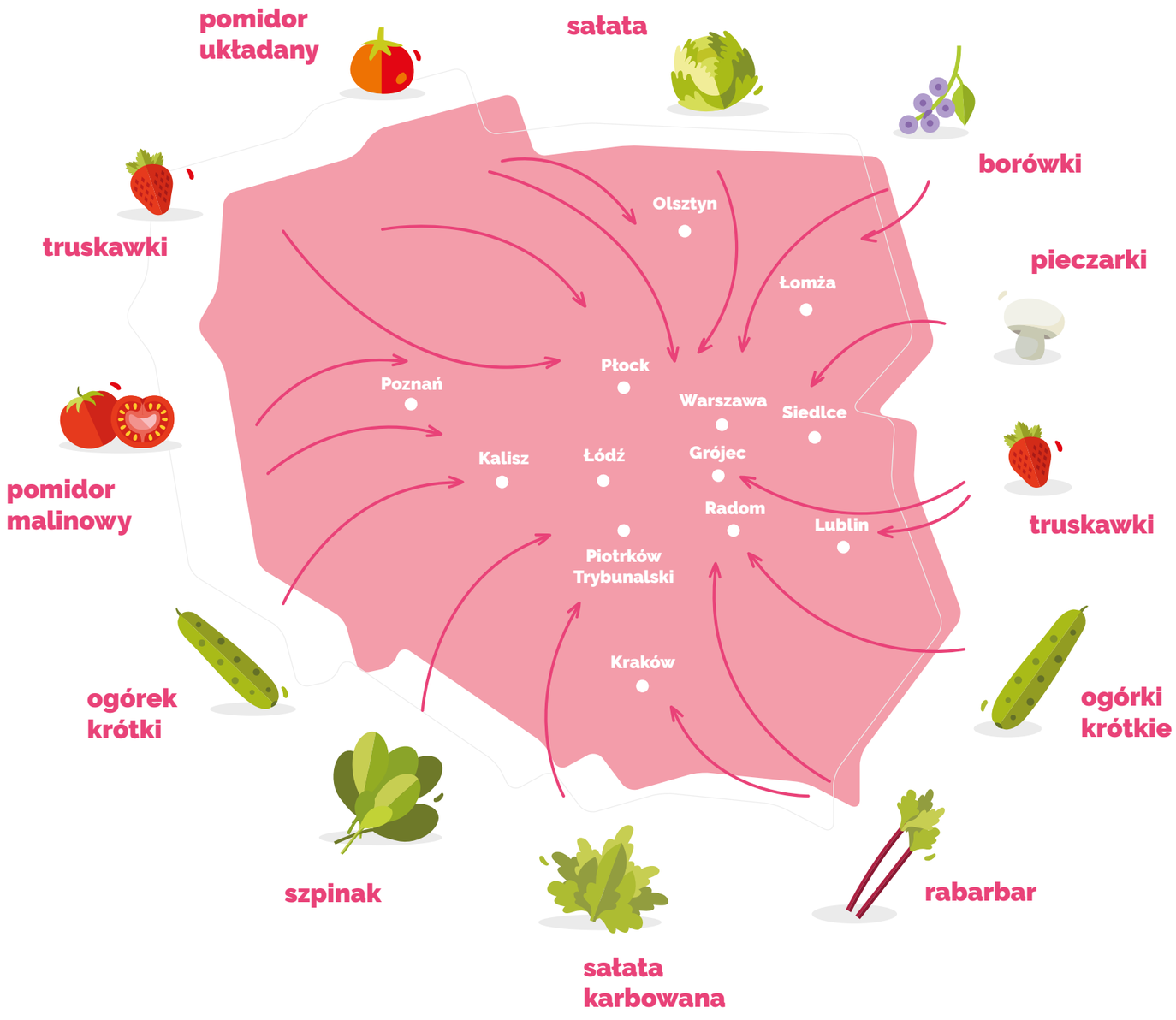
Długoterminowe umowy podpisujemy ze starannie wyselekcjonowanymi dostawcami. Dzięki temu mają oni zagwarantowany rynek zbytu i lepsze możliwości dotarcia do polskich konsumentów. Stabilność współpracy pozwala im bez przeszkód rozwijać i udoskonalać produkcję, co w efekcie przekłada się na wyższą jakość produktów.

#Kupuj polskie

Współpraca z polskimi rolnikami, producentami i hodowcami jest trwała, a w kolejnych latach planujemy jej dalsze zacieśnianie. „Kupuj polskie" to nasza autorska inicjatywa, która ma na celu promowanie rodzimych producentów warzyw i owoców wśród klientów. Wybór produktów lokalnych sprawia, że wszyscy przyczyniamy się do wsparcia polskich rolników i rozwoju w regionach.

Lokalne produkty są uprawiane i zbierane blisko nas, dzięki czemu świeże i zdrowe szybko docierają do sklepów. Co więcej, polskie owoce i warzywa pokonują niewiele kilometrów, a więc podczas ich transportu zużywa się mniej paliwa i emituje mniej dwutlenku węgla do atmosfery.

Skąd pochodzą produkty w naszych sklepach?



Wspieramy dostawców

Odpowiedzialne Partnerstwo Współpracy

Jako sieć handlowa prowadzimy trwałą i zrównoważoną współpracę z polskimi producentami artykułów żywnościowych i handlowych, hodowcami oraz przetwórcami. Robimy to, aby oferować produkty dobre, zdrowe i lokalne, wyróżniające nas na rynku pod względem wysokiej jakości, naturalne i o których wiemy, skąd pochodzą. Tak powstało Odpowiedzialne Partnerstwo Współpracy. To międzynarodowy projekt Auchan, którego głównym założeniem jest współpraca z lokalnymi dostawcami, mogącymi zaoferować klientom produktów wysokiej jakości, wolnych od GMO i antybiotyków.

Synergia tradycji i nowoczesności

We współpracy z lokalnymi dostawcami tworzymy markę PEWNI DOBREGO, która jest połączeniem tradycyjnych metod hodowli i upraw z innowacyjnymi rozwiązaniami. W efekcie powstają produkty unikatowe na skalę krajową i europejską. Partnerstwa budujemy długofalowo, w oparciu o ścisłą współpracę między partnerami.

Kodeks Etyki Handlowej

Nasza wartości inspirują nas każdego dnia i chcemy nimi dzielić się z innymi. To, czego wymagamy od siebie, oczekujemy również od naszych partnerów i dostawców. Na pierwszym miejscu jest bezwzględne poszanowanie prawa, w tym kodeksu pracy, ustawy o ochronie zwierząt i przepisów środowiskowych. Następnie niezbędne jest przestrzeganie standardów i wymogów współpracy Auchan, określonych w Kodeksie Etyki Handlowej, który każdorazowo jest zatwierdzany przez dostawcę przy podpisaniu umowy handlowej. Nasze oczekiwania wobec dostawców wynikają z tego, że zależy nam na budowaniu wzajemnych relacji opartych na szacunku i partnerstwie.

Kodeks Etyki Handlowej określa warunki pracy z dostawcami w zakresie:

- zakazu praktyk korupcyjnych, w tym przyjmowania prezentów i zaproszeń,
- wynagrodzenia podwykonawców,
- poszanowania lojalności w handlu oraz zasad wolnej konkurencji,
- nadzoru warunków produkcji,
- zrównoważonych i uczciwych relacji.

#Sygnalizujemy

Obowiązek zgłaszania nieprawidłowości w zakresie etyki, przypadków nieprzestrzegania Kodeksu Etyki Handlowej lub przepisów prawa,



Każdy dostawca przed przystąpieniem do Partnerstwa oceniany jest pod względem czterech kryteriów:

Satysfakcji klienta
gwarantowana jakość, smak i świeżość produktów.

Poszanowania środowiska
produkty jak najmniej przetworzone – pozbawione pestycydów i herbicydów, odpowiedzialne gospodarowanie wodą (np. własne studnie głębinowe), pozyskiwanie energii ze źródeł odnawialnych, np. fotowoltaika, obniżanie emisji CO_2 do atmosfery

Aspektu społecznego
zaangażowanie w działalność na rzecz swojego regionu, warunki zatrudnienia pracowników

Aspektu ekonomicznego
długoterminowe wsparcie, oferowanie cen opłacalnych dla wszystkich stron, wzajemna pomoc w przypadku nadwyżki produktu lub niskich plonów

dotyczący wszystkich dostawców oraz naszych współpracowników. Osoby, które informują o takich działaniach, nazywamy sygnalistami.
System zgłoszeń dostarcza nasz zewnętrzny partner, firma Whistle B, który gwarantuje pełną poufność całego procesu. Każdy może zgłosić nieprawidłowość za pomocą systemu alertów, dostępnego na *stronie internetowej Auchan Polska.* Proces zgłaszania alertów jest szyfrowany, a sygnalista może na bieżąco monitorować postępy. Wszystkie zgłoszenia są wnikliwie badane i poddane niezależnej weryfikacji przez zespoły audytu wewnętrznego. Osoby zgłaszające otrzymują informację zwrotną na temat wyników postępowania.

Jakość pod kontrolą

Najwyższe standardy jakości i bezpieczeństwo produkcji to kluczowe kryterium, jakim kierujemy się w wyborze dostawców. Pomaga nam w tym **system HACCP** (ang. *hazard analysis and critical control points*), który zapewnienia bezpieczeństwo i kontroluje spełnianie wymagań wobec produktów na wszystkich etapach łańcucha wartości.

Stawiamy na producentów, którzy wdrożyli najwyższe standardy bezpieczeństwa żywności w swoich zakładach. Mile widziane są potwierdzone znaki jakości: Dziedzictwo Kulinarne, Jakość i Tradycyjna czy certyfikaty BIO.

Świeżość i jakość produktów

Wybieramy tylko zaufanych dostawców, którzy posiadają certyfikaty jakości. Zanim podpiszemy umowę handlową z danym dostawcą, jego hodowlę, uprawę bądź zakład produkcyjny poddajemy szczegółowej kontroli. W przypadku marek narodowych i marek własnych Auchan każdy dostawca podpisuje aneks dotyczący bezpieczeństwa jakości produktów żywnościowych. Następnie sprawdzamy same produkty.



Auchan RETAIL POLSKA

Zapewniamy bezpieczeństwo i kontrolujemy jakość produktów



Audyty w sklepach

We wszystkich czterech formatach sklepów wdrożone są odpowiednie procedury bezpieczeństwa jakości, a wewnętrzną dokumentację HACCP sprawdzają i zatwierdzają powiatowi lekarze weterynarii oraz inspekcje sanitarne. Co miesiąc wykonywane są audyty sprawdzające zgodność przestrzegania wymagań prawa żywnościowego i znajomości procedur HACCP. Dzięki temu minimalizujemy ryzyko wystąpienia nieprawidłowości i zapewniamy lepszą jakość.

Pod lupą klientów

Ostatnim etapem kontroli jest weryfikacja informacji zwrotnych od klientów. Analizujemy wyniki testów konsumenckich oraz reklamacje, a następnie podejmujemy decyzję o wprowadzeniu kolejnych usprawnień. Dzięki temu możemy zapewnić wysoki poziom zadowolenia klientów z naszych produktów.

Wysoka jakość w atrakcyjnej cenie

Produkty marki własnej Auchan są wprowadzane i ulepszane głównie w oparciu o ocenę konsumenta, następnie razem z danym producentem ustalamy optymalny skład produktu. Wykonujemy analizy kontrolne na zgodność parametrów zadeklarowanych przez producenta, aby potwierdzić przestrzeganie zasad jakości danego produktu. Cały ten proces analiz i kontroli pozwala nam osiągnąć najlepsze możliwe zdrowe rozwiązania dla klientów przy zachowaniu rozsądnej ceny.



ZA WSZE RA ZEM

Auchan RETAIL
POLSKA

Pracujemy z ludźmi i dla ludzi. Pomagamy żyć dobrze, zdrowo i czerpać energię z lokalnych więzi. U podstaw naszych działań na rzecz społeczności leżą wartości, którymi jako firma rodzinna kierujemy się od lat: #zaufanie, #otwartość i #doskonałość.

Auchan RETAIL POLSKA

Nasza społeczność

Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ, które realizujemy na rzecz społeczeństwa:



Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ wskazują kierunki, jakimi biznes musi podążać, aby wyjść naprzeciw najważniejszym wyzwaniom społecznym. Auchan Retail Polska włącza się w realizację tych celów w zakresie walki z głodem i ubóstwem, troski o dzieci i ich przyszłość oraz wyrównywania szans i wreszcie promowania zdrowego trybu życia.

Siła naszego oddziaływania wynika z budowania strategicznych partnerstw. Wspólnie z naszymi partnerami społecznymi realizujemy projekty na rzecz wzmacniania pozytywnego wpływu Auchan na otoczenie oraz minimalizowania negatywnych skutków prowadzenia działalności biznesowej. **Razem pomagamy zmienić życie najbardziej potrzebujących.**

Za działania na rzecz społeczeństwa i środowiska zostaliśmy nagrodzeni Białym Listkiem CSR w 9. edycji ankiety tygodnika „Polityka". To prestiżowe wyróżnienie otrzymują firmy, które doskonalą swoje działania na rzecz efektywnego zarządzania firmą i wpływu otoczenie.

Partnerstwa na rzecz rozwoju społecznego

Jedną z kluczowych zasad, którymi się kierujemy, jest tworzenie więzi między ludźmi i doświadczeń. W ten sposób kreujemy wartość dla naszych klientów i społeczności lokalnych, z poszanowaniem środowiska naturalnego, we współpracy z Partnerami.

Nasze podejście polega na faktycznym działaniu, które niesie realne zmiany społeczne. W tym celu tworzymy sojusze z organizacjami, które takie zmiany realizują, a także są ich częścią, mają doświadczenie, wiedzę oraz niezbędne zasoby.

Współpraca z ogólnopolskimi stowarzyszeniami i fundacjami, takimi jak Federacja Polskich Banków Żywności, SOS Wioski Dziecięce, Polska Akcja Humanitarna czy DKMS ma już wymiar ponadczasowy i wpisała się na stałe w naszą działalność biznesową. Niezwykle ważne są dla nas również partnerstwa lokalne lub projekty inicjowane oddolnie, przez naszych współpracowników. Wierzymy, że entuzjazm, zaangażowanie i serdeczność są kluczem do dawania szansy na lepsze życie tym, którzy tego potrzebują.

Nasi partnerzy

i wiele innych...

Zgodnie z Wizją

Auchan 2025

Fundacja Auchan koncentruje swoje działania na zdrowiu, zdrowym odżywianiu i zdrowym stylu życia młodych ludzi; wspiera przede wszystkim projekty społeczne, które mają na celu poprawę zdrowia, samopoczucia i przyszłości dzieci i młodzieży.



FUNDACJA Auchan NA RZECZ MŁODZIEŻY

Fundacja Auchan na rzecz młodzieży

Fundacja Auchan na rzecz młodzieży skupia swoje działania na zdrowiu, zdrowym stylu życia i zdrowym odżywianiu. Działa na arenie światowej świecie od roku 1996 roku, wspierając potencjał młodych ludzi, rozwój ich talentów i zainteresowań, obejmując szczególną opieką tych, którzy znajdują się w trudnej sytuacji. Przekazuje środki i narzędzia do tego, aby mogli lepiej i zdrowiej żyć, być aktywnym i dbać o siebie.

Misja Fundacji Auchan na rzecz Młodzieży Fundacja Auchan chce dać młodym środki do tego, by żyć lepiej, cieszyć się lepszym zdrowiem, być aktywnymi, zdrowo się odżywiać i dbać o siebie.





Lokalne potrzeby przekuwamy w inspiracje

Fundacja Auchan współpracuje z lokalnymi stowarzyszeniami i fundacjami na rzecz realizacji projektów, które inicjują i realizują nasi współpracownicy. To niesamowici inspiratorzy działań społecznych, z których jesteśmy dumni. Ich wrażliwość na problemy w najbliższym otoczeniu jest szansą na poprawę trudnej sytuacji najbardziej potrzebujących. Lokalne projekty otrzymują nie tylko dofinansowanie z Fundacji, ale także wsparcie w ich realizacji przez naszych wolontariuszy. Ta synergia, powstała dzięki wspólnej realizacji projektów przez organizacje pozarządowe i naszych współpracowników-wolontariuszy, sprawia, że są one wyjątkowe.

Beneficjentami działań Fundacji Auchan na rzecz młodzieży są dzieci i młode osoby (w wieku od 5 do 25 lat) a każdy dofinansowany projekt realizowany jest w partnerstwie organizacji społecznej i wybranego sklepu.

#Walka ze skutkami pandemii

Ze względu na wyjątkową sytuację, 14 kwietnia 2020 roku Fundacja Auchan na poziomie globalnym ogłosiła nadzwyczajny nabór projektów, by wesprzeć osoby najbardziej potrzebujące, dotknięte skutkami pandemii. Łącznie zgłoszone zostały 34 projekty z krajów, w których działa Fundacja Auchan, a pod koniec kwietnia międzynarodowa komisja wybrała do realizacji 17 projektów, w tym dwa projekty z Polski. Dofinansowanie otrzymały Polska Akcja Humanitarna – program Pajacyk oraz Polski Czerwony Krzyż, które realizują dożywiania dzieci i ich rodzin. W projekcie biorą udział 33 sklepy Auchan, które wraz z partnerami przygotowały paczki żywnościowe dla najbardziej potrzebujących. Pod koniec maja zrealizowaliśmy 3 akcje, przekazaliśmy łącznie 1460 paczek dla 920 dzieci wraz z rodzinami. Przed nami ostatni etap dożywiania z Pajacykiem w wakacje poprzez świetlice środowiskowe – 10 000 posiłków dla ponad 300 dzieci. Kolejny etap projektu to edukacja w zakresie zdrowia i zdrowego żywienia.



Od początku działania w Polsce, czyli od 2011 roku, do końca 2019 roku Fundacja Auchan dofinansowała

91

projektów w całej Polsce na łączną kwotę blisko

850 000 euro

Tak wypełniamy nasze zobowiązanie wobec społeczeństwa

Szansa na zdrowie



Szansa na zdrowie

Co roku część projektów realizowana jest przez organizacje prowadzące świetlice środowiskowe. Są to dla nas wyjątkowo ważne projekty, ponieważ dają wsparcie dzieciom i młodzieży ze środowisk zagrożonych. W ramach projektów pokazujemy prawidłowe nawyki żywieniowe, promujemy zdrowy styl życia, dzięki czemu wzbogacamy ich małe światy o nowe doświadczenia i dobre emocje. W 2018 roku wsparcie otrzymała Fundacja „Wiatrak" z Bydgoszczy, która prowadzi świetlicę środowiskową Pinokio i w ramach projektu zaproponowała szereg działań edukacyjnych. Pomoc otrzymała również Świetlica Środowiskowa w Sośnicy, gdzie zajęcia sportowe uzupełniały warsztaty kulinarne. Z kolei w 2019 roku dofinansowanie na warsztaty edukacyjne i zajęcia sportowe w świetlicy otrzymała Fundacja Innowacji Gospodarczych i Społecznych z Częstochowy oraz SOS Wioski Dziecięce w Lublinie, z przeznaczeniem na remont boiska wielofunkcyjnego.

W zdrowym ciele, zdrowy duch

Kolejną grupą beneficjentów są organizacje wspierające dzieci i młodzież z niepełnosprawnościami. W ramach takich projektów tworzone są ścieżki sensoryczne, mające na celu rozwijanie zmysłów, uruchamiana jest hipoterapia czy rehabilitacja. Takie działania w 2018 roku zaproponowała Fundacja Edukacyjna Dialog z Krakowa, Kórnickie Stowarzyszenie Pomocy Osobom z Niepełnosprawnością Intelektualną i Ruchową „Klaudynka" czy Polskie Stowarzyszenie na rzecz Osób z Niepełnosprawnością Intelektualną Koło w Radomiu.

Dużo zdrowia dla małych pacjentów

W 2019 roku dofinansowanie projektu otrzymało również Stowarzyszenie Opieki Hospicyjnej Ziemi Częstochowskiej, którego celem było stworzenie książki kulinarnej zawierającej zdrowe przepisy. Jej autorami, pod okiem dietetyków, były dzieci i młodzież w wieku od 12 do 18 lat, w tym pacjenci hospicjum. W tym roku wsparliśmy również Fundację Czerwone Noski Klown w Szpitalu. Zaproponowała ona cykl warsztatów teatralno-cyrkowo-muzycznych dla pacjentów szpitali dziecięcych, podczas których zdrowe odżywianie było motywem przewodnim.

Auchan RETAIL POLSKA

Razem na rzecz zaangażowania społecznego

Banki Żywności

Nasza współpraca z Federacją Polskich Banków Żywności jest wyjątkowa, ponieważ pozwala realizować jednocześnie dwa cele: walkę z ubóstwem oraz przeciwdziałanie marnowaniu żywności. To nasz strategiczny partner, dzięki któremu bezpłatna pomoc trafia ze wszystkich hipermarketów Auchan w Polsce oraz Auchan Direct do najbardziej potrzebujących. W ramach współpracy realizujemy dwa projekty:

- przekazywanie żywności,
- ogólnopolskie zbiórki żywności – Wielkanocna i Świąteczna.



Banki Żywności

Z Banków Żywności pomoc trafia do:

- jadłodajni,
- świetlic środowiskowych,
- noclegowni i domów dla bezdomnych,
- ośrodków wychowawczych,
- hospicjów,
- ośrodków wsparcia dla kobiet samotnie wychowujących dzieci,
- domów dziecka oraz innych instytucji zajmujących się pomocą osobom potrzebującym.





#Dbamy o żywność

W Polsce statystycznie w ciągu roku marnuje 235 kg żywności na osobę. Walka z marnotrawstwem żywności jest jednym z naszych priorytetów, główne projekty to: Nie marnujemy – ratujemy i Przekazywanie żywności. Przekazywanie żywności ma charakter głównie społeczny, opisujemy go poniżej. Więcej o innych sposobach ratowania żywności na stronie...

1 968 ton 2018

blisko 4 000 000 posiłków

56 ton 2018

112 297 posiłków

1 570 ton 2019

3 140 000 posiłków

60,2 ton 2019

119 461 posiłków

Według Banków Żywności w skrajnym ubóstwie w Polsce żyje nawet 1,6 milionów osób, a rocznie marnuje się 9 milionów ton żywności. Najczęściej wyrzucane produkty to pieczywo, owoce, wędliny, warzywa, jogurty. Głównym powodem wyrzucania żywności jest przekroczenie terminu ważności. Dla nas jest to ważny sygnał, jak wiele musimy jeszcze zrobić w kwestii budowania świadomości.

Od marca 2020 roku w Polsce obowiązuje ustawa o przeciwdziałaniu marnowaniu żywności, w ramach której sklepy powyżej 250 m² są zobowiązane zawierać umowy z organizacjami pozarządowymi na nieodpłatne przekazywanie żywności. Nasza współpraca z Bankami Żywności rozpoczęła się znacznie wcześniej w 2014 roku, od hipermarketu Auchan w Łomiankach. W latach 2015-2019 proces był wdrażany w kolejnych sklepach. Na koniec roku 2019 żywność przekazywały wszystkie hipermarkety oraz Auchan Direct.

Ratujemy żywność



#Zbiórki żywności

Banki Żywności



Jakie produkty zbieramy?

mąka, cukier, ryż, kasze, makarony, konserwy, herbata, kawa, żywność o długim terminie ważności



W 2018 roku w ramach dwóch zbiórek dla Banków Żywności, dzięki zaangażowaniu naszych pracowników oraz wielkiemu sercu klientów, zebraliśmy 56 ton żywności, a rok później było to już ponad 60 ton!

Dodatkowo w 2019 roku miała miejsce trzecia zbiórka, realizowana we współpracy z Polskim Czerwonym Krzyżem, w ramach której udało się zebrać 1,5 tony żywności.

Polski Czerwony Krzyż

PCK wspieramy w realizacji działań uświadamiających i pomocowych. W 2018 i 2019 roku zaangażowaliśmy się w akcję mającą na celu przeciwdziałanie niezwykle trudnemu wyzwaniu, jakim jest wykluczenie społeczne. Kampania „Godne Dzieciństwo" miała za zadanie uwrażliwić na problem niedożywienia ilościowego lub jakościowego wśród najmłodszych, dlatego symbolicznie została zainaugurowana w Światowy Dzień Żywności i Walki z Głodem.

Polska Akcja Humanitarna

W roku 2018, w okresie przedświątecznym w sklepach Auchan w całej Polsce z Polską Akcją Humanitarną prowadziliśmy „Akcję Miś", która wspierała znany program społeczny dożywiania dzieci – Pajacyk. Podczas tej kampanii w naszych sklepach można było kupić maskotkę (misia), a dochód z jej sprzedaży przekazywaliśmy na sfinansowanie posiłków dla dzieci w szkołach i świetlicach będących pod opieką PAH.

W 2018 roku w ramach „Akcji Miś" udało się nam opłacić 12 000 posiłków. W 2019 roku, po zakończeniu akcji, Fundacja Auchan również przekazała PAH środki na realizację projektu wspierającego dożywianie dzieci i młodzieży.





Fundacja DKMS

Współpraca z Fundacją DKMS rozpoczęła się 8 lat temu w sklepie Auchan Krasne z inicjatywy naszych współpracowników. Dziś jest to duża akcja ogólnopolska. Misją Fundacji DKMS jest znalezienie dawcy dla każdego pacjenta na świecie potrzebującego przeszczepienia komórek macierzystych szpiku kostnego. I właśnie w realizacji tego celu pomagamy wraz z naszymi ekipami (wolontariuszami).

We współpracy z Fundacją DKMS prowadzimy co roku dwie akcje rejestracji potencjalnych dawców: Urodzinową i Mikołajkową. W 2018 łącznie podczas akcji zarejestrowało się 8 924 dawców. W 2019 roku było to 4 935 nowych osób.

Za wieloletnią współpracę na rzecz ratowania osób potrzebujących przeszczepów szpiku, 28 maja 2019 roku zostaliśmy uhonorowani tytułem „Dobroczyńca Roku 2019" w kategorii Zdrowie – duże firmy. Ogromne gratulacje i uznanie należą się naszym wolontariuszom. Nominowanie Auchan przez Fundację DKMS do tej nagrody potwierdza, jak cenne jest to dla obu stron partnerstwo.

W ciągu

8 lat

odbyło się

15

akcji rejestracji w Auchan

wykonano

203

przeszczepy – uratowane życia w Polsce i w 40 krajach na świecie

zarejestrowano blisko

72 000

potencjalnych dawców



Łącznie zebraliśmy

2388

plecaków, co przełożyło się na 1 475,43 kg śmieci mniej na wysypisku!

Projekty charytatywne

Poza projektami strategicznymi o zasięgu ogólnopolskim realizujemy wiele inicjatyw społecznych, o charakterze lokalnym. Wykorzystujemy przestrzeń do komunikacji z klientami, jaką stanowią nasze sklepy, i to tu organizujemy akcje charytatywne, zbiórki na rzecz okolicznych stowarzyszeń i fundacji. Jednym z takich działań jest akcja o nazwie „Choinka Auchan", podczas której zachęcamy naszych klientów do zakupu prezentów dla potrzebujących dzieci i spełnienia ich marzeń na święta. Od 2016 roku realizujemy projekt skierowany do klientów o nazwie „Ciasto charytatywne". W ten sposób łączymy świętowanie urodzin Auchan z pomaganiem. Dochód z każdego kawałka ciasta zakupionego przez naszych klientów przekazywany jest na rzecz lokalnych fundacji i stowarzyszeń, które wspierają dzieci i młodzież.

1 procent znaczy wiele

Korzystając z zasięgu dotarcia, jaki mamy w sklepach stacjonarnych i online, wspieramy organizacje pożytku publicznego w komunikowaniu corocznej kampanii 1% i zachęcamy naszych klientów do przekazywania tej części ich podatku na wybrany cel społeczny.

Lepszy start w szkole

W okresie wakacyjnym realizujemy akcję handlową Back to School, czyli Powrót do Szkoły. W roku 2019 w jej skład weszły cztery projekty CSR. Prowadziliśmy zbiórkę materiałów szkolnych, zwracaliśmy uwagę na ekologię i promowaliśmy zakupy bez opakowań oraz zachęcaliśmy do wymiany starych plecaków na nowe w ramach gospodarki o obiegu zamkniętym. W zamian za oddanie starego plecaka klient otrzymywał 30% zniżki. Podczas akcji 100% plecaków zostało wykorzystanych – do ponownego użytku trafiły egzemplarze w dobrym stanie, natomiast pozostałe zostały poddane recyklingowi przemysłowemu. Łącznie zebraliśmy 2 388 plecaków, co przełożyło się na 1475,43 kg śmieci mniej na wysypisku!

#Auchan Run – szlachetne wyzwanie

Wczesną jesienią 2018 roku ruszyliśmy (dosłownie!) z akcją charytatywną Auchan Run na rzecz Młodzieży, której inicjatorem była nasza Fundacja. Przez 11 dni nasi współpracownicy ze wszystkich krajów, w których mamy sklepy, w szlachetnym celu realizowali wyzwanie sportowe. Biegiem, spacerem lub w ramach nordic walking łącznie pokonaliśmy aż 404 593 km! Polska w światowym rankingu Auchan zajęła drugie miejsce, wybiegając ponad 73 000 km, co przełożyło się na 9000 euro dotacji dla SOS Wioski Dziecięce. Poza realizacją wyznaczonego celu w 100% oraz wsparciem dzieci i młodzieży Auchan Run udało się osiągnąć więcej: akcji towarzyszyła niesamowita atmosfera, a pracownicy szczerze zainteresowali się inicjatywą.

Pomaganie przez sport to kolejna forma wsparcia potrzebujących, która przyjęła się w naszej firmie. Poprzez udział w międzynarodowej akcji Auchan Run czy lokalnych biegach charytatywnych łączymy cele sportowe i finansowe. Przykładowo w 2019 roku odbyła się już piąta edycja imprezy charytatywnej organizowanej przez Auchan w Bytomiu. Zbiórka prowadzona podczas biegu była przeznaczona na sfinansowanie leczenia i rehabilitacji Kacpra i Kamila. W biegu brali udział dorośli i dzieci, łącznie 400 osób, w tym 100 współpracowników Auchan. Wspólnie udało się zebrać ponad 14 500 zł.



Auchan Run

wyniki Polski

11

73 127 km
w 11 dni

2

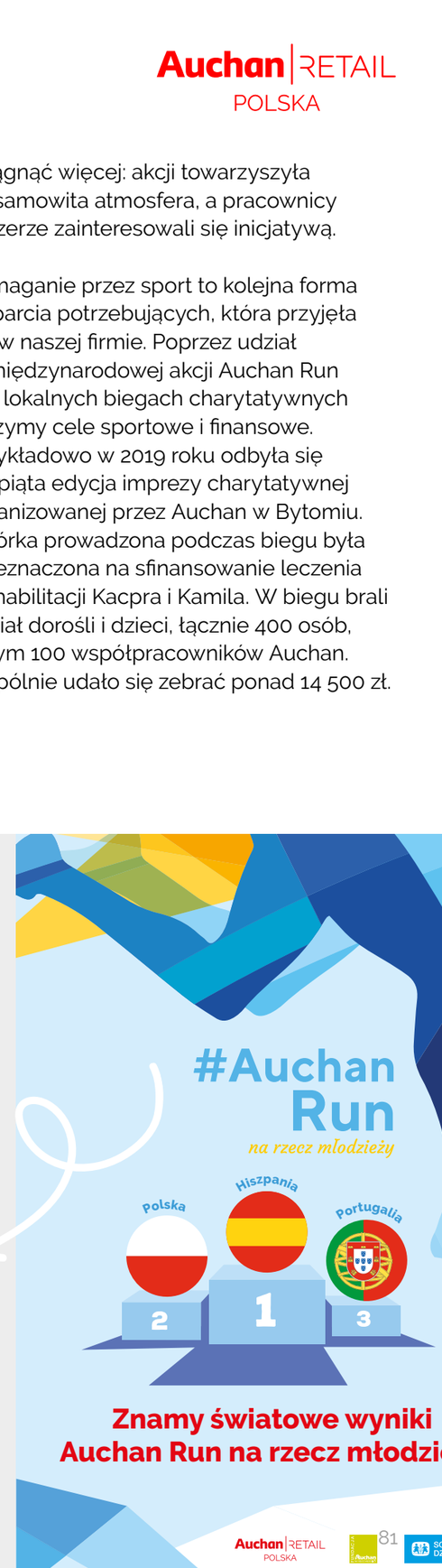
2. miejsce
na świecie

3

3 lokalizacje
z Polski w pierwszej
dziesiątce krajów
Auchan

5

5 Polaków
w pierwszej
dziesiątce krajów
Auchan





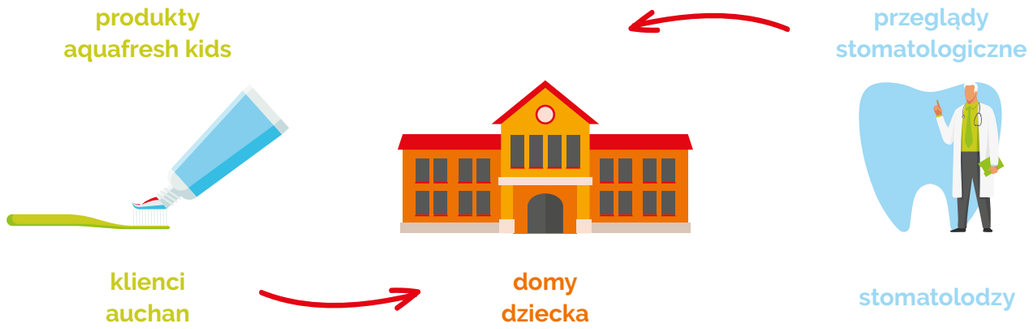


Podaruj Dzieciom Zdrowy Uśmiech

Działania na rzecz dzieci i młodzieży realizujemy również z naszymi partnerami biznesowymi. To ogromna wartość móc współpracować z innymi firmami zarówno na polu sprzedaży produktów, jak i podczas projektów społecznych. Przekłada się to na zdrowe uśmiechy dzieci, którym pomogliśmy, oraz lepsze relacje biznesowe.

Do akcji naszego dostawcy, firmy GlaxoSmithKline, prowadzonej pod szyldem marki Aquafresh i hasłem „Podaruj Dzieciom Zdrowy Uśmiech", dołączyliśmy jako partner projektu.





Wspólnie promowaliśmy profilaktykę higieny jamy ustnej wśród dzieci i młodzieży. W efekcie w 2019 roku w ramach projektu zrealizowane zostały bezpłatne przeglądy stomatologiczne oraz przekazano 50 000 szczoteczek i past do zębów dla 230 domów dziecka w całej Polsce.

Pomysł na pomaganie i uzyskanie pomocy był prosty. Klienci naszych sklepów zaangażowali się w kampanię na zasadzie „Kupując, pomagasz". Z kolei domy dziecka zainteresowane udziałem w akcji, jak i stomatolodzy chętni wykonać bezpłatne przeglądy dentystyczne, zgłaszali się przez stronę internetową projektu.

Dodatkowo dla dzieci przygotowane zostały materiały edukacyjne zachęcające do regularnego szczotkowania zębów: kalendarze i wskazówki. Stomatologom, w podziękowaniu dla ich zaangażowanie, przekazaliśmy plakaty informacyjne i scenariusze lekcji.

Patronat honorowy nad projektem objął portal DomyDziecka.pl, będący największą bazą informacji o domach dziecka. Poparcie od ważnego medium było dla nas dużym wyróżnieniem.

BLISKIE RELACJE



Współpracownicy Auchan stanowią wartość, na której opiera się sukces naszej firmy. Koncentrujemy się na tworzeniu innowacyjnego, stabilnego, umożliwiającego rozwój i bezpiecznego miejsca pracy. Nasi współpracownicy są handlowcami nowej generacji – odpowiedzialnymi, zaangażowanymi, promującymi to, co dobre, zdrowe i lokalne.

Auchan RETAIL POLSKA

Nasi

współpracownicy

Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ, które realizujemy ze współpracownikami:



Od atmosfery w pracy zależy zaangażowanie naszych pracowników, dlatego na co dzień kierujemy się wartościami Auchan: #zaufaniem, #otwartością i #doskonałością. Celem naszego podejścia do zatrudnienia jest stworzenie środowiska pracy, w którym każdy będzie traktowany z szacunkiem, doceniany i będzie miał możliwości rozwoju zawodowego.

Akcjonariat pracowniczy #Współpracownicy – współwłaścicielami Firmy

W Auchan od 2001 roku funkcjonuje program akcjonariatu pracowniczego, do którego mogą przystąpić współpracownicy w Polsce. Oznacza to, że pracownicy są współwłaścicielami naszej firmy. Akcjonariat pracowniczy jest innowacyjnym narzędziem wspierania przedsiębiorczości, służy budowaniu kultury dialogu w firmie i motywuje do wspólnej realizacji celów biznesowych. Dzięki niemu pracownicy stają się współwłaścicielami przedsiębiorstwa, które je zatrudnia. Warunkiem przystąpienia do programu jest udział w szkoleniach, służących zrozumieniu idei akcjonariatu pracowniczego oraz zasad ekonomii przedsiębiorstwa, w tym podstawowych pojęć jak obrót, marża, koszty, zysk.

#Handlowcy nowej generacji

Jako pionier handlu nowej generacji stoimy przez wyzwaniami wynikającymi z ciągłych zmian gospodarczych i cyfrowych, ale również społecznych, pokoleniowych. To skłoniło nas do jeszcze bardziej aktywnego włączenia naszych pracowników w transformację kulturową firmy. Współpracownicy są pierwszym kontaktem z klientem. To dzięki nim możemy szybko odpowiadać na zgłaszane potrzeby i oczekiwania, dlatego wspieramy ich zaangażowanie w pracy.

Zmieniające się potrzeby i oczekiwania klientów sprawiają, że branża handlowa jest stale w procesie transformacji. Jako nowoczesna sieć handlowa postawiliśmy na współpracowników, którzy są blisko klienta i społeczności lokalnych, a w swoją pracę angażują się z pasją i życzliwością. To przede wszystkim na ludziach opiera się ewolucja kulturowa Auchan, natomiast automatyzacja i cyfryzacja handlu pozwalają naszym pracownikom na przekształcenie tradycyjnego zawodu sprzedawcy lub kasjera.



Co u nas słychać?

W Auchan dzięki sprawnej komunikacji wewnętrznej jesteśmy w stałym kontakcie z pracownikami.

Komunikacja bezpośrednia
- briefingi
- zebrania działów
- spotkania indywidualne
- spotkania pracowników z kierownictwem w ramach dialogu społecznego
- seminaria
- webinary
- konwencje zawodu

Kanały elektroniczne
- newsletter AuChangenews
- intranet
- Auchan TV
- społeczności w zawodach

Kanały tradycyjne
- tablice ogłoszeń
- akcje plakatowe

Publikacje
- broszury
- ulotki



Najważniejszą rolę w komunikacji pełnią codzienne, poranne spotkania pracowników z menedżerem, podczas których omawiane są bieżące wyniki, dyskutowane i konsultowane ważne kwestie, a pracownicy mogą wyrazić swoje opinie lub uwagi. Każdy pracownik w razie potrzeby ma możliwość indywidualnej rozmowy ze swoim przełożonym.

#Kliknij i dowiedz się więcej

Wychodząc naprzeciw nowoczesnej komunikacji, kilka lat temu wdrożyliśmy wewnętrzny intranet, który otrzymał nazwę BIRDY. *Bird* to z języka angielskiego ptak, a nazwa nawiązuje do rudzika – małego ptaka wędrownego, symbolu w logo Auchan. Z poziomu BIRDY pracownicy mogą znaleźć aktualności o Auchan w Polsce i na świecie oraz być na bieżąco z tym, co się dzieje w firmie. Za pomocą platformy nawiązują i utrzymują kontakty wewnątrz firmy. Poprzez platformę pracownicy mają również dostęp do szerokiej gamy szkoleń.

Zobowiązania etyczne Auchan Polska

1 Karta Etyki Auchan Holding



2 Podręcznik „Etyka na co dzień"



5 System alertów dostępny od 15/11/2018



3 Kodeks Etyki Handlowej



4 Rada Etyki Auchan w Polsce



Etyka dotyczy nas wszystkich!

Specyfika naszej pracy jako handlowców sprawia, że codziennie mamy kontakt z wieloma klientami, partnerami i współpracownikami. Jesteśmy wierni wartościom firmy: #zaufaniu, #otwartości i, #doskonałości i standardom etycznym. Planujemy rozwój pracowników w atmosferze tolerancji i poszanowania praw drugiej osoby.

Program etyczny w Auchan Retail Polska

W marcu 2018 roku zaktualizowaliśmy nasz program etyczny, w ramach którego bazujemy na dwóch dokumentach, są to: Karta Etyki Auchan Holding oraz Przewodnik „Etyka na co dzień". Przewodnik stanowi bazę dla obowiązkowych dla wszystkich pracowników zachowań i postaw. W sposób prosty i przystępny krok po kroku prezentuje zalecenia dotyczące stosowania etyki w codziennej pracy wraz z praktycznymi przykładami właściwych zachowań w sytuacjach, w których może wystąpić dylemat, jak się odpowiednio zachować.

Komunikacja o aktualizacji programu etycznego odbyła się w dwóch etapach. W pierwszym etapie komunikacji kadra menedżerska otrzymywała informacje o zmianach, a następnie pracownicy zostali o nich poinformowani podczas spotkań z przełożonymi. W drugim etapie udostępniliśmy szkolenia e-learningowe dotyczące relacji z innymi pracownikami i przeciwdziałania korupcji. Dla Top managementu zostało przygotowane specjalnie szkolenie warsztatowe pod nazwą Etyka Plus.

Auchan RETAIL POLSKA

#Karta Etyki Auchan Holding

Podstawowym dokumentem określającym zasady działania jest *Karta Etyki Auchan Holding*. Każdy współpracownik zapoznaje się z nią podczas szkoleń wstępnych oraz akceptuje podpisem. O przestrzeganie wartości i zasad zapisanych w Karcie dba Rada Etyki Auchan Retail Polska.

#Rada Etyki Auchan w Polsce

Rada Etyki pełni funkcję doradczą i opiniotwórczą, do jej zadań należy wydawanie opinii i rekomendacji m.in. w przypadkach potencjalnych naruszeń lub zgłoszeń nieprawidłowości.



Do głównych zadań Rady Etyki należą:

1 wyznaczanie kierunków rozwoju etycznego, spójnego z wartościami i standardami etycznymi przedsiębiorstwa

2 wydawanie opinii i rekomendacji

3 proponowanie potrzebnych szkoleń

4 doradztwo w zakresie procedur

zgłoś naruszenie



Z życia Auchan

Poza intranetem do komunikacji z pracownikami służy newsletter AuchanChangeNews, kanał Auchan TV, który znajduje się w każdym sklepie, społeczności w zawodach oraz tablice informacyjne. Na ekranach prezentujemy filmy, fotorelacje ze zrealizowanych projektów, podsumowania akcji charytatywnych. Komunikaty dotyczą najczęściej najnowszych wydarzeń w firmie, ale również tematów takich jak zdrowe odżywianie, przeciwdziałanie marnowaniu żywności czy ochrona środowiska.

Dialog między nami

Dialog społeczny w Auchan odbywa się poprzez spotkanie z Partnerami społecznymi. W ramach tych spotkań omawiane są sprawy dotyczące konkretnego sklepu i zatrudnionych w nim pracowników. Na spotkaniach krajowych, w których biorą udział wytypowani w wyborach przedstawiciele, prezentowane są wyniki i plany na poziomie ogólnopolskim



Liczba spotkań z pracownikami	2018	2019
Forum sklepu	332	800
Forum krajowe	5	7
Spotkania ze związkami zawodowymi	210	283
Razem	547	1090



Odpowiedzialne miejsce pracy

Auchan krok po kroku

Każdy kandydat do pracy w Auchan traktowany jest na tych samych zasadach, w ramach polityki równych szans. Nowi współpracownicy objęci są procesem integracji, podczas którego towarzyszy im opiekun oraz Przewodnik „ABC nowego pracownika". Dokument pomaga lepiej poznać Auchan, dowiedzieć się więcej o historii, wizji i wartościach firmy. Zawiera informację o zasadach pracy, warunkach zatrudnienia, urlopach, BHP i możliwościach rozwoju.

Równe szanse dla wszystkich

W Auchan dbamy o różnorodność i równość szans dla wszystkich współpracowników. Zapisy dotyczące zakazu dyskryminacji z jakiegokolwiek powodu znajdują się w Regulaminie Pracy Auchan Polska sp. z o. o. Prowadzimy integrację osób niepełnosprawnych, różnych narodowości oraz osób w różnym wieku. Realizujemy program wyrównywania szans „Równie szanse w zatrudnieniu", w ramach którego zachęcamy sklepy do zatrudniania osób z niepełnosprawnościami i osób w wieku 50+. Dbamy o równy dostęp do wewnętrznych awansów, szkoleń i urlopów.

Pracownicy na 5!

W Auchan proces oceny rocznej pracowników nazywamy bilansem zawodowym. Ocena powiązana jest z określeniem dalszego rozwoju współpracownika w firmie. Podsumowanie odbywa się podczas indywidualnej rozmowy z bezpośrednim przełożonym, w trakcie której omawiane są wyniki pracy, poziom realizacji zadań oraz prezentowane są wzajemne oczekiwania. Bilans zawodowy jest również dobrą okazją do poznania indywidualnych zainteresowań pracowników i tego, jaką rolę dla siebie widzą w firmie w dalszej perspektywie. Ta wiedza pomaga określić zakres przyszłych zadań i plan rozwoju zawodowego.

63% taki jest poziom promocji wewnętrznej

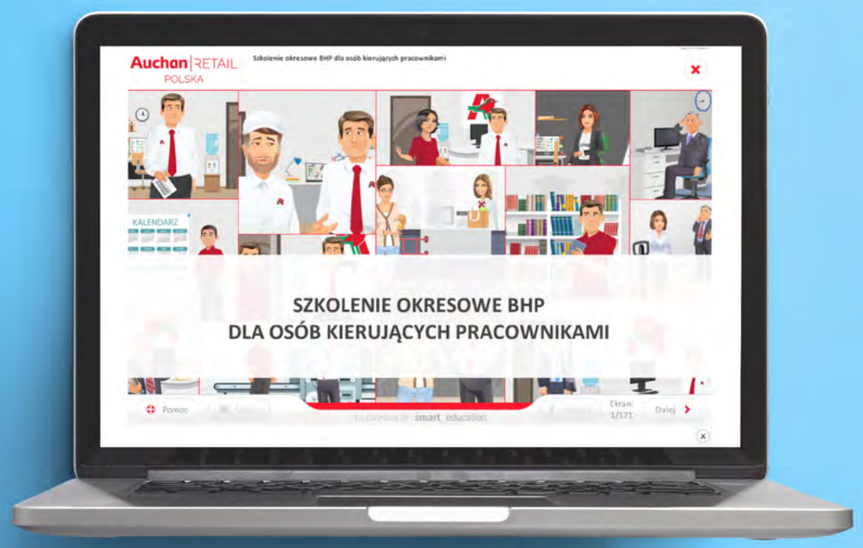
Dobre miejsce pracy

W ramach tworzenia dobrej atmosfery stale polepszamy warunki pracy. W ostatnich dwóch latach zainwestowaliśmy w remonty stołówek i pomieszczeń socjalnych. Powstały nowe miejsca odpoczynku dla pracowników. Dbamy również o to, aby pracownicy mieli dostęp do nowych i sprawnych narzędzi pracy – w tym okresie zakupiliśmy prawie 250 wózków widłowych, wymieniliśmy drabiny i podesty oraz wymieniliśmy krzesła kasjerskie, wprowadziliśmy nową organizację pracy ze skanerami cen. Przynajmniej raz w miesiącu organizujemy, oczywiście zdrowe, śniadania, a co najmniej raz na kwartał każdy sklep prowadzi spotkanie w formie animacji związaną ze zdrowiem pracowników.

#Bezpieczni w pracy

W trosce o wspólne bezpieczeństwo pracowników i klientów w każdym sklepie dbamy o zapewnienie najwyższych procedur i standardów bezpieczeństwa; kontrolujemy i na bieżąco monitorujemy sklepy oraz podejmujemy działania prewencyjne. W każdym sklepie działa Komisja BHP, która odpowiada za wdrożenie i przestrzeganie procedur oraz zajmuje się realizacją szkoleń z zakresu bezpieczeństwa i higieny pracy. Jesteśmy przekonani, że kluczem do zapewnienia bezpiecznego miejsca pracy jest profilaktyka i budowanie świadomości. Dlatego organizujemy akcje uświadamiające i specjalistyczne szkolenia. Zespół ochrony oraz wybrani pracownicy sklepów poza obowiązkowymi szkoleniami BHP dodatkowo przechodzą specjalne szkolenie z obsługi defibrylatora oraz udzielania pierwszej pomocy. Inwestujemy w sprzęt zapewniający ochronę pracowników, m.in. kaski, okulary, rękawice, noski ochronne dla operatorów wózków widłowych.





Benefity dla naszych współpracowników

Wszystkim naszym pracownikom oferujemy świadczenia socjalne i benefity pracownicze.. Zapewniamy podstawową opiekę medyczną, dodatkowe ubezpieczenie zdrowotne, w ramach którego każdy pracownik co trzy lata może wykonać Bilans Zdrowia. Obecnie w pakiecie dostępnych jest ponad 2000 placówek medycznych w całej Polsce.

Benefity

i świadczenia dodatkowe w Auchan obejmują:

- paczki dla dzieci pracowników z okazji świąt lub na powrót do szkoły
- super rabat – czyli zniżkę 5% na zakupy dla każdego
- aktywność sportowa i kulturalna
- zapomogi
- dodatki okolicznościowe do wynagrodzenia
- dofinansowanie do posiłków
- pomoc mieszkaniowa





Dbamy o rozwój pracowników

Pasjonaci rozwoju

W Auchan dbamy o rozwój pracowników, dlatego oferujemy im bilanse zawodowe, ścieżki kariery i szeroki wybór szkoleń. Korzystając z tego, że jesteśmy międzynarodową siecią, pracownicy mają możliwość odbycia stażu w ramach międzynarodowego programu Auchan Graduate Program, dedykowanego dla przyszłej kadry kierowniczej.

Uczymy się całe życie

Współpracownicy mają dostęp do szkoleń zawodowych w tematach dotyczących produktu i jakości, szkoły menedżera, szkoły handlowca, BHP. Korzystają również ze szkoleń z rozwoju osobistego: komunikacji, przywództwa, udzielania informacji zwrotnej. Bardzo ważną część pakietu edukacyjnego stanowią szkolenia z zakresu etyki, zrównoważonego rozwoju, ochrony środowiska, sortowania odpadów czy przeciwdziałania marnowaniu żywności.



#Zielono nam

Współpracownicy mają ogromny wpływ na realizację naszych celów środowiskowych. Dlatego stawiamy na szkolenia z tematyki środowiskowej, które pełnią ważną rolę w budowaniu świadomości pracowników na temat tego, jak ograniczać zużycie surowców, w tym szczególnie plastiku, jak optymalnie wykorzystywać dostępne materiały i wreszcie dlaczego prawidłowe sortowanie odpadów ma tak istotne znaczenie w procesie recyklingu. Szkolenia dotyczą m.in. sposobu pakowania produktów przy optymalnym wykorzystaniu opakowań z tworzyw sztucznych, sortowania odpadów, zgodnie z ideą gospodarki cyrkularnej.

Im więcej wiemy, tym mniej marnujemy Przeciwdziałanie marnowaniu żywności to jeden z kluczowych dla nas tematów. Dlatego zaplanowaliśmy specjalny cykl szkoleń i animacji, za pomocą których współpracownicy dowiadują się, jak nawet małe nawyki w zakresie przeciwdziałania marnowaniu jedzenia mogą przyczynić się do dużych zmian. W ramach szkolenia pracownicy poznają skalę problemu i jego negatywne skutki, uczą się sposobów na niemarnowanie żywności na co dzień oraz zmiany nawyków w pracy i we własnym domu. Dzięki temu są bardziej świadomi i wrażliwi, a to z kolei zauważają i doceniają nasi klienci.

zakres szkoleń	forma szkoleń		suma godzin
	e-learning	tradycyjne	
szkolenia środowiskowe	8397	5282	13 679
edukacja ekonomiczna	12 659	2713	15 372
etyka	18 292	6518	49 620

Nauka przez doświadczenie

Poza tradycyjnymi metodami stawiamy na innowacyjne sposoby przekazywania wiedzy: poprzez platformę e-learningową oraz inne formy e-spotkań. Organizujemy również dobrowolne webinary, które cieszą się dużym zainteresowaniem. Ta forma pozyskania wiedzy daje możliwość zdalnego spotkania z ciekawym ekspertem oraz aktywnego udziału uczestników, np. dzięki zadawaniu indywidualnych pytań. Webinary pełnią funkcję uzupełniającą do szkoleń, są inspiracją do odkrywania nowych tematów i zainteresowań.

#Talenty, które się sumują

Wierzymy, że różnorodność talentów w Auchan jest źródłem bogactwa potencjału, indywidualnych i zespołowych sukcesów. Dlatego stworzyliśmy narzędzia do inwestowania w talenty, zainteresowania i pasje. Dzięki temu każdy może być bliżej tego, co go „napędza" do działania.

Program dla młodych managerów

Auchan Executive Graduate Program to międzynarodowa inicjatywa, która jest szansą dla młodych absolwentów uczelni wyższych w wieku 24-26 lat do rozwoju kariery zawodowej i przyspieszeniu awansu. Osoby, które już w młodym wieku wykazują talent przywódczy i mają duży potencjał do tego, aby w przyszłości objąć stanowisko menedżerskie, zapraszane są do udziału w programie i otrzymują możliwość odbycia zagranicznego stażu. Program uruchomiony został w dziewięciu krajach: Polsce, Francji, Portugalii, Włoszech, Hiszpanii, Węgrzech, Rosji, Chinach i Rumunii. Więcej informacji o programie na stronie www.auchangraduateprogram.com

Z nami odnajdziesz swoją pasję

#Klasy Patronackie

Rok szkolny w wybranych pierwszych klasach branżowych w zawodzie sprzedawca, piekarz i cukiernik zaczynamy od otwarcia Klas Patronackich. Do programu zapraszamy uczniów wybranych szkół objętych programem, którzy chcą odnaleźć w sobie pasję i mają odwagę realizować swoje marzenia. To projekt, w ramach którego pomagamy wykształcić młodych specjalistów w zawodach, na które jest zapotrzebowanie na rynku. Wspólnie z wybranymi szkołami przygotowaliśmy program nauczania oparty na praktycznym doświadczeniu, połączony z 3-letnimi stypendiami dla każdego ucznia w klasie i możliwością zdobycia doświadczenia zawodowego w Auchan.









Solidarność w pracy

Troska o innych i zaangażowanie w rozwiązywanie problemów społecznych to kolejny wynikający z naszych wartości obszar działania współpracowników Auchan. Działamy w ramach Fundacji Auchan na rzecz młodzieży, przyczyniając się do walki z niedożywieniem dzieci w Polsce. Przekazujemy żywność na rzecz organizacji i instytucji pomagającym osobom będącym w trudnej sytuacji życiowej, współpracując z Federacją Polskich Banków Żywności. Pracownicy inicjują i współrealizują projekty społeczne w swoim bliskim otoczeniu, są wolontariuszami podczas zbiórek żywności, biorą udział w akcjach charytatywnych, rejestrują się jako dawcy szpiku.

#Dni Otwartości

Chcemy, żeby nasi pracownicy mieli poczucie, że ich praca ma sens. Dlatego w ramach nowej Wizji 2025 każdy współpracownik Auchan może jeden dzień roboczy w roku przeznaczyć na realizację wybranych przez siebie działań społecznych.

W maju 2018 roku wdrożyliśmy program wolontariatu pracowniczego Dni Otwartości, którego celem jest inspirowanie, wspieranie i rozwijanie przez Auchan jako pracodawcę zaangażowania pracowników na rzecz organizacji społecznych. Szczególnie ważne są projekty polegające na promowaniu zdrowej diety i sportu, poznawaniu lokalnej kuchni i produktów sezonowych, zdobywaniu wiedzy na temat uprawy roślin. Pracowników zachęcamy do wsparcia osób wyjątkowo tego potrzebujących – dzieci i młodzieży, osób z niepełnosprawnościami czy pacjentów szpitali.

Na koniec 2018 roku w Dniach Otwartości wzięło udział 578 współpracowników, co przełożyło się na 4624 godziny pracy wolontariuszy, a w 2019 było to 390 wolontariuszy i 3120 godzin. Większość osób zaangażowała się przede wszystkim we wsparcie Fundacji DKMS i zarejestrowała się jako potencjalni dawcy szpiku oraz wsparła działania na rzecz projektów zgłoszonych do Fundacji Auchan. W ten sposób prezentujemy naszą otwartość i zaangażowanie społeczne.



Dni Otwartości W 2019 roku



390 wolontariuszy

3120 godziny pracy

#rozwój

#lokalne zaangażowanie

#pasja

#otwartość



NASZA ZIEMIA



Zmiany klimatu dzieją się na naszych oczach. Zakłócają rozwój gospodarczy, zagrażają życiu ludzi i zwierząt oraz niszczą przyrodę. Podnoszenie się poziomu morza, ekstremalne zjawiska pogodowe to efekt wysokiej emisji gazów cieplarnianych powstałych w wyniku działań człowieka.

Auchan RETAIL POLSKA

Razem
dla Planety

Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ, które realizujemy na rzecz środowiska naturalnego:



Jeśli nie zaczniemy działać, średnia temperatura Ziemi w obecnym stuleciu wzrośnie o 3 stopnie Celsjusza, co oznaczać będzie utratę naturalnych siedlisk i gatunków, malejącą powierzchnię pokrywy lodowej czy podnoszenie się poziomu mórz. To wszystko wpłynie na nasze zdrowie i pogorszenie warunków życia.

Aby przeciwdziałać skutkom kryzysu klimatycznego w ostatnim czasie wzmocniliśmy nasze zobowiązania, określiliśmy nowe cele i wskaźniki dla mierzenia efektów naszych działań. W najbliższych latach skupimy się głównie na ograniczeniu plastiku i innych tworzyw sztucznych, oszczędzaniu zużycia wody i energii, dalszemu działaniu na rzecz gospodarki o obiegu zamkniętym, różnorodności biologicznej i dążeniu do zmniejszania śladu węglowego. W ramach optymalnego wykorzystania zasobów Ziemi jednym z naszych kluczowych celów jest przeciwdziałanie marnowaniu żywności.

Choć zmiany klimatu są problemem globalnym, wiele możemy zrobić na poziomie lokalnym – w domu, sklepie, w swoim miejscu pracy. Wzrost świadomości, jak każdy z nas może chronić środowisko naturalne, jest kluczem do rozwiązania problemów klimatycznych. Dlatego naszym zobowiązaniem jako ogólnopolskiej sieci handlowej jest pokazanie klientom i współpracownikom dobrych przykładów i zachęcanie do wprowadzenia w życie nowych, ekologicznych nawyków, jak korzystanie z własnych toreb i opakowań podczas zakupów czy segregacja odpadów.



Nasza rola w ratowaniu środowiska

Ochrona zasobów naturalnych jest dla nas priorytetem i gwarantem, że będziemy mieli do nich dostęp w przyszłości. W tym celu musimy skupić się przede wszystkim na ograniczeniu marnowania żywności i zwiększeniu wykorzystania materiałów podlegających recyklingowi lub pochodzących z recyklingu. Stale analizujemy sposób, w jaki produkty są pakowane, i staramy się ograniczać wagę opakowań do niezbędnego minimum. Tworzymy innowacyjne rozwiązania na rzecz tzw. zielonych produktów, które stanowią dodatkową wartość w opinii naszych klientów. Optymalizujemy proces dostawy i transportu, aby ograniczać wpływ na środowisko naturalne.

Jesteśmy aktywnym członkiem społeczności liderów, działającej na rzecz zrównoważonego rozwoju i ograniczenia skutków kryzysu klimatycznego. Mamy świadomość, że firmy takie jak nasza, o międzynarodowym zasięgu, mogą odegrać ważną rolę w procesie osiągania neutralności klimatycznej. Od lat współpracujemy z Organizacją Narodów Zjednoczonych, i przyczyniamy się do realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ.

Auchan RETAIL POLSKA

W grudniu 2015 roku, podczas międzynarodowej konferencji klimatycznej COP21, jako globalna sieć zadeklarowaliśmy:

PARIS2015 UN CLIMATE CHANGE CONFERENCE COP21·CMP11

1

Zmniejszenie o 30% uzupełniania czynnika chłodniczego od 2017 roku

2

Rozwój odpowiedzialnego i zrównoważonego rolnictwa

3

Zmniejszenie energochłonności sklepów:
- o 10% w okresie IV kwartał 2019 roku – IV kwartał 2025 roku
- o 20% do 2030 roku

4

Rozwój innowacyjnych systemów zakupu energii, samodzielnej produkcji energii elektrycznej ze źródeł odnawialnych

5

Zmniejszenie do 2025 roku o 50% wszystkich opakowań produktów niespożywczych

6

Ograniczenie wycieku czynnika chłodniczego, wyposażenie 100% instalacji chłodniczych w system DNI w ciągu 3 lat

#Auchan 2022 dla klimatu

Odpowiedzialne myślenie o ochronie środowiska na poziomie międzynarodowym ma swoje odzwierciedlenie w naszej strategii. Wszystkie sześć zobowiązań to najbardziej istotne z punktu widzenia naszej działalności biznesowej aspekty środowiskowe, na które mamy wpływ. Nasza największa odpowiedzialność dotyczy produktów marki własnej Auchan. Obecnie realizujemy strategię Auchan 2022, w której zapisane są następujące cele związane z ochroną środowiska:

Walka z marnotrawstwem i użyciem plastiku

- 100% opakowań będzie możliwych do ponownego użycia (przeznaczonych do recyklingu) lub kompostowanych dla produktów marki własnej Auchan,
- całkowite wyeliminowanie plastikowych opakowań na działach: piekarnia/cukiernia, mięso/wędliny, sery, ryby oraz owoce i warzywa.

Zmniejszenie naszego śladu węglowego

- zmniejszenie emisji dwutlenku węgla podczas transportu towarów o 20%,
- zaopatrzenie w 50% w energię ze źródeł odnawialnych lub o niskim zużyciu węgla,
- zredukowanie o 25% konsumpcji energii w naszych sklepach.



Climate Leadership

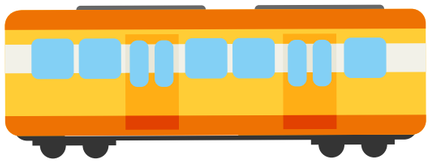
Przystąpiliśmy do programu

Auchan Retail Polska przystąpił do programu Climate Leadership, prowadzonego przez agendę ONZ działającą na rzecz środowiska naturalnego UNEP GRID. Pod koniec 2019 roku podjęliśmy decyzję o udziale w programie, a tym samym staniu się członkiem międzynarodowej społeczności firm-liderów, które są świadome swojej roli w procesie osiągania neutralności klimatycznej. Spółki zrzeszone w ramach Climate Leadership podejmują realne działania, które w wymierny sposób zmniejszają negatywny wpływ produktów i usług na środowisko naturalne i są odpowiedzią na wyzwania związane z adaptacją do zmian klimatu. Tym samym wnosimy istotny wkład w realizację Celów Zrównoważonego Rozwoju i Agendy 2030. Jako główny cel wybraliśmy pracę nad marką własną Auchan. To obszar, w obrębie którego spoczywa główna odpowiedzialność firmy. Pracujemy nad zmiana gramatur opakowań oraz wyborem tworzyw zapewniających korzystny wpływ środowiskowy w całym łańcuchu wartości. Pracujemy nad tym, by do 2022 roku 100% produktów marki własnej Auchan nadawało się do ponownego użycia, recyklingu lub było biodegradowalne czy kompostowalne. Oprócz kompostowalnych opakowań produktów marek własnych na przykład ziół, jaj, sałaty czy szarlotki, wprowadzamy również produkty opatrzone certyfikatami środowiskowymi. Jednym z nich jest certyfikat FSC – znak odpowiedzialnej gospodarki leśnej.

W Polsce co roku marnuje się 9 milionów ton żywności



Gdyby założyć, że jeden wagon mieści



41 ton

wyrzucanego jedzenia

to cały skład liczyłby

220 tys.

wagonów



*Źródło: European Institute of Innovation and Technology (EIT)

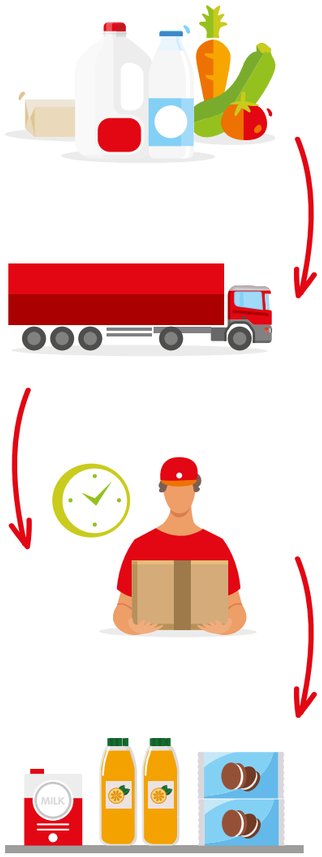
Walka z marnotrawstwem żywności

Organizacja Narodów Zjednoczonych ds. Wyżywienia i Rolnictwa wskazuje, że aż jedna trzecia wyprodukowanej żywności na świecie marnuje się. Jednocześnie 820 milionów ludzi cierpi głód i nie ma zagwarantowanego dostępu do jedzenia. W Polsce każdego roku marnuje się 9 milionów ton żywności, co daje nam niechlubne 5. miejsce wśród krajów Unii Europejskiej pod tym względem. Marnowanie żywności to również zużyta woda i energia elektryczna potrzebne do wytworzenia produktów spożywczych oraz wyższa emisja dwutlenku węgla do atmosfery. Skala tego problemu pokazuje, że musimy działać.

Walka z marnotrawstwem żywności to jeden z kluczowych obszarów odpowiedzialności Auchan. Jako firma handlowa mamy możliwość pozytywnego wpływu na ograniczenie marnowanej żywności. Z drugiej strony to temat istotny dla naszych klientów, którzy angażują się w walkę z marnowaniem żywności.

Jesteśmy pasjonatami dobrej żywności, zwracamy uwagę na sposoby jego wykorzystania i angażujemy się na różne sposoby, aby przeciwdziałać marnotrawstwu żywności. Wspólnie z klientami ratujemy żywność z krótką datą ważności lub zbliżającym się terminie do spożycia. Nasi pracownicy codziennie prowadzą kontrolę dat i: pracują z produktami, oferując zniżki, promocje i degustacje, by zapobiec marnowaniu żywności. Aby usprawnić proces kontroli produktów, wprowadziliśmy szereg nowych procedur i ułatwień, np. krótsze i lepiej widoczne daty na etykiecie.

Przeciwdziałanie marnowaniu żywności w całym łańcuchu wartości



Zamówienie

dopasowane do aktualnych potrzeb naszych klientów

Transport

z produktami obchodzimy się ostrożnie, aby nie zniszczyć towaru

Dostawa do sklepu

odbieramy na czas, weryfikujemy jakość wszystkich produktów po tym, jak trafiają do naszych sklepów

Produkty na półce sklepowej

kontrola dat ważności na produktach

W Auchan prowadzimy dwa projekty, których celem jest przeciwdziałanie marnotrawstwu żywności: Nie marnujemy – ratujemy oraz Przekazywanie żywności we współpracy z Federacją Polskich Banków Żywności.

1

#Nie marnujemy – ratujemy

Produkty, w przypadku których zbliża się termin przydatności do spożycia, trafiają na półkę „Nie marnujemy – ratujemy". To specjalnie wydzielone miejsce w sklepie, gdzie przekazywane są produkty zagrożone zmarnowaniem, z krótszą datą spożycia, ale wciąż pełnowartościowe. Klienci mają świadomość, że te produkty powinni skonsumować w krótkim terminie. Oni szczególnie korzystają na tym rozwiązaniu, ponieważ mogą kupić artykuły z półki „Nie marnujemy – ratujemy" 50% taniej i tym samym przyczynić się do niemarnowania żywności. To jest moment, kiedy razem jako sklep i klient współdziałamy na rzecz ochrony żywności i środowiska naturalnego. Półka „Nie marnujemy – ratujemy" to nowe rozwiązanie, które testowaliśmy pod koniec 2019 roku w wybranych sklepach i od lutego 2020 roku wprowadziliśmy w 100% naszych hiper- i supermarketów,

Jakie produkty znajdują się w strefie"Nie marnujemy – ratujemy":

- Mięso białe i czerwone, podroby drobiowe, drób
- Ryby wędzone
- Ciasta i ciasteczka
- Warzywa
- Owoce
- Soki owocowe
- Owoce suche
- Pieczywo: chleb, bułki, bułka tarta



2

Przekazywanie żywności – współpraca z Federacją Polskich Banków Żywności

Auchan Retail Polska przekazuje żywność od 2014 roku. Wspólnie z Federacją Polskich Banków Żywności przeciwdziałamy marnowaniu żywności. Uratowana żywność jest redystrybuowana – trafia do potrzebujących osób.

Współpracę z Bankami Żywności w zakresie przekazywania żywności rozpoczęliśmy od testu w sklepie Auchan Łomianki. Opracowane zostały zasady współpracy i zbudowany proces, dostosowany system rozliczeń, systemy IT po stronie darczyńcy i beneficjenta. Następnie kolejnych wdrożeń dokonaliśmy we wszystkich hipermarketach w Polsce. Dodatkowo dla usprawnienia procesu wdrożyliśmy elektroniczny system raportowania danych, który pozwala ograniczyć formalności i zużycie papieru, automatyzuje pracę i w efekcie przyspiesza czas wydawania towaru dla osób potrzebujących.

W 2018 roku ze 100% hipermarketów i sklepu online Auchan Direct do Banków Żywności przekazaliśmy

1968 ton

żywności, co przełożyło się na

blisko

4 miliony

posiłków

a w 2019 roku

1570 ton

żywności, co przełożyło się na

ponad

3 miliony

posiłków

Czym różni się termin ważności na opakowaniu?





Należy spożyć DO...

(ang. *Use by*)
Oznacza bezwzględny termin przydatności, po tym terminie produkt nie nadaje się do spożycia. Dotyczy najmniej trwałych produktów, np. gotowych dań, świeżych ryb

Najlepiej spożyć PRZED...

(ang. *Best before*)
To data minimalnej trwałości, dotyczy produktów, które nie ulegają zepsuciu „po terminie". Produkt może zmienić walory smakowe, zapachowe, konsystencję, jednak nadal można go spożyć, o ile był przechowywany w odpowiednich warunkach





Współpraca z Federacją przerodziła się w długofalowe, strategiczne partnerstwo, którego celami są przeciwdziałanie marnotrawstwu żywności oraz walka z niedożywieniem.

O innych formach współpracy z Bankami Żywności oraz o Partnerze piszemy w rozdziale *Nasza Społeczność.*

Bazarek Luz

W działaniu wspólnie z klientami na rzecz przeciwdziałania żywności bardzo dobrze sprawdza się Bazarek Luz. Tutaj klienci mogą zakupić towar na wagę, w atrakcyjnych cenach i w takiej ilości, jakiej faktycznie potrzebują. Na Bazarku Luz oferujemy szeroki wybór produktów spożywczych: przyprawy, bakalie, suszone owoce.

MNIEJ PLASTIKU

Wszyscy mamy świadomość, że plastik aż nadto zadomowił się w naszym życiu. Plastikowe, jednorazowe artykuły początkowo miały upraszczać codzienne czynności, jednak ich rozpowszechnienie spowodowało, że odpady z tworzyw sztucznych przedostały się do rzek i mórz, zaśmieciły środowisko naturalne. Szacuje się, że tylko 5-10% zużytego plastiku na świecie podlega recyklingowi, 30% trafia na wysypiska, a drugie tyle do oceanów.

Taka sytuacja zagraża życiu wielu gatunków zwierząt i naszemu zdrowiu, dlatego tak ważna jest zmiana przyzwyczajeń i ograniczenie zużycia plastiku.

Artykuły jednorazowe

Stopniowo usuwamy plastikowe naczynia jednorazowe z naszych sklepów; zastępując je artykułami przyjaznymi dla środowiska. Jako drugi kraj po Francji rozpoczęliśmy wycofywanie plastikowych artykułów jednorazowych z naszych sklepów.

Krok po kroku

2019
maj

wprowadzenie do sklepów na stałe ekologicznych słomek i kubków, połączone z wycofywaniem produktów jednorazowych

2019
czerwiec

w naszych sklepach pojawiły się nowe, lepiej oznakowane kosze do segregacji odpadów

2019
sierpień

prowadzenie linii Eco Friendly zawierającej kubeczki, talerzyki, sztućce, mieszadełka

Wycofanie plastikowych produktów jednorazowego użytku

2020
marzec

na rok przed wejściem obowiązku prawnego w tym zakresie wycofaliśmy plastikowe produktów jednorazowego użytku. Obecnie oferowana gama tych około 70 artykułów produkowana jest z drewna, papieru lub trzciny cukrowej. Wprowadzamy do oferty również sztućce biodegradowalne, powstałe z połączenia bio plastiku i kredy



Dbamy o środowisko naturalne

Razem odpowiedzialni

Oferujemy

JEDNORAZOWE BIODEGRADOWALNE

jednorazowe
biodegradowalne talerze papierowe z pulpy z trzciny cukrowej - min. 50% materiałów ze źródeł biologicznych

WIELOKROTNEGO 40x UŻYTKU

wielokrotnego użytku
talerze z surowców biodegradowalnych - ponad 40 cykli mycia

KARTON / DREWNO

kartonowe
kubki i drewniane sztućce z lasów zarządzanych w sposób zrównoważony

actuel by Auchan

Czym zastępujemy plastik?

Trzcina cukrowa

Powstaje z resztek buraka cukrowego. Jest wytrzymała, odporna na wodę, olej i podgrzewanie w mikrofalówce. Doskonale sprawdza się jako materiał do produkcji misek i talerzy.

Papier i karton

Pochodzi ze zrównoważonych źródeł, ma certyfikat FSC i może być poddany kompostowi. Powstają z niego kubki i talerze.

Drewno

Pochodzi ze sprawdzonych źródeł, z poszanowaniem lasów i ma certyfikat FSC. Z drewna produkujemy sztućce.

Skrobia kukurydziana

Ze skrobi produkujemy kubki i sztućce. Skrobia może być kompostowana i dzięki temu nie zanieczyszcza środowiska.

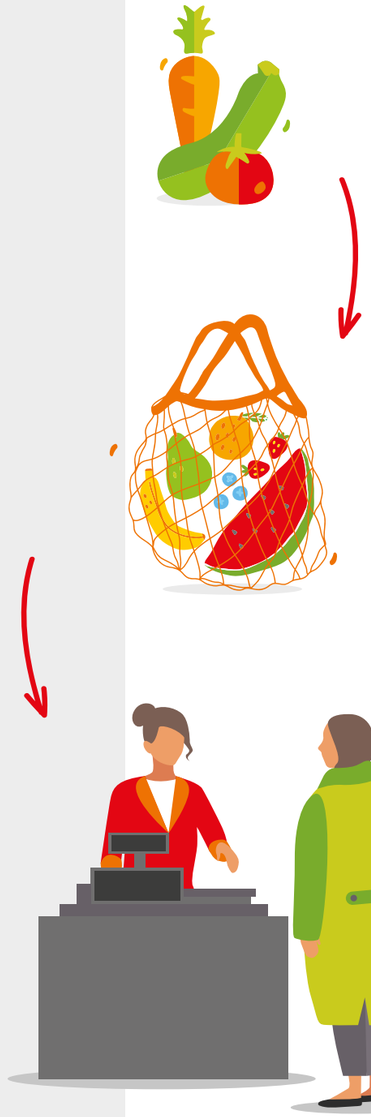


Nasze opakowania

Zgodnie z podejściem Zero Waste (z angielskiego „zero śmieci") ograniczamy produkcję odpadów w sklepach i biurach Auchan, w tym szczególnie plastiku i innych tworzyw sztucznych. Pracujemy nad całkowitym wyeliminowaniem plastikowych opakowań na działach piekarnia/cukiernia, mięso/wędliny, sery, ryby oraz owoce i warzywa. W tym celu prowadzimy działania edukacyjne skierowane do pracowników, podczas których dowiadują się, jak pakować produkty, aby minimalizować zużycie opakowań i toreb. Podobne działania zachęcające do korzystania z toreb wielokrotnego użytku czy własnych opakowań kierujemy do klientów.

Promujemy ograniczenie zużycia opakowań, ich ponowne wykorzystanie i recykling, a następnie wprowadzenie do opakowań materiałów pochodzących właśnie z recyklingu. Dzięki temu 100% plastikowych opakowań produktów marki Auchan będzie nadawało się do ponownego wykorzystania, recyklingu lub kompostowania.

Stale wprowadzamy nowe rozwiązania i pracujemy nad zmniejszeniem rozmiaru lub ograniczeniem ilości plastiku w opakowaniach. Poszukujemy sposobów na stworzenie opakowań z materiałów naturalnych i odnawialnych, które są przyjazne dla środowiska (np. na bazie celulozy) i zaprojektowane w sposób umożliwiający łatwo oddzielić zużyty plastik od reszty opakowania.





Opakowania naszych klientów

W trosce o środowisko naturalne i w odpowiedzi na potrzeby naszych klientów w 2019 roku do naszych sklepów wprowadziliśmy bawełniane woreczki wielokrotnego użytku na warzywa i owoce kupowane luzem. Nasi klienci mogą zapakować produkty we własne opakowania wielokrotnego użytku: pojemniki, torby, słoiki, woreczki. Wystarczą trzy kroki do bycia Zero Waste z Auchan:

1. Przynieś własne opakowanie do sklepu Auchan,
2. Udaj się na dział produktów świeżych, mięsa, wędlin, garmażerki i serów. Pracownik zważy opakowanie, zapakuje do niego wybrany produkt i odejmie od całości wagę opakowania.
3. Przy kasie zapłać wyłącznie za zawartość opakowania.

W marcu 2020 roku ze względu na pandemię COVID-19 możliwość zakupów do własnego opakowania została wstrzymana i ponownie wznowiona w połowie czerwca, przy zachowaniu szczególnych zasad bezpieczeństwa. Pracownicy działów po kontakcie z opakowaniem klienta dezynfekują wagę i zmieniają rękawiczki.

Zero Waste w Auchan

Zero Waste oznacza ochronę wszystkich zasobów poprzez odpowiedzialną produkcję, konsumpcję, ponowne wykorzystanie i odzysk wszystkich produktów, opakowań i materiałów, bez ich spalania, bez ich wyrzucenia do ziemi, wody lub powietrza. To styl życia, który ma na celu ograniczenie generowania odpadów, którym chcemy zainteresować naszych klientów.

1

Refuse (odmawiaj)
Odmowa wykorzystania artykułów wyprodukowanych ze szkodą dla środowiska, generujących niepotrzebne odpady i zanieczyszczenia, np. ulotek reklamowych, jednorazowych plastikowych opakowań

2

Reduce (ograniczaj)
Unikanie generowania odpadów i zmniejszenie ich ilości dzięki ograniczeniu konsumpcji niepotrzebnych i zbędnych produktów oraz towarów nadmiernie opakowanych i jednorazowych czy niskiej jakości, które szybko zostaną zużyte

3

Reuse (wykorzystaj ponownie)
Ponowne wykorzystanie produktów, które są już w posiadaniu, nadanie im nowej funkcji, tzw. drugiego życia

4

Recycle (recyklinguj)
Segregacja i poddawanie odpadów procesowi recyklingu zamiast np. spalania

5

Rot (kompostuj)
Kompostowanie i nabywanie takich produktów, które ulegną rozkładowi i powrócą do środowiska w przyjaznej dla niego formie



Auchan RETAIL POLSKA



GOSPODARKA CYRKULARNA

Naszym celem jest pozbycie się odpadów, które ze sklepów i biur trafiają na wysypisko. Kluczem do sukcesu jest odpowiednie zarządzanie sortowaniem odpadów i specjalistyczne szkolenia. Postawiliśmy na gospodarkę o obiegu zamkniętym, zwaną również cyrkularną, która umożliwia maksymalny recykling, upcykling i odzysk surowców przy jednoczesnym ograniczeniu nadmiernego korzystania z surowców naturalnych.

2019 rok



ponad
930 kg
elektrośmieci odebraliśmy od naszych klientów

25541
ton odzyskanych surowców

5,8%
mniej wytworzonych odpadów w porównaniu do danych z roku 2018

55,53%
poziom recyklingu

Selektywne sortowanie

Celem selektywnego sortowania jest poddanie odpadów recyklingowi i odzysk surowców, dzięki czemu możemy chronić środowisko naturalne. Aby maksymalnie ograniczyć liczbę odpadów i zwiększyć poziom recyklingu, szukamy innowacyjnych rozwiązań. Ponadto kontrolujemy naszych odbiorców odpadów, prowadzimy u nich audyty i sprawdzamy, jaką drogę faktycznie przebywają odpady.

Selektywna zbiórka

oznacza zbieranie następujących rodzajów odpadów



metale i tworzywa sztuczne | **szkło** | **papier** | **bio i zielone** | **zmieszane**

Pojemniki na odpady wykonane są z plastiku, który nadaje się do ponownego przetworzenia.

Poza wymienionymi pięcioma typami odpadów jako sieć handlowa sortujemy również odpady, które wytwarzane są podczas prowadzonej przez nas działalności. Są to przede wszystkim:

- folia i makulatura – makulatura trafia bezpośrednio do papierni, gdzie jest przerabiana na opakowania tekturowe, ręczniki jednorazowe itp.
- oleje pogrillowe – poddawane są procesom recyklingu i przeznaczone jako komponent do produkcji biopaliw
- odpady elektryczne i elektroniczne zebrane od naszych klientów – odpady te w 100% poddawane są recyklingowi
- odpady bio i komunalne – z naszych odpadów bio produkowany jest głównie kompost służący jako nawóz oraz biogaz wykorzystywany najczęściej do ogrzewania tych instalacji
- odpady pochodzenia zwierzęcego – odpady trafiają do zakładów przetwarzania, gdzie przerabiane są na mączkę mięsno-kostną, mającą zastosowanie w rolnictwie, tłuszcze utylizacyjne do wykorzystania w przemyśle farmaceutycznym i kosmetycznym.

Kartony, w których dostarczane są zamówienia złożone przez Auchan Direct w 100% pochodzą z recyklingu. Nasi klienci mogą je zwrócić dostawcy przy następnym zamówieniu. Kartony stopniowo wymieniamy na skrzynki wielokrotnego użytku, które pozwalają znacznie zredukować ilość odpadów, są bardziej wytrzymałe i przyczyniają się do zachowania świeżości towaru przez dłuższy czas.

#Sortujemy razem z klientami

Aby ułatwić sortowanie odpadów naszym klientom, w każdym sklepie Auchan zamontowaliśmy tzw. ekomebel – miejsce, do którego mogą wyrzucić zużyte odpady typu plastik, małe AGD, świetlówki i żarówki czy baterie.







Łącznie w latach

2018-2019

zorganizowaliśmy 13679,5 godzin szkoleń środowiskowych

8397
godzin – szkolenia e-learningowe

5282
godzin – szkolenia tradycyjne

Zielone sklepy i biura

Naszą ambicją było wprowadzenie sortowania 100% odpadów we wszystkich sklepach w Polsce do końca kwietnia 2020 roku. Sortujemy odpady każdego typu: bio, szkło, drewno, sprzęt elektryczny, baterie, papier. Współpracujemy z organizacją REKOPOL, partnerem, który wspiera nas merytorycznie w zakresie recyklingu, prowadzi szkolenia i warsztaty skierowane do pracowników. Dla każdego sklepu opracowaliśmy specjalny przewodnik, a kluczem do powodzenia tej inicjatywy było kształtowanie świadomości naszych pracowników na temat ochrony środowiska i korzyści płynących z recyklingu. Przygotowując się do wprowadzenia selektywnej segregacji odpadów, przeprowadziliśmy ankietę wśród pracowników, z których aż 86% zdecydowanie popierało tę zmianę. Pracownicy brali udział w szkoleniach e-learningowych z prawidłowej segregacji odpadów. W centrali zorganizowaliśmy również specjalne warsztaty z selektywnego sortowania dla 130 osób oraz konkurs „Jestem Eko", w ramach którego pracownicy zgłaszali pomysły na ekologiczne zamienniki dla plastikowych toreb.

Pojemniki do segregacji odpadów ustawione są również w magazynach. Tutaj zużywa się szczególnie dużo folii i makulatury, dlatego staramy się optymalizować proces logistyczny i redukować zużycie odpadów podczas nawet drobnych czynności. Przykładowo optymalne wypełnienie palet pozwala nam ograniczyć ilość folii wykorzystywanej do zabezpieczenia towaru.

Z biur Auchan zniknęły kosze na śmieci, do których można było wrzucić każdy rodzaj odpadu; zostały one zastąpione pojemnikami do selektywnego sortowania. Wszystkie odpady wysortowane przez pracowników trafiają do odzysku i recyklingu. Z kolei ze stołówek pracowniczych wycofujemy jednorazowe naczynia.

Dla pracowników zorganizowaliśmy również akcję uświadamiającą „Drukuj z głową", której założeniem było zwrócenie uwagi na fakt, że każda, nawet najprostsza czynność jak wydruk dokumentów ma wpływ na środowisko naturalne. Nasi pracownicy chętnie wspierają akcje środowiskowe, np. zbiórki nakrętek i innych niepotrzebnych rzeczy, które mogą się przydać innej osobie. Organizujemy naprawy starych rzeczy, umożliwiające ponowne ich wykorzystanie.





Razem odpowiedzialni

Razem zmieniamy nasze nawyki – akcje z klientami

Do selektywnego sortowania zapraszamy naszych klientów, którzy mogą przynieść do sklepów Auchan zużyty sprzęt elektryczny i elektroniczny, baterie, olej, świetlówki fluorescencyjne itp. Klienci są proszeni również do korzystania z odpowiednio oznaczonych pojemników na śmieci w trakcie robienia zakupów. W latach 2018-2019 zapraszaliśmy klientów do wielu akcji na rzecz środowiska. Od drobnych działań, jak zbieranie plastikowych nakrętek i butelek na wybrany cel społeczny, po realne zaangażowanie na rzecz wsparcia ochrony środowiska.

Drugie życie rzeczy – akcje z klientami i dostawcami

Bardzo lubimy organizować akcje edukacyjne we współpracy z naszymi dostawcami. Dobrze jest mieć wspólne cele nie tylko na polu biznesowym, ale również środowiskowym. Takie akcje dają również większą wartość naszym klientom. Razem z Tefal zorganizowaliśmy akcję „Zamień stare patelnie na nowe", w ramach której nasi klienci za oddaną do sklepu starą patelnię otrzymywali 50% kupon rabatowy na zakup nowego produktu. W ramach tej akcji udało się zebrać blisko 6000 starych patelni i odzyskać surowiec, który następnie został wykorzystany ponownie.

Inną inicjatywą na rzecz gospodarki o obiegu zamkniętym była akcja „Stary plecak na Nowy", odbywająca się w ramach większego projektu Back to School 2019 (więcej na ten temat na stronie 80). Za każdy stary plecak klienci otrzymywali 30% kupony rabatowe. Łącznie zebraliśmy 25 756 plecaków i każdy z nich wrócił do obiegu – plecaki w dobrym stanie zostały przekazane do ponownego użytkowania, a dochód z ich sprzedaży został przekazany na organizacje społeczne wspierające dzieci i młodzież. Z kolei plecaki zbyt zniszczone, aby móc z nich ponownie korzystać, zostały poddane tzw. recyklingowi przemysłowemu – w ten sposób udało się odzyskać 159 pudeł plecaków.







Według danych Światowej Organizacji Zasobów zaledwie

2,5%

zasobów wodnych na Ziemi to woda pitna

Ekologiczna moda

Dobrym przykładem gospodarki cyrkularnej i powrotu zużytych materiałów do obiegu jest linia sportowych ubrań InExtenso zaprojektowana z użyciem poliestru z recyklingu. Jest to efekt dołączenia Auchan do międzynarodowej inicjatywy przedstawicieli sektora mody i tekstyliów o nazwie Fashion Pact, która działa na rzecz ograniczenia globalnego ocieplenia, przywrócenia różnorodności biologicznej i ochrony oceanów. Wprowadziliśmy do oferty tzw. ekologiczne jeansy, przy produkcji których oszczędzamy więcej wody niż w normalnym procesie, zużywamy mniej energii elektrycznej oraz wykorzystujemy materiały pochodzące z recyklingu. W 2019 roku 20% ubrań pod marką InExtenso wspierało realizację celów Fashion Pact. Naszą ambicją jest, aby w 2022 roku było to już 40%.

Według danych Światowej Organizacji Zasobów jedynie 2,5% zasobów wodnych na Ziemi to woda pitna. W Europie średnia ilość wody pitnej przypadająca na jednego mieszkańca wynosi około 4500 m^3/rok, podczas gdy w Polsce jest to aż 2,5 razy mniej i na jedną osobę przypada tylko 1800 m^3 wody na rok. Zapotrzebowanie na wodę w naszym kraju jest jednak 3-10 razy wyższe, stąd znajdujemy się w grupie państw, którym grozi deficyt wody. Sytuację pogarszają postępujące zmiany klimatu i związane z nimi nasilające się zjawiska suszy oraz bezśnieżne zimy. Dlatego tak ważna jest odpowiednia polityka gospodarowania wodą.

Zmniejszamy ślad węglowy

Zmniejszenie śladu węglowego

to jeden z kluczowych filarów strategii Auchan Retail Polska, w ramach którego zobowiązaliśmy się do

zmniejszenia emisji dwutlenku węgla podczas transportu towarów o 20%

zaopatrzenia w 50% w energię ze źródeł odnawialnych lub o niskim zużyciu węgla

zredukowania o 25% konsumpcji energii w naszych sklepach

Aby te cele osiągnąć, koncentrujemy się na tworzeniu nowej generacji handlu, łącząc tradycyjne formy robienia zakupów z nowoczesnymi. Nowe ścieżki zakupowe, jak model drive, zakupy online, autonomiczne sklepy czy możliwość szybkiej dostawy do domu – ta różnorodność stawia przed nami wyzwania związane z ograniczeniem negatywnego wpływu naszej działalności na środowisko.

Kluczowym kierunkiem działań na rzecz środowiska naturalnego jest zmniejszenie śladu węglowego Auchan. Aby to osiągnąć, podejmujemy działania na rzecz ograniczenia emisji dwutlenku węgla podczas transportu, redukcji konsumpcji energii w sklepach oraz zwiększenia udziału energii bez węgla. Zużycie CO_2 mierzymy w całym łańcuchu wartości, szczególnie biorąc pod uwagę transport, zużycie energii, cykl życia produktów i odpady.

Zrównoważony transport

Aby ograniczyć wpływ emisji CO_2 na środowisko, współpracujemy z partnerami, którzy stosują proekologiczne technologie i rozwiązania w zakresie parku maszynowego, produkcji i transportu. Optymalizujemy planowanie tras w transporcie towarów z magazynów do sklepów oraz ze sklepów do domu klienta. Od lat używamy ciężarówek pozwalających na przewóz podczas jednego transportu różnych rodzajów produktów w innych temperaturach, dzięki czemu optymalizujemy liczbę przejazdów. Pracujemy również nad optymalnym wypełnieniem palet oraz samochodów dostawczych. W niedalekiej przyszłości planujemy wprowadzenie pojazdów niskoemisyjnych.

Naszym celem jest zmniejszenie

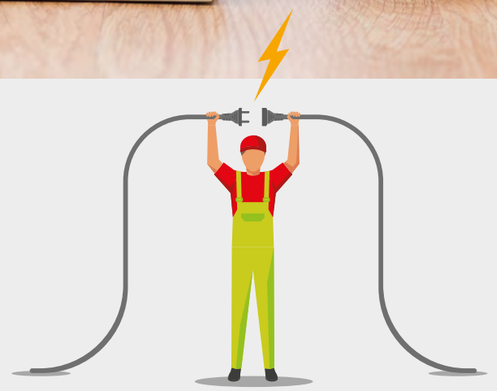
o 20% emisji CO_2

w transporcie, w całym procesie logistycznym





W 2019 roku we wszystkich sklepach Auchan zaoszczędziliśmy blisko 12 GWh,



co odpowiada zużyciu energii przez 12 000 gospodarstw domowych

Niebieskie palety

W ramach optymalizacji łańcucha dostaw Auchan i zmniejszania śladu węglowego w logistyce zleciliśmy przeprowadzenie analiz, które wykazały, że zastąpienie zwykłej drewnianej palety plastikową, niebieską europaletą CHEP pozwala skrócić czas przyjęcia dostawy o 39% i zwiększyć efektywność pracy w sklepie aż o 64%. To rozwiązane tzw. poolingowe, co oznacza, że palety są wynajmowane, do wielokrotnego użytku, w ciągłym obiegu. Co więcej, dzięki wymianie palet udało się wyeliminować zbędne procesy w magazynach, np. kontrolę palet, formalności z nimi związane czy zwrot palet do dostawców.

W 2019 roku niebieskie palety dostarczane do magazynów stanowiły 30% całości. Dzięki temu udało nam się:

1. zmniejszyć zużycie drewna o 735 drzew,
2. zmniejszyć emisję dwutlenku węgla o 876 529 kg, co jest równe przejechaniu 5 milionów km autem,
3. zmniejszyć produkcję odpadów o 71 612 kg (to roczne zużycie odpadów przez 151 osób).

Sklepy z dobrą energią

W redukcji emisji dwutlenku węgla pomaga nam plan racjonalnego wykorzystania energii i zobowiązanie do poszukiwania rozwiązań wykorzystujących energię ze źródeł odnawialnych. Do 2022 roku ograniczymy zużycie energii w sklepach i wprowadzimy co najmniej 50% energii ze źródeł odnawialnych lub o niskim wykorzystaniu węgla.

W 2018 roku w porównaniu z rokiem poprzednim we wszystkich sklepach w Polsce zmniejszyliśmy zużycie energii o łącznie 10%, a rok później o kolejne 4%. Było to możliwe dzięki inwestycjom w nowe, energooszczędne technologie. Przede wszystkim wprowadzamy oświetlenie LED w sklepach, na zapleczu oraz parkingach, montujemy nowe systemy chłodzące i meble chłodnicze. W zmniejszaniu śladu węglowego wspiera nas również ograniczenie wycieku czynnika chłodzącego i fenoli z lodówek i chłodni. Prowadzimy inwestycje związane z zarządzaniem systemami wentylacji HVAC czy uruchomieniem instalacji pompy ciepła.

Godzina dla Ziemi

Obchodzona co roku na całym świecie akcja Godzina dla Ziemi została zainicjowana przez organizację WWF. Jej celem jest zachęcenie do wyłączenia na jedną godzinę urządzeń elektrycznych w domach i biurach, aby poprzez to uświadamiać, że małe gesty mogą mieć duże znaczenie dla ochrony środowiska. Ta symboliczna akcja co roku jest dla nas okazją do zrobienia czegoś więcej i dodatkowego zaangażowania w projekt, który przynosi realne korzyści środowisku. W 2018 roku pod hasłem „Ratujmy serce Karpat" zachęcaliśmy do podpisania petycji w sprawie utworzenia Turnickiego Parku Narodowego, natomiast w 2019 roku zaangażowaliśmy się w kampanię „Ty też niszczysz swój dom" i podpisanie apelu na rzecz rozpatrywania ustaw pod kątem ich wpływu środowiskowego. Co więcej, zawsze w ramach akcji Godzina dla Ziemi zachęcamy naszych klientów i pracowników do zmiany drobnych nawyków i myślenia o tym, że los naszej planety leży również w ich rękach.





Auchan | RETAIL
POLSKA

Bardzo cieszymy się, że mogliśmy zaprezentować nasz kolejny raport, opisujący działalność Auchan w Polsce z punktu widzenia wkładu firmy w zrównoważony rozwój środowiska i społeczeństwa, etyki i partnerskich relacji biznesowych. Stale wdrażamy innowacyjne rozwiązania i wychodzimy naprzeciw wyzwaniom stawianym przez naszych klientów i otoczenie rynkowe.

Serdecznie dziękujemy wszystkim współpracownikom Auchan Retail Polska, którzy przyczynili się do powstania tego raportu. Dziękujemy za Wasz czas, dobre rady i konsultacje. Bez Was ten raport nie mógłby powstać.

Kontakt

Zapraszamy do kontaktu wszystkich, którzy chcieliby podzielić się z nami swoją opinią o raporcie. Wszelkie pytania dotyczące niniejszego raportu prosimy kierować do Doroty Patejko – Dyrektor ds. Komunikacji i CSR Auchan Retail Polska d.patejko@auchan.pl – i Działu Komunikacji Auchan.

www.auchan.pl

auchan.retail.polska

auchan_polska

auchan

Przy raporcie pracowali:

Projekt graficzny i skład – Agencja Reklamowa ArtGroup
Zdjęcia i ilustracje – Paweł Stelmach, Adobe Stock, Havas

Auchan | RETAIL
POLSKA

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

tel. 22 703 82 32
www.auchan.pl
NIP: 526-03-09-174

Sąd Rejonowy dla
m. st. Warszawy
XIV Wydział Gospodarczy
KRS: 0000032892
Kapitał zakładowy:
906 928 900 PLN