



Auchan | RETAIL
POLSKA

**Raport
Zrównoważonego Rozwoju**

**2024
2025**

SPIS TREŚCI



Wprowadzenie



Zarządzanie

Kultura organizacyjna Auchan



Nasza działalność

Tworzenie wartości w modelu
biznesowym



Miejsce pracy

Ludzie w centrum działań organizacji



Spółeczeństwo

Wpływ, który zobowiązuje



Środowisko

Podejście Auchan do zarządzania
wpływem środowiskowym



O raporcie

LIST PREZESA

Szanowni Państwo, drodzy Klienci!

Zakupy są nieodłącznym elementem codziennego życia milionów Polaków. Dla klientów liczy się dostępność produktów, ich jakość oraz atrakcyjna oferta. Naszym zadaniem jest jednak patrzeć szerzej.

Ponieważ za tą codziennością kryje się znacznie więcej.

Za każdą półką, każdym produktem i każdą usługą stoją ludzie. To tysiące współpracowników, partnerów biznesowych i dostawców, którzy każdego dnia pracują nad tym, aby zakupy w naszych sklepach były nie tylko wygodne i dostępne, ale również coraz bardziej zrównoważone. To właśnie dzięki ich zaangażowaniu Auchan rozwija się pozostając blisko klientów i lokalnych społeczności, **w latach 2024-2025** otworzyliśmy **9 nowych placówek**, a nasza sieć **liczy już 113 sklepów** w całej Polsce.

Wierzymy, że nowoczesny handel powinien odpowiadać na wyzwania współczesnego świata. Dlatego rozwijając biznes, nie tracimy z oczu spraw, które mają znaczenie dla ludzi i środowiska.

Konsekwentnie ograniczamy nasz wpływ na klimat, w latach 2024-2025 zmniejszyliśmy całkowite emisje gazów cieplarnianych o około **10% względem roku bazowego 2020**. Stale podejmujemy działania na rzecz ograniczania marnowania żywności. W latach 2024-2025 przekazaliśmy **4 124 tony** żywności naszemu partnerowi Bankom Żywności.

Jako firma obecna w wielu lokalnych społecznościach czujemy, że naszym obowiązkiem jest reagowanie na sytuacje, które dotyczą naszych klientów, pracowników i sąsiadów.

Wsparliśmy mieszkańców terenów dotkniętych powodzią, przekazując **500 tysięcy złotych** oraz pomoc rzeczową na rzecz poszkodowanych.

Nie byłoby to możliwe bez ludzi tworzących Auchan. Od wielu lat jesteśmy wyróżniani tytułem **Top Employer**, co traktujemy nie tylko jako powód do dumy, ale przede wszystkim potwierdzenie, że tworzenie dobrego miejsca pracy jest jednym z fundamentów naszego rozwoju. Chcemy budować środowisko oparte na szacunku, współpracy i różnorodności, w którym każdy może rozwijać swoje kompetencje i mieć realny wpływ na wspólny sukces. Wpływ ten ma także wymiar właścicielski, **ponad 96%** naszych pracowników jest **akcjonariuszami firmy**, dzięki czemu współtworzy jej przyszłość nie tylko poprzez codzienną pracę, ale również poprzez zaangażowanie w jej długofalowy rozwój.

Przekazuję Państwu kolejny Raport Zrównoważonego Rozwoju Auchan Polska. To opowieść o decyzjach, działaniach i efektach naszej pracy, ale także o wyzwaniach, które wciąż stoją przed nami. Zachęcam do lektury i poznania działań, które podejmujemy, aby tworzyć wartość nie tylko dla naszej organizacji, ale także dla otoczenia, którego jesteśmy częścią.

Serdecznie zapraszam do tej podróży.



Alexandre Saussard
Prezes Zarządu Auchan Polska



1

ZARZĄDZANIE

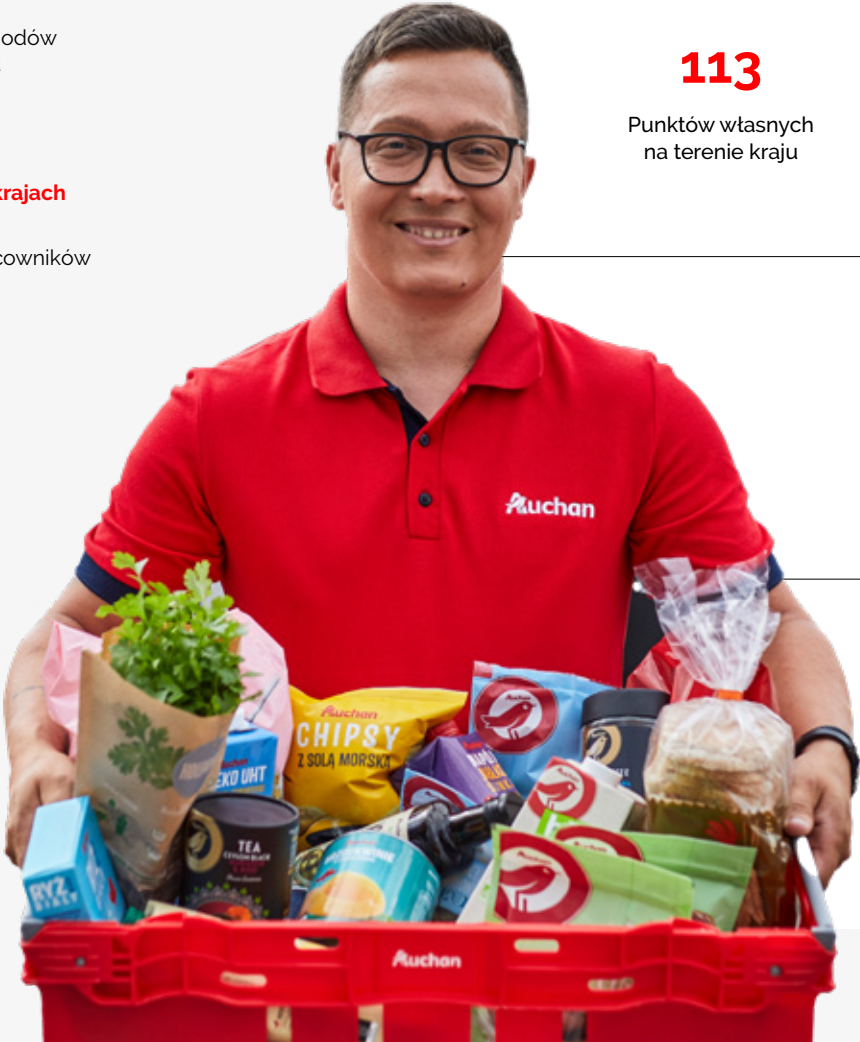
Obsługujemy miliony klientów, koncentrując się na zapewnieniu szerokiej dostępności produktów w konkurencyjnych cenach.



KLUCZOWE WSKAŹNIKI EFEKTYWNOŚCI

Globalnie

- 35 miliardów euro przychodów ze sprzedaży w 2025 roku
- 1,3 miliarda euro EBITDA
- Działamy globalnie w 12 krajach
- Zatrudniamy 152 761 pracowników



Polska

113

Punktów własnych na terenie kraju

111

Otwartych Sklepów convenience Easy Auchan

37

Sklepów franczyzowych

14 500

Pracowników

500 000 zł

na wsparcie mieszkańców terenów dotkniętych powodzią

2 820

Dostawców

4 124 tony

żywności przekazanej Bankom Żywności w latach 2024-2025

NAGRODY I WYRÓŻNIENIA

W latach 2024-2025 Auchan otrzymał nagrody i wyróżnienia potwierdzające zgodność naszych działań z deklarowanymi zobowiązaniami społecznymi. Traktujemy je jako zewnętrzną weryfikację standardów w obszarze pracy, współpracy z partnerami oraz zaangażowania na rzecz społecznośc lokalnych.

Listki ESG

W 2024 roku otrzymaliśmy Srebrny Listek ESG POLITYKI w XIII Rankingu Firm Odpowiedzialnych Społecznie za rok 2023. Wyróżnienie to przyznawane jest firmom, które wdrażają wysokiej jakości rozwiązania i ujawniają informacje związane z ich działalnością w obszarze ESG. Otrzymanie Srebrnego Listka potwierdza systemowe podejście Auchan do zarządzania kwestiami środowiskowymi, społecznymi i ładu korporacyjnego.

Top Employer

Po raz kolejny nasze podejście do pracowników zostało docenione tytułem Top Employer Polska, który przyznawany jest firmom, które przejdą szczegółowy audyt obejmujący m.in. strategię HR, warunki pracy, rozwój talentów, różnorodność i inkluzywność, wellbeing oraz kulturę organizacyjną.

Hermesy Handlowe

Na XXIV Ogólnopolskim Spotkaniu Czołowych Postaci Świata FMCG i HoReCa otrzymaliśmy prestiżową statuetkę Hermesa Handlowego „Poradnika Handlowca”, w kategorii sieć franczyzowa.

Retail Business Awards

Nasza firma zdobyła tytuł laureata w kategorii „Lider Odpowiedzialności” w ramach Retail Business Awards – jednego z najważniejszych i największych wydarzeń związanych z branżą retail.

Firma dobrze widziana

Otrzymaliśmy tytuł „Firma Dobrze Widziana” w ramach ogólnopolskiego konkursu organizowanego przez Business Centre Club. Jego celem jest promowanie firm, które prowadzą działalność zgodnie ze standardami ESG i podejmują działania na rzecz budowania świadomości o zrównoważonym rozwoju.

Rok 2024 przyniósł nam ważne potwierdzenie, że działania Auchan są zauważane i oceniane pozytywnie przez niezależne instytucje. Otrzymane wyróżnienia obejmują obszary ESG, odpowiedzialnego przywództwa w handlu, docenienie naszej marki pracodawcy oraz jakość współpracy i standardów działania. To dla nas motywacja, by konsekwentnie rozwijać rozwiązania, które realnie wspierają ludzi i środowisko.

**Docenieni za odpowiedzialność.
Zmotywowani do dalszych zmian.**

Top Employer

Certyfikacja Top Employer wpisuje się w nasze starania o zapewnienie najwyższych standardów pracy. Uzyskanie tego tytułu wymaga wnikliwej analizy i badań przeprowadzonych przez niezależny Top Employer Institute. Certyfikat ten jest dowodem dbałości firmy o pracowników, ale także zobowiązaniem, które traktujemy bardzo poważnie.

Lider różnorodności

Too Good To Go wyróżnił partnerów, którzy w szczególny sposób przyczyniają się do ograniczania marnowania żywności oraz promowania odpowiedzialnych postaw konsumenckich. Auchan Polska otrzymał nagrodę w kategorii „Lider różnorodności” za skuteczne działania na rzecz niemarnowania żywności, w tym oferowanie szerokiego wyboru – „Paczek niespodzianek”, które wspierają ratowanie produktów przed zmarnowaniem i zachęcają klientów do bardziej zrównoważonych wyborów.

Blix Awards

Znaleźliśmy się w gronie laureatów 6. edycji Blix Awards - Wybór Konsumentów 2025, zdobywając wyróżnienie w kategorii „Zdrowa żywność” w grupie hipermarketów. Nagroda została przyznana na podstawie opinii 145 tys. konsumentów i potwierdza wysoką ocenę jakości oferty, doświadczeń zakupowych oraz działań wspierających zdrowe wybory klientów.

Konsumencki Lider Jakości

Pierwsze miejsce w kategorii „Hipermarkety” w programie Konsumencki Lider Jakości 2025, daje nam prawo do postępowania się Złotym Godłem Konsumencki Lider Jakości 2025 - symbolem zaufania i uznania polskich konsumentów. Wyróżnienie jest przyznane na podstawie ogólnopolskiego badania, realizowanego przez redakcję Strefa Gospodarki i opiera się wyłącznie na opiniach konsumentów. W edycji 2025 udział wzięło ponad 15 tys. respondentów, którzy oceniali jakość, wiarygodność i wizerunek marek obecnych na polskim rynku.

Złoty Laur Konsumenta

Zostaliśmy uhonorowani Złotym Laurem Konsumenta 2025 w kategorii Najwyższa Jakość Produktów Marek Własnych. O nagrodzie zdecydowali sami konsumenci w ogólnopolskim plebiscycie, doceniając jakość, różnorodność i dostępność naszych produktów.

Retail Champion - Wybrany przez Konsumentów

Otrzymaliśmy wyróżnienie Biggest Progress Winners 2025 w kategorii Excellence in Technology - to najwyższa ocena postrzegania technologii sklepu, używanych aplikacji oraz zakupów online.

Nasi partnerzy doceniają nasze zaangażowanie

Auchan Polska został wyróżniony za hojność oraz wsparcie PCK w misji budowania lepszej przyszłości dla wszystkich. Sklep Auchan Wola otrzymał szczególne podziękowanie za współpracę, a Koordynatorka CSR Auchan Polska otrzymała odznakę honorową PCK IV stopnia.

2025

O AUCHAN: PROFIL ORGANIZACJI

Kim jesteśmy

W 2025 roku
wygenerowaliśmy
globalnie

1,3 mld

euro EBITDA

Na koniec 2025
nasza ekipa
na świecie liczy

152 761

osób

Jesteśmy międzynarodową grupą handlową wywodzącą się z **Francji**, działającą w **sektorze detalicznym** od 1961 roku. Nasz model biznesowy opiera się na sprzedaży szerokiego asortymentu produktów spożywczych i przemysłowych w różnych formatach: od hipermarketów i supermarketów, sklepów osiedlowych działających na zasadzie franczyzy po sklepy online.

Działamy globalnie w 12 krajach. Jesteśmy 35. największym pracodawcą na świecie zatrudniając 152 761 pracowników.

Obsługujemy miliony klientów, koncentrując się na zapewnieniu szerokiej dostępności produktów w konkurencyjnych cenach. **Współpracujemy z lokalnymi dostawcami**, wspierając krajowych producentów i budując trwałe relacje w tańcu wartości. Jednocześnie rozwijamy nasze działania w obszarze zrównoważonego rozwoju, podchodzimy do niego strategicznie, ograniczamy wpływ na środowisko i przeciwdziałamy marnowaniu żywności.



HISTORIA AUCHAN

Historia

Pierwszy sklep Auchan o powierzchni 600 m² został otwarty w **1961 roku** w Roubaix, na północy Francji, w dzielnicy Hauts-Champs, z inicjatywy Gérarda Mullieza. Od początku działalności firma wyróżniała się innowacyjnym podejściem do handlu, łącząc sprzedaż samoobsługową z modelem dyskontowym, co przyczyniło się do rozwoju nowoczesnej dystrybucji detalicznej. Auchan jest firmą prywatną, nienotowaną na giełdzie. Jej właścicielami są Stowarzyszenie Rodziny Mulliez oraz pracownicy spółki uczestniczący w akcjonariacie pracowniczym.

Nazwa Auchan pochodzi od dzielnicy Hauts Champs (czytaj: o-sza), w której pierwszy sklep otworzył Gérard Mulliez.

Sieć Auchan Polska

Historia Auchan w Polsce zaczęła się w **1996 roku** wraz z otwarciem pierwszego hipermarketu w Piasecznie pod Warszawą. Był to początek obecności Auchan na polskim rynku i wprowadzenie formatu hipermarketu oferującego pod jednym dachem zarówno szeroki wybór produktów spożywczych i przemysłowych, jak i usługi ułatwiające codzienne życie.

Istotnym etapem wzrostu było przejście sieci Real. Proces integracji i rebrandingu sklepów był realizowany etapowo w latach 2014-2016, w sumie 49 placówek Real zamieniono szyld na Auchan. W latach 1996-2025 uruchomiliśmy łącznie **113 sklepów**, w tym 9 nowych placówek w okresie raportowania 2024-2025, co obrazuje skalę oraz konsekwencję naszego rozwoju na rynku polskim.

CZŁONKOSTWA I INICJATYWY

Partnerstwa biznesowe i członkostwa

Jesteśmy członkiem wielu organizacji branżowych i inicjatyw międzynarodowych, w ramach których uczestniczymy w dialogu rynkowym i wymianie doświadczeń.



Polska Organizacja Handlu i Dystrybucji (POHiD)



Francuska Izba Przemysłowo-Handlowa (CCIFP)



Business Centre Club (BCC)



Polska Organizacja Pracodawców Osób Niepełnosprawnych (POPON)



United Nations Global Compact - na poziomie międzynarodowym

NASZA MISJA, WIZJA I WARTOŚCI

Misja

Sprawić, aby produkty i usługi związane z dobrą żywnością, pozyskaną z poszanowaniem środowiska stały się pożądane i ogólnie dostępne.

Wizja

Wizja 2032

Wizja 2032 to 10-letnie ambicje Auchan w zakresie kryteriów ekonomicznych, ludzkich, cyfrowych i środowiskowych. Stanowi podstawę i punkt odniesienia dla wszystkich naszych działań. Z niej wyrosła Strategia CSR, która jest kompleksowym planem realizacji naszych ambicji w zakresie CSR. Opiera się ona na kluczowym zdaniu: Jeść dobrze i żyć lepiej, chroniąc planetę. Ta wizja kieruje teraz wszystkimi naszymi wyborami w odniesieniu do naszych pracowników, klientów i partnerów.



Wartości

Zaufanie

Jest kluczem do skutecznej, troskliwej i znaczącej współpracy dla wszystkich. W nieustannie zmieniającym się świecie to właśnie zaufanie motywuje nas do budowania bogatych, trwałych relacji każdego dnia.

Otwartość

Otwartość to stan umysłu, który ma ogromne znaczenie i umożliwia zmiany. Ciekawość, entuzjazm, umiejętność stawiania sobie wyzwań, aby tworzyć biznes jutra.

Doskonałość

Pasja do produktów, usług i relacji. Wymaganie od siebie i innych tego, co najlepsze. Kierujemy się doskonałością: nie zadowolamy się byciem lepszymi, dążymy do oferowania wszystkim tego, co najlepsze.



STRUKTURA ZARZĄDCZA

Struktura zarządcza wspiera realizację Wizji 2032 poprzez jasno określony podział odpowiedzialności i procesów decyzyjnych. Zarząd Auchan wraz z osobami odpowiedzialnymi za określone obszary biznesowe i jednostki podziału terytorialnego tworzą wspólnie Komitet Dyrekcyjny.

Zarząd

Na dzień sporządzenia niniejszego raportu Zarząd spółki składa się z trzech osób: Prezesa Zarządu oraz dwóch Członków Zarządu. Alexandre Saussard jest Prezesem Zarządu (Dyrektorem General-

nym) Auchan Polska od czerwca 2023 roku, odpowiadając za transformację modelu biznesowego. W skład Zarządu wchodzi także Jan Starzyk (Dyrektor Finansów, Aktywów i Performance) oraz Stephane Bucaille (Sekretarz Generalny).

Komitet Dyrekcyjny

Komitet Dyrekcyjny liczy 11 osób, w tym 3 kobiety i 8 mężczyzn. W systemie premiowym członków Komitetu uwzględniono kryterium CSR. Odpowiada on za kierunki strategiczne, nadzór nad wynikami

finansowymi oraz integrację zrównoważonego rozwoju z działalnością operacyjną.

W 2025 roku nastąpiła zmiana w organizacji terytorialnej Auchan z 2 terytoriów w 2024 roku do 4 terytoriów. W związku z powyższym do Komitetu Dyrekcyjnego dołączyły dwie osoby:

- Marcin Herbaczewski, Dyrektor Terytorium Północny Wschód
- Katarzyna Tokarewicz, Dyrektor Terytorium Centrum.

KOMITET DYREKCYJNY 2025*

ALEXANDRE SAUSSARD
PREZES AUCHAN RETAIL POLSKA

JEDNOSTKI WG PODZIAŁU TERYTORIALNEGO				FUNKCJE BIZNESOWE					
Terytorium Północny Wschód	Terytorium Południe	Terytorium Centrum	Terytorium Północny Zachód	Sekretariat Generalny: Kontrola Wewnętrzna, CSR, Compliance, Bezpieczeństwo, DAI	Dział Skuteczności Ekonomicznej & Operacyjnej, Data, SI, Projekty	Dyrekcja Produktów, Dział Logistyki i Łańcucha Dostaw	Dyrekcja Zasobów Ludzkich	Dział Marketingu i Konceptów Handlowych	Franczyza i Partnerstwa
Dyrektor Terytorium Marcin Herbaczewski	Dyrektor Terytorium Paweł Jarczyk	Dyrektorka Terytorium Katarzyna Tokarewicz	Dyrektorka Terytorium i eCommerce Ewa Malecka	Sekretarz Generalny Stephane Bucaille	Dyrektor Finansów, Aktywów i Performance Jan Starzyk	Dyrektor Produktów Radostaw Dac	Dyrektor Zasobów Ludzkich Arkadiusz Mika	Dyrektorka Marki, Klienta Aleksandra Sianecka	Dyrektor Terytorium Franczyza i Partnerstwa Laurent Dellablanche

*Stan na 31.12.2025

KLUCZOWI INTERESARIUSZE AUCHAN

Zdanie i potrzeby naszych interesariuszy są dla nas bardzo istotne, oferujemy wiele kanałów komunikacji umożliwiających nam dotarcie do nich, a im do nas.

Komunikacja z kluczowymi interesariuszami

Dialog z interesariuszami to stały element naszego zarządzania, pozwala nam lepiej rozumieć oczekiwania otoczenia i podejmować trafne decyzje. Poniżej przedstawiamy, jak prowadzimy tę komunikację i z jakich narzędzi korzystamy:

Interesariusze społeczni

Spółeczność lokalna

Komunikacja prowadzona jest poprzez specjalne akcje i spotkania w sklepach, lokalne inicjatywy i projekty społeczne, materiały informacyjne (plakaty, ulotki), stronę internetową oraz raporty CSR.

Środowisko

Komunikacja i działania obejmują szkolenia pracowników, zarządzanie zasobami, politykę środowiskową, kampanie edukacyjne skierowane do klientów oraz raporty CSR.



Interesariusze ekonomiczni

Klienci

Komunikacja odbywa się poprzez gazetki, aplikację mobilną, media społecznościowe (Facebook, LinkedIn, Instagram), formularze kontaktowe, kanał YouTube oraz raporty CSR.

Dostawcy

Komunikacja prowadzona jest poprzez spotkania, e-mail, kontakt telefoniczny, stronę internetową, formularze kontaktowe oraz raporty CSR.

Interesariusze wewnętrzni

Pracownicy

Komunikacja odbywa się m.in. poprzez regularne spotkania, Forum Pracownicze, e-maile, newslettery, intranet, wideokonferencje, telewizory, webinary, wydarzenia wewnętrzne, badania satysfakcji i zaangażowania oraz raporty CSR.

Akcyonariusze

Komunikacja obejmuje spotkania, stronę internetową, komunikację wewnętrzną, walne zgromadzenia akcyonariuszy (także w formie streamingu na żywo) oraz raporty CSR.

STRATEGIA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Strategia CSR Auchan

Nasza **Strategia CSR** jest precyzyjnym, technicznym planem realizacji naszych ambicji w zakresie CSR, została podzielona na **3 filary (Ludzie, Planeta, Żywność - People, Planet, Food)** i **10 zobowiązań**. Zawiera listę naszych priorytetowych celów i środków do ich osiągnięcia poprzez serię konkretnych planów działania. Określa jasne wytyczne dla naszych zespołów dotyczące przyszłych projektów CSR.



Jej wpływ jest:

- wyrażony poprzez pomiar naszych **wyników pozafinansowych**,
- odzwierciedlony w naszym zaangażowaniu na rzecz **interesariuszy**,
- ucieleśniony w **odpowiedzialnym zarządzaniu**.

STRATEGIA CSR AUCHAN

3 FILARY I 10 ZOBOWIĄZAŃ

ŻYWNOSC

Dobre odżywianie



- Dbanie o wysoką jakość żywności
- Oferowanie przystępnej i odpowiedzialnej gamy produktów
- Pomaganie klientom lepiej się odżywiać

LUDZIE

Lepsza jakość życia



- Tworzenie wartości wspólnie
- Działanie jako społeczność, w sercu terytorium
- Promowanie solidarności dla i między naszymi pracownikami

PLANETA

Troska o planetę



- Dekarbonizacja naszego łańcucha wartości
- Ochrona bioróżnorodności
- Koniec z marnotrawstwem
- Walka z zanieczyszczeniem plastikiem

Osie strategiczne CSR

Filary strategii zrównoważonego rozwoju Auchan - dobre odżywianie, lepsza jakość życia oraz troska o planetę - zostały przełożone na osie strategiczne obejmujące priorytetowe obszary, cele oraz środki ich realizacji. Stawiają one ramy dla planowania i wdrażania konkretnych działań oraz wyznaczają jasne kierunki dla zespołów odpowiedzialnych za realizację projektów CSR.

Wybrane osie:

- # Oś 6: Informowanie i podnoszenie świadomości naszych klientów
- # Oś 9: Odpowiedzialne produkty spożywcze
- # Oś 12: Komunikacja o przewagach Auchan
- # Oś 13: Redukcja marnotrawstwa żywności
- # Oś 14: Autonomia energetyczna
- # Oś 18: Dekarbonizacja naszej oferty
- # Oś 19: Gospodarka o obiegu zamkniętym



Cele zrównoważonego rozwoju

Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ (SDGs) są fundamentem strategii Auchan. W ramach Wizji 2032 realizujemy SDGs bezpośrednio odnoszące się do naszych obszarów strategicznych.



Auchan Polska realizuje ten cel poprzez strategie dostępności cenowej i partnerstwa społeczne. Firma oferuje szeroki asortyment produktów o wysokiej jakości w przystępnych cenach. Sieć angażuje się w akcje filantropijne wspierające osoby w trudnej sytuacji.



W Auchan konsekwentnie rozwijamy inicjatywy mające na celu ograniczanie marnowania żywności (współpraca z Bankami Żywności), wspomagające ratowanie żywności z krótkim terminem przydatności i rozwiązania, które poprawiają efektywność łańcucha dostaw, by zminimalizować straty w żywności. *Więcej informacji w rozdziale Społeczeństwo.*



Wspieramy edukację poprzez liczne inicjatywy edukacyjne oraz programy współpracy ze środowiskiem akademickim i zawodowym (np. praktyki, staże). Edukacja jest elementem działań budujących kompetencje pracowników i świadomość konsumentów w obszarze odpowiedzialnej konsumpcji.



Prowadzimy działania wzmacniające kulturę organizacyjną opartą na równości szans i przeciwdziałaniu dyskryminacji. Nasze podejście do różnorodności i inkluzyjności znajduje odzwierciedlenie zarówno w procesach rekrutacyjnych, jak i w systemach awansu oraz rozwoju kompetencji. Zapewniamy równy dostęp do stanowisk wszystkich poziomów, promując udział kobiet w zarządzaniu i w strukturach decyzyjnych. *Więcej w rozdziale Miejsce pracy.*



Inwestujemy w modernizację sklepów z myślą o efektywności energetycznej i promujemy ofertę energooszczędnych produktów. Prowadzimy działania optymalizacyjne w ramach programów dekarbonizacyjnych oraz inwestycje w fotowoltaikę, które wspierają efektywne wykorzystanie energii. *Więcej w rozdziale Środowisko.*



Zapewniamy klarowne zasady wynagradzania, rozbudowany pakiet świadczeń pozapłacowych oraz wysoki poziom bezpieczeństwa i higieny pracy. Jednocześnie inwestujemy w podnoszenie kompetencji zespołu i tworzenie środowiska sprzyjającego długoterminowej współpracy. Pozycja w rankingach pracodawców potwierdza, że przyjęte rozwiązania mają wymiar operacyjny. *Więcej w rozdziale Zarządzanie.*



Stosujemy polityki przeciwdziałania dyskryminacji i promujemy inkluzywność zarówno w ramach zatrudnienia, jak i działań społecznych, co przekłada się na bardziej sprawiedliwy dostęp do możliwości zawodowych i usług. *Więcej w rozdziale Miejsce pracy.*



Działania naszej sieci obejmują promowanie zrównoważonej konsumpcji, współpracę z dostawcami nad ofertą niskoemisyjną oraz edukację klientów. *Więcej w rozdziale Nasza działalność.*



Realizujemy strategię dekarbonizacji obejmującą redukcję emisji CO₂ w operacjach i logistyce. Prowadzimy liczne działania w tym zakresie. *Więcej informacji w rozdziale Środowisko.*



Budujemy silne partnerstwa z organizacjami pozarządowymi, lokalnymi społecznościami i innymi interesariuszami, a także należymy do międzynarodowych inicjatyw. *Więcej w rozdziale Zarządzanie.*

Strategiczne podejście do CSR

Strategiczne podejście do CSR w naszej organizacji znajduje odzwierciedlenie w działaniach Komitetu CSR, który przekłada założenia strategiczne na konkretne inicjatywy, decyzje i mierzalne efekty biznesowe oraz społeczne. Rolą Komitetu jest koordynacja wszystkich działań związanych z CSR, przede wszystkim w ramach wyżej wymienionych obszarów.

Realizując swoją misję, Komitet CSR wykonuje między innymi następujące działania:

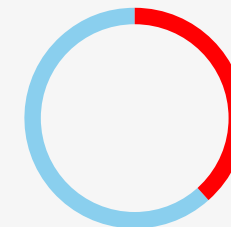
- **Opracowywanie strategii CSR:** Komitet CSR jest odpowiedzialny za formułowanie i rozwijanie strategii CSR firmy zgodnie z podstawowymi wartościami i celami biznesowymi organizacji.
- **Wdrażanie inicjatyw CSR:** Zadaniem Komitetu jest wdrażanie różnych inicjatyw i programów CSR, które są zgodne z ustalonymi strategiami CSR dotyczącymi planety, ludzi i żywności. Nadzoruje on realizację tych inicjatyw, zapewniając, że są skutecznie zintegrowane z działaniami firmy.
- **Monitorowanie i raportowanie:** Komitet CSR jest odpowiedzialny za monitorowanie postępów inicjatyw CSR i ocenę ich wpływu. Często ustala kluczowe wskaźniki wydajności (KPI) i regularnie ocenia wyniki firmy w odniesieniu do tych wskaźników. Ponadto jest odpowiedzialny za przygotowywanie raportów CSR, które informują interesariuszy, w tym pracowników, inwestorów, klientów i opinię publiczną o działaniach firmy w zakresie CSR, ich wpływie i planach na przyszłość.

Koncentrując się na tych kluczowych misjach Komitet CSR odgrywa kluczową rolę w zapewnieniu, że firma działa w sposób społecznie odpowiedzialny i zrównoważony, wnosząc pozytywny wkład w społeczeństwo, jednocześnie wspierając długoterminowy sukces biznesowy.

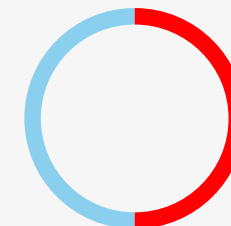
Skład Komitetu CSR:

1	Sekretarz Generalny Auchan	Przewodniczący Komitetu
2	Dyrektorka CSR	
3	Przedstawicielka HR Dyrekcji Generalnej	
4	Przedstawicielka HR Sklepów	
5	Przedstawiciel Sklepów	
6	Dyrektor Skuteczności Ekonomicznej	
7	Dyrektorka Techniczna	
8	Dyrektorka Marki	
9	Przedstawiciel Dyrekcji Produktów	
10	Dyrektor Działu Zakupów Pośrednich	
11	Dyrektorka Komunikacji	
12	Dyrektor Transportu i Logistyki	
13	Dyrektor ESG Leroy Merlin	Zewnętrzny Członek Komitetu
14	Przedstawicielka Komitetu Dyrekcji	Honorowa Członkini Komitetu

Rozkład płci w Komitecie CSR w roku 2024



Rozkład płci w Komitecie CSR w roku 2025



ETYKA I COMPLIANCE

Kultura organizacyjna

Kultura organizacyjna w Auchan opiera się na jasno określonych zasadach i zgodności z obowiązującymi standardami. Jest wspierana przez systemowe działania, które wzmacniają postawy etyczne oraz wspierają pracowników i kadrę zarządzającą w ich codziennej pracy. Filarem są nasze dokumenty etyczne oraz szkolenia:

Karta Etyki

Karta Etyki Auchan opisuje zasady, którymi kierujemy się w codziennej działalności oraz w relacjach z kluczowymi grupami interesariuszy. W dokumencie porządkujemy podejście do współpracy wewnętrznej, w tym kwestie poszanowania praw podstawowych, przeciwdziałania dyskryminacji i molestowaniu, warunków pracy, bezpieczeństwa i higieny, zasad lojalności, unikania konfliktów interesów, poufności oraz ochrony prywatności. Określamy również ramy dotyczące rozwoju zawodowego, bezstronności i zasad dzielenia się informacjami.

Karta obejmuje także standardy odnoszące się do relacji z klientami, partnerami zewnętrznymi, akcjonariuszami oraz otoczeniem społecznym, w szczególności w obszarze jakości produktów i usług, przejrzystości informacji, zasad współpracy handlowej, rzetelności danych finansowych i pozafinansowych oraz odpowiedzialności za wpływ prowadzonej działalności.



Kodeks Etyki Handlowej

Kodeks Etyki Handlowej określa standardy w zakresie etyki przeciwdziałania korupcji oraz odpowiedzialnego prowadzenia działalności gospodarczej, którego oczekujemy od siebie i naszych partnerów biznesowych. Kontrahenci zobowiązani są do zapoznania się z zasadami wskazanymi w Kodeksie przed rozpoczęciem współpracy i stanowi on element umów zawieranych przez Auchan. W ramach zawieranych umów partnerom biznesowym przekazywane są również informacje o kanałach zgłaszania nieprawidłowości, co umożliwia bezpieczne raportowanie podejrzeń dotyczących naruszeń.

Kodeks postępowania antykorupcyjnego

Kodeks postępowania antykorupcyjnego to dokument skierowany do współpracowników, który porządkuje i integruje wszystkie obowiązujące w organizacji procedury antykorupcyjne. Określa zasady postępowania w sytuacjach potencjalnego konfliktu interesów, przyjmowania i wręczania prezentów oraz zaproszeń, a także w relacjach z przedstawicielami administracji publicznej.

Wyjaśnia, czym jest korupcja, jakie może przybierać formy oraz jednoznacznie wskazuje, że wszelkie jej przejawy są w organizacji niedopuszczalne.



Przewodnik „Etyka na co dzień”

Przewodnik wyznacza ramy oczekiwanych postaw i zachowań współpracowników. W przystępnej formie komiksu przedstawia zasady etycznego postępowania w codziennej pracy, uzupełnione o praktyczne przykłady właściwych reakcji w sytuacjach mogących rodzić wątpliwości co do sposobu postępowania.



Szkolenia Etyczne

Dążymy do tego, aby pracownicy uczestniczyli w szkoleniach z zakresu etyki, polityki antykorupcyjnej oraz zarządzania konfliktem interesów, realizowanych zarówno w formule online, jak i stacjonarnej. W szkoleniach poruszone są zagadnienia dotyczące relacji między pracownikami, rozpoznawania korupcji czy sytuacji, w których może zachodzić konflikt interesów. Koncentrujemy się na definiowaniu tych zjawisk, wskazywaniu nieakceptowanych zachowań w środowisku pracy oraz sposobach reagowania i rozwiązywania potencjalnych problemów.

Każdy nowo zatrudniony pracownik przechodzi obowiązkowe szkolenie onboardingowe z Karty Etyki prowadzone przez trenera wewnętrznego, a dla grup stanowisk najbardziej narażonych na ryzyko (których w organizacji jest około 4000) przewidziano dodatkowe, obowiązkowe szkolenia e-learningowe z polityki antykorupcyjnej oraz konfliktu interesów.

Odsetek pracowników, którzy ukończyli szkolenia w roku 2024 i 2025 w trzech kluczowych dla naszej firmy tematach:

Tematyka	Grupa docelowa	2024	2025
Etyka	wszyscy pracownicy	96%	96%
Przeciwdziałanie korupcji	stanowiska najbardziej narażone na ryzyko	99%	97%
Konflikt interesów	stanowiska najbardziej narażone na ryzyko	94%	90%

Tematyka compliance jest również omawiana dwa razy w roku w ramach dedykowanych bloków na spotkaniach TOP managementu, a raz do roku na Komitecie Ryzyka prezentowany jest raport z działań dotyczących compliance w firmie.

Sygnaliści

Pracownikom oraz osobom spoza organizacji udostępniamy dedykowany system zgłaszania naruszeń „Speak Up”. Służy on do przekazywania informacji o zdarzeniach budzących wątpliwości co do zgodności z przepisami prawa lub obowiązującymi zasadami etyki.

System umożliwia zarówno poufne, jak i anonimowe zgłoszenia, a wnioski z prowadzonych postępowań oraz planowane działania naprawcze są raportowane w sposób cykliczny.

Dla pracowników jest to narzędzie wspierające kulturę otwartego zgłaszania wątpliwości dostępne online przez całą dobę, siedem dni w tygodniu pod adresem:

<https://auchan.whispli.com/speakup?locale=pl#refresh>



Podejście „zero tolerancji”

Od 2013 roku obowiązuje u nas **program antykorupcyjny**, a po nim powstała **strategia: „Zero tolerancji dla korupcji”**, które definiuje zasady dotyczące m.in. wręczania i przyjmowania upominków czy konfliktu interesów. Będąc świadomymi wagi tego problemu oraz potencjalnych ryzyk, w 2022 roku opracowaliśmy zbiór zasad postępowania poświęcony w 100% walce z korupcją: **Kodeks postępowania antykorupcyjnego**.

Podejście „zero tolerancji” wobec korupcji stanowi element szkoleń onboardingowych i e-learningowych, jest częścią pakietu „narzędzi” udostępnianych pracownikom (obejmującego również kanał dla sygnalistów „Speak Up”), które wskazują, jak reagować i gdzie zgłaszać wątpliwości lub potencjalne naruszenia.

Witryna compliance dla pracowników

Wewnętrzna witryna dla pracowników zawiera informacje dotyczące zagadnień compliance - w przejrzystej formie umożliwia pracownikom szybkie dotarcie do informacji.

Compliance Week

W marcu 2025 roku Spółka zorganizowała Compliance Week - inicjatywę poświęconą etyce i zasadom zgodności w codziennym funkcjonowaniu organizacji. W ramach akcji udostępniono materiały wideo z przesłaniami CEO, Zarządu oraz Compliance Officera, w których omówiono znaczenie compliance. Zastosowaliśmy różne kanały dotarcia, aby informacje trafiły także do pracowników sklepów.

Integralną częścią Compliance Week był konkurs pracowniczy „Tworzymy historię o zgodności”, w ramach którego pracownicy przygotowali filmy prezentujące ich rozumienie zasad compliance.

Sapin II

Francuska ustawa Loi n° 2016-1691 z 2016 roku („Sapin II”) stanowi fundament systemu przeciwdziałania korupcji w Grupie i wyznacza standardy zarządzania ryzykiem nadużyć również dla jej polskiej części. To dzięki tej regulacji mamy wdrożony i funkcjonujący od lat program compliance obejmujący m.in. kodeks postępowania, linię dla sygnalistów, identyfikację i ocenę ryzyk korupcyjnych, due diligence naszych partnerów biznesowych czy dedykowane szkolenia. Działalność operacyjna w Polsce jest objęta jednolitymi, grupowymi mechanizmami kontroli i nadzoru, co wzmacnia transparentność, spójność standardów etycznych oraz zarządzanie obszarem G (Governance) w całym łańcuchu wartości.

ZARZĄDZANIE RYZYKIEM

Dział Kontroli Wewnętrznej i Zarządzania Ryzykiem

Zarządzanie ryzykiem rozumiemy jako proces obejmujący identyfikację zagrożeń, ich monitorowanie oraz działania zapobiegawcze. Za ten obszar odpowiada **Dział Kontroli Wewnętrznej i Zarządzania Ryzykiem**, który prowadzi rejestr ryzyk zawierający informacje o zidentyfikowanych zagrożeniach, ich analizie, możliwych działaniach przeciwdziałających oraz statusie. Istotną rolę w systemie pełni **Komitet ds. Ryzyka**, monitorujący ryzyka strategiczne, operacyjne, finansowe oraz ryzyka zgodności, który spotyka się co drugi miesiąc.

Devoir de vigilance

Ustawa Loi n° 2017-399 z 2017 roku (Devoir de vigilance) zobowiązuje duże francuskie grupy do identyfikowania i zapobiegania poważnym naruszeniom praw człowieka, podstawowych wolności, a także negatywnemu wpływowi na zdrowie, bezpieczeństwo ludzi i środowisko w całym łańcuchu wartości. Dla Auchan Polska oznacza to przede wszystkim konieczność szczegółowej weryfikacji swoich dostawców (zwłaszcza produktów marki własnej) pod kątem standardów pracy, praw człowieka i ochrony środowiska.

Ład systemu kontroli wewnętrznej

Ład systemu kontroli wewnętrznej funkcjonuje w oparciu o przejrzystą strukturę zarządzania, jasno określone role oraz skoordynowaną współpracę. Został ustanowiony i jest nadzorowany przez najwyższe organy zarządcze i nadzorcze w Grupie Auchan.

Nadzór strategiczny nad systemem sprawują:

- **Komitet Kontroli Wewnętrznej Grupy** - podlega Zarządowi, zatwierdza plany, monitoruje kampanie kontrolne, podejmuje decyzje strategiczne;
- **Krajowe Komitety Kontroli Wewnętrznej** - skupiają funkcje międzydziałowe, decyzyjne i operacyjne, zdolne do efektywnego zarządzania ryzykiem, zapewnienia jakości procesów oraz realizacji planów działań. Zatwierdzają krajowe plany kontroli, monitorują realizację działań, eskalują ryzyka. Zbierają się minimum 3 razy w roku;
- **Zarząd** - zatwierdza kierunki działania oraz alokację zasobów;
- **Rada Nadzorcza** - prowadzi nadzór nad ryzykiem i zapewnia transparentność wobec akcjonariuszy;
- **Komitet Audytu** - ocenia efektywność systemu i skonsolidowane wyniki;
- **Dział Audytu Wewnętrznego i biegli rewidenci** - stanowią niezależną ocenę skuteczności i solidności systemu.



Polityki i procedury

Celem polityk i procedur jest zapewnienie skutecznej kontroli ryzyk wpływających na realizację celów strategicznych, operacyjnych, finansowych i zgodnościowych oraz utrzymanie spójnych standardów działania w całej Grupie. Wspierają one realizację strategii, wzmacniają kulturę kontroli, zwiększają efektywność procesów, ograniczają błędy oraz zapewniają zgodność z wymogami prawnymi i regulacyjnymi.

Ład korporacyjny w naszej firmie stanowią m.in.:

- Plan klimatyczny 2032
- Polityka walki z zanieczyszczeniem plastikiem
- Polityka zwalczania marnotrawstwa żywności
- Polityka zrównoważonego drewna
- Regulaminy wewnętrzne w zakresie relacji pomiędzy pracownikami
- Polityka zarządzania zasobami ludzkimi
- Zbiór norm dotyczących bezpieczeństwa i higieny pracy
- Wymagania dotyczące kwalifikacji dostawców i odpowiedzialnego łańcucha dostaw
- Karta Etyki
- Kodeks Etyki Handlowej

Spotkania z kadrą zarządzającą

Spotkania z kadrą zarządzającą stanowią istotny element systemu zarządzania organizacją łączą perspektywę strategiczną z operacyjną i zapewniają spójność działań na wszystkich poziomach struktur.

Na początku roku odbywa się spotkanie **TOP ARP**, w którym uczestniczą członkowie Komitetu Dyrekcyjnego, dyrektorzy poszczególnych dyrekcji, dyrektorzy hipermarketów oraz kierownicy supermarketów, łącznie około 150 osób. Wydarzenie stanowi przestrzeń do podsumowania wyników minionego roku, omówienia kluczowych wniosków oraz przedstawienia planów i priorytetów na kolejne miesiące. Elementem spotkania jest również wystąpienie inspiracyjne - w ostatniej edycji gościem był Szymon Kudła.

W połowie roku organizowane jest spotkanie **TOP 100**, z udziałem członków Komitetu Dyrekcyjnego oraz Liderów Stref Życia. Spotkanie ma charakter strategiczno-operacyjny, obejmuje podsumowanie pierwszego półrocznia oraz prezentację planów działań na drugą część roku, zapewniając spójność kierunków i koncentrację na kluczowych celach.



Cyberbezpieczeństwo

Cyberbezpieczeństwo – odpowiedzialność cyfrowa

W warunkach rosnących zagrożeń cyfrowych dążymy do budowy organizacji odpornej cyfrowo. Bezpieczeństwo informacji stanowi integralny element naszej strategii oraz kluczowy filar ładu korporacyjnego. Postrzegamy je jako obszar bezpośrednio powiązany z ciągłością działania, ochroną interesariuszy i stabilnością operacyjną całej organizacji. Cyberbezpieczeństwo jest włączone w ramy Enterprise Risk Management i nadzorowane na poziomie Zarządu. Identyfikujemy aktywa krytyczne, prowadzimy analizy ryzyka w oparciu o uznane standardy oraz regularnie raportujemy poziom zagrożeń. Zarządzanie ryzykiem w tym obszarze integrujemy z transformacją cyfrową oraz planowaniem strategicznym, zapewniając jego spójność z kluczowymi kierunkami rozwoju.

Realizujemy działania zapewniające zgodność z regulacjami (NIS2, DORA), obejmujące ochronę kluczowych aktywów, skuteczne zarządzanie incydentami oraz wzmacnianie odporności systemów i procesów.

Budujemy kulturę cyberbezpieczeństwa

Realizujemy program świadomości obejmujący:

- Targetowane kampanie phishingowe, uczące pracowników rozpoznawania zagrożeń i reagowania zgodnie z procedurami.
- Szkolenia dla Zarządu z zarządzania ryzykiem, obowiązków prawnych i scenariuszy kryzysowych.
- Szkolenia dla pracowników - cyklicznie szkolimy pracowników z cyberbezpieczeństwa. W roku 2024 szkolenie zrealizowało 2335 osób, co stanowiło 93% osób dedykowanych, w roku 2025 2362 osoby, co stanowiło 98% osób dedykowanych.
- Realizujemy stałą komunikację i programy szkoleniowe w jednostkach biznesowych.
- Organizujemy akcje takie jak: Zostań Cyberbohaterem (miesiąc poświęcony cyberbezpieczeństwu).
- Wprowadziliśmy podpis elektroniczny, wszystkie umowy kontraktowe z dostawcami podpisywane są online za pośrednictwem platformy Autenti.

2

NASZA DZIAŁALNOŚĆ

Mamy świadomość, że styl życia konsumentów oraz ich potrzeby dynamicznie się zmieniają, dlatego stale rozwijamy nasze modele sprzedaży.



NASZA DZIAŁALNOŚĆ – TWORZENIE WARTOŚCI W MODELU BIZNESOWYM

Mamy świadomość, że styl życia konsumentów oraz ich potrzeby dynamicznie się zmieniają, dlatego stale rozwijamy nasze modele sprzedaży i wdrażamy nowe technologie.

Rozwijamy nowe koncepty sprzedaży, tworzymy bardziej komfortowe doświadczenia zakupowe dla naszych klientów łącząc zakupy stacjonarne z rozwiązaniami cyfrowymi. W ten sposób powstają innowacyjne formaty sklepów, które odpowiadają na zmieniające się oczekiwania rynku i wspierają wygodę codziennych zakupów.

Dbamy przy tym o siłę nabywczą konsumentów, oferując szeroki asortyment produktów dobrej jakości w konkurencyjnych cenach. Rozwijamy również ofertę produktów zdrowych i lokalnych oraz segment marek własnych, w tym markę Pewni Dobrego.

Naszym celem jest wyjście poza tradycyjną rolę detalisty i ponowne zdefiniowanie roli hipermarketu jako miejsca odpowiadającego na współczesne potrzeby klientów.

FORMATY AUCHAN

Na przestrzeni ponad 30 lat konsekwentnie rozwijaliśmy swoją obecność w Polsce, budując rozpoznawalną markę i umacniając swoją pozycję na rynku handlu detalicznego. Dzięki skupieniu na atrakcyjnych cenach i szerokiej ofercie, sieć zyskała bardzo dobre oceny klientów i przez lata utrzymuje pozycję lidera jako najtańsza sieć handlowa w Polsce.

Nasze sklepy

80 Hipermarkety Auchan	63 Auchan Supermarkety	6 Moje Auchan
111 Easy Auchan	3 Atac Hiper Discount	1 Auchan Summer



Sklepy stacjonarne

Hipermarket – sklep o powierzchni 5 500 - 19 000 m²

- Od początku odpowiadał na potrzeby dużych, kompleksowych zakupów, szybko zyskał popularność wśród klientów. Pierwszy hipermarket Auchan w Polsce otworzyliśmy w 1996 roku w Piasecznie pod Warszawą, gdzie mieści się siedziba główna firmy.

Wraz ze zmieniającymi się oczekiwaniami konsumentów, zaczęliśmy rozwijać także nowe formaty sklepów.

Auchan Supermarket – sklep o powierzchni od 1 000 do 2 000 m²

- Pierwszy sklep w tym formacie otworzyliśmy w 2017 roku w Konstancinie pod Warszawą, został zaprojektowany z myślą o wygodnych, częstszych zakupach.
- Charakterystycznym elementem tego formatu są strefy inspirowane tradycyjnym targiem: Targ Ryb ze świeżymi produktami, Targ Piekarnia z pieczywem wypiekany na miejscu, Cukiernia oferująca możliwość zamówienia tortów i ciast, a także Bazar Luz, umożliwiający zakup produktów na wagę. Uzupełnieniem oferty jest Targ Wędlin Tradycyjnych, gdzie dostępne są wyroby wędzone tradycyjną metodą.

Moje Auchan – mniejszy format o powierzchni od 500 do 1 000 m²

- Pierwszy sklep tego typu został otwarty we wrześniu 2017 roku na warszawskich Bielanach. To sklepy osiedlowe, których ambicją jest oferowanie klientom nowoczesnego i wygodnego podejścia do codziennych zakupów.

Auchan Summer – duże możliwości na małej powierzchni 22 m²

- Na parkingu Centrum Handlowego Port Rumia pojawił się nowy, kompaktowy punkt handlowy mobilnego formatu **Auchan Summer**, oferuje klientom blisko 500 produktów, w tym najchętniej kupowanych latem przekąsek, gotowych dań, napojów i lodów.

Hiper discount ATAC by Auchan

- Koncept oferuje jeszcze niższe ceny produktów przemysłowych, produkty dla zwierząt oraz BIO. Pierwsze trzy sklepy w tym formacie pojawiły się w Poznaniu oraz Zabrzu.

Innowacyjne podejście

Ultranowoczesne centrum dystrybucyjne

Ważnym krokiem w rozwoju naszego e-biznesu oraz kolejnym etapem cyfrowej transformacji Auchan w Polsce było uruchomienie **ultranowoczesnego centrum dystrybucyjnego w Wilczej Górze** pod Warszawą. Inwestycja wspiera obsługę klientów naszej platformy zakupowej i pozwala nam jeszcze skuteczniej odpowiadać na rosnące oczekiwania rynku e-grocery. W centrum wykorzystujemy rozwiązania Inteligentnej Platformy Ocado, w tym nową generację robotów serii 600, które wspierają automatyzację procesów logistycznych. Dzięki temu możemy zwiększyć efektywność operacyjną, skrócić czas realizacji zamówień oraz zapewnić klientom jeszcze wyższy standard obsługi i komfort zakupów online.

Nowe centrum dystrybucyjne działa w oparciu o zaawansowane technologie automatyzacji, sztucznej inteligencji i uczenia maszynowego, które pozwalają nam realizować zamówienia szybciej i z większą precyzją. Na powierzchni 16 tysięcy metrów kwadratowych stworzyliśmy trzy strefy temperaturowe, co umożliwia znaczące poszerzenie oferty produktów, w tym artykułów świeżych i mrożonych. Docelowo klienci będą mogli wybierać spośród nawet 40 tysięcy produktów. Inwestycja ta wzmacnia naszą pozycję innowatora w segmencie e-grocery i pozwala nam dalej rozwijać zintegrowany ekosystem sprzedaży, w którym wszystkie kanały zakupowe są ze sobą spójnie połączone, zapewniając klientom wysoką jakość obsługi niezależnie od wybranego sposobu zakupów.



Stacje benzynowe

Rozwijamy sieć stacji paliw działających przy naszych hipermarketach pod marką **Hyperoil**. Obecnie funkcjonują 22 stacje zlokalizowane przy 22 hipermarketach Auchan, które stanowią uzupełnienie naszej oferty dla klientów. Ich działalność wspiera realizację strategii utrzymywania atrakcyjnych cen,

dlatego dążymy do tego, aby oferowane paliwo należało do najtańszych na lokalnym rynku. Dzięki temu klienci mogą w jednym miejscu zrobić zakupy i zatankować samochód.

Od 2021 roku rozwijamy także koncept **Easy Auchan** przy stacjach paliw BP - sklepów otwartych przez 24 godziny, 7 dni w tygodniu.

Sklepy online

Sieć hipermarketów Auchan jest obecna w Polsce od 30 lat, nasza działalność w obszarze e-commerce rozpoczęła się w 2011 roku. Byliśmy jedną z pierwszych sieci retail, które weszły na rynek e-commerce w Polsce. To wtedy dostrzegliśmy rosnące zainteresowanie zakupami online i uruchomiliśmy platformę **auchandirect.pl**. Początkowo e-sklep działał tylko na terenie Warszawy. Dzisiaj Auchan sprzedaje online aż w trzynastu aglomeracjach, a klienci sklepu mogą robić zakupy pod nowym adresem i na stronie WWW - **zakupy.auchan.pl**. W 2018 roku udostępniliśmy aplikację mobilną.

W 2024 roku uruchomiliśmy nową odsłonę sklepu internetowego, stawiając na jeszcze większą wygodę klientów i wysoce spersonalizowane doświadczenia zakupowe. Bardziej przyjazny interfejs, rozszerzony asortyment, zwiększona elastyczność zarządzania dostawami oraz możliwość korzystania z programu lojalnościowego Skarbonka.

W wybranych lokalizacjach w Warszawie i okolicach klienci mogą także odbierać zamówienia złożone elektronicznie przez **Zakupy Online**, łącząc zakupy stacjonarne z kanałem cyfrowym.

Rozwijamy różne formy dostawy zakupów, aby zapewnić klientom wygodny dostęp do naszej oferty. Zamówienia internetowe mogą być realizowane z dostawą do domu z naszych centrów dystrybucyjnych lub wybranych sklepów. Klienci mogą także skorzystać z usługi **click and collect**, która umożliwia złożenie zamówienia online i odbiór zakupów w wybranym punkcie lub sklepie. Uzupełnieniem naszej oferty są dostawy realizowane we współpracy z platformami kurierskimi, takimi jak **Glovo** i **Wolt**, dzięki którym wybrane produkty mogą trafić do klientów szybko i sprawnie.





NASZA DZIAŁALNOŚĆ

Kształtowanie oferty

Obserwujemy zmieniające się potrzeby klientów i na ich podstawie rozwijamy naszą ofertę. Dbamy o szeroki i różnicowany asortyment, obejmujący zarówno produkty codziennego użytku, jak i artykuły odpowiadające na rosnące zainteresowanie zdrową dietą, produktami ekologicznymi czy lokalnymi. Bierzemy pod uwagę potrzeby klientów ze specjalnymi wymaganiami żywieniowymi.

Marki własne Auchan

Nasza oferta żywności

Nasza oferta żywnościowa wyróżnia się wysoką jakością i doskonałym smakiem, odpowiadając na różnorodne potrzeby konsumentów. Obejmuje zarówno produkty premium, takie jak linia Auchan Collection, jak i produkty regionalne, dzięki czemu pozostaje atrakcyjna i dostępna dla szerokiego grona odbiorców.

Nasze marki własne



Produkty z tej serii stworzone są, aby spełnić **podstawowe, codzienne potrzeby całej rodziny**. Znajdują się na półkach działów spożywczych i niespożywczych.



Seria zaspokaja indywidualne potrzeby i gusta. Oprócz podstawowych produktów znajdziesz tu artykuły BIO, ECO oraz bez laktozy i glutenu. Produktów z tej serii należy szukać w dziale spożywczym, drogerijnym, dziecięcym oraz samochodowym i papierniczym.



Starannie wyselekcjonowane produkty spożywcze oraz gotowe dania dla osób poszukujących bardziej wyrafinowanych smaków, przygotowywane w oparciu o nasze doświadczenie.

Specjalistyczne marki własne Auchan

Nasza oferta produktów niespożywczych

W Auchan uważamy, że uważne obserwowanie codziennych wyborów naszych klientów daje nam rozumienie zmieniających się stylów życia. Dlatego łączymy kompetencje naszych zespołów, aby rozwijać silne marki własne w kluczowych kategoriach produktów niespożywczych, które mogą konkurować z wiodącymi markami na rynku. Projektujemy i stale doskonalimy produkty marek własnych, stawiając na jakość i funkcjonalność. Naszym celem jest oferowanie rozwiązań, które ułatwiają codzienne życie i są dostępne w atrakcyjnej cenie.



Cosmia to marka kosmetyków do codziennej pielęgnacji twarzy, ciała i włosów.



Gardenstar to oferta produktów przeznaczonych do ogrodu.



Qilive to marka oferująca urządzenia AGD oraz sprzęt technologiczny.



Auchan Baby to marka produktów dla niemowląt i małych dzieci, obejmująca pieluchy, artykuły pielęgnacyjne oraz żywność.



Airport to marka zawierająca walizki, torby i plecaki przeznaczone do szkoły, pracy i podróży.



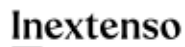
Auchan Bio to marka z produktami spożywczymi oraz artykułami higienicznymi spełniającymi wymogi rolnictwa ekologicznego.



Cosmia Bio to jedna z młodszych marek własnych w ofercie Auchan, oferująca kosmetyki do pielęgnacji ciała, twarzy i włosów.



Actuel to artykuły do domu, w tym akcesoria łazienkowe, produkty do organizacji przestrzeni oraz wyposażenie kuchenne.



In Extenso to marka odzieżowa Auchan.



OneTwoFun to marka zabawek wykonanych z materiałów takich jak drewno lub kauczuk oraz zabawki pluszowe.

Program Odpowiedzialne Partnerstwo i Współpracy

W ramach Programu Odpowiedzialnego Partnerstwa rozwijamy długoterminową współpracę z producentami, hodowcami i przetwórcami. Program ten pozwala nam oferować m.in. produkty lokalne o znanym pochodzeniu, powstające we współpracy z partnerami naszego łańcucha dostaw.

W ramach programu dostawcy objęci są analizą ryzyka uwzględniającą aspekty jakościowe, społeczne i środowiskowe związane z łańcuchem dostaw. W praktyce oznacza to m.in. ograniczanie odległości transportu poprzez współpracę z lokalnymi producentami oraz działania związane z gospodarowaniem zasobami w procesie produkcji. Rozwój programu wspiera także utrzymanie miejsc pracy w lokalnych społecznościach współpracujących z naszymi dostawcami.



Produkty objęte programem oznaczane są charakterystycznym logo Pewni Dobrego, które identyfikuje artykuły powstające w ramach tej inicjatywy. **Logo Pewni Dobrego** wskazuje, że produkcja odbywa się zgodnie z określonymi zasadami dotyczącymi sposobu uprawy, hodowli oraz jakości surowców, a skład produktów jest przejrzysty. Obecnie znak ten znajduje się na **386 produktach dostępnych w naszych sklepach**. Obejmuje on m.in. warzywa, takie jak pomidorki koktajlowe, sałata, pieczarki czy marchew, a także wybrane produkty nabiałowe i rybne oraz mięso, w tym wieprzowinę rasy puławskiej, tuskę karpia, kurczaka z grzędzy czy pstrąga jurajskiego.

PODEJŚCIE DO KSZTAŁTOWANIA OFERTY

Oferta uwzględniająca różne potrzeby żywieniowe

Coraz więcej osób ma szczególne wymagania żywieniowe. Wynika to z chorób cywilizacyjnych, np. cukrzycy, alergii, nietolerancji pokarmowych czy względów światopoglądowych. Z myślą o tej grupie klientów budujemy i rozwijamy ofertę dopasowaną do ich potrzeb.

2 294 produkty BIO	1 058 artykułów tematycznych	655 artykułów dla wegan i wegetarian
613 produktów bezglutenowych	223 produkty bez laktozy	408 produktów sojowych

Produkty Bio

Produkty BIO stanowią ważny element naszej zróżnicowanej oferty i obejmują łącznie **2 294 artykuły**. Pochodzą one z rolnictwa ekologicznego, w którym nie stosuje się syntetycznych środków ochrony roślin, sztucznych dodatków chemicznych ani organizmów modyfikowanych genetycznie (GMO). Ich produkcja odbywa się z poszanowaniem środowiska naturalnego oraz dobrostanu zwierząt. Jakość i pochodzenie tych produktów potwierdza certyfikat BIO, który świadczy o spełnianiu przez producenta wymogów dotyczących produkcji ekologicznej.

JAKOŚĆ I BEZPIECZEŃSTWO

Zapewnienie jakości i bezpieczeństwa produktów jest dla nas jednym z kluczowych elementów odpowiedzialnego prowadzenia działalności. Współpracujemy wyłącznie z dostawcami posiadającymi certyfikaty jakości, a przed rozpoczęciem współpracy przeprowadzamy audyty w ich zakładach oraz weryfikujemy oferowane produkty.

- Produkty i procesy w sklepach Auchan podlegają **regularnym kontrolom oraz audytom prowadzonym zgodnie z systemem HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points)**, który umożliwia identyfikację i kontrolę potencjalnych zagrożeń na wszystkich etapach łańcucha wartości. Analizujemy uwagi i dokumentację HACCP, a następnie wdrażamy i dokumentujemy działania korygujące.

Audyty HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points)	2024	2025
supermarkety	73,9%	78,4%
hipermarkety	86,6%	87,8%

- Prowadzimy **audyty według standardu FSQS (Food Store Quality Standard)**, będącego międzynarodowym systemem oceny bezpieczeństwa żywności w handlu detalicznym. **Audyt FSQS** opieramy na przepisach prawa żywnościowego i dobrych praktykach higienicznych, aby ocenić poziom bezpieczeństwa żywności oraz zgodność działań sklepów z obowiązującymi wymaganiami. Wyniki audytów wykorzystujemy do wdrażania działań naprawczych oraz porównywania poziomu bezpieczeństwa żywności między krajami w Grupie Auchan.

Audyty FSQS (Food Store Quality Standard)	2024	2025
supermarkety	95,3%	97,2%
hipermarkety	94,9%	97,2%

- Corocznie przeprowadzamy **audyty certyfikujące BIO**, zgodnie z wymogami prawa żywnościowego, aby zapewnić możliwość magazynowania i sprzedaży produktów ekologicznych oraz zgodność z Rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/848. Audyty, realizowane przez niezależną jednostkę certyfikującą, obejmują m.in. Dział Jakości oraz magazyny logistyczne. Uzyskany certyfikat publikujemy w systemie TRACES oraz na stronie internetowej Auchan. *Certyfikat nr PL-EKO-12.616-0011180.2025.002 został wydany przez Bureau Veritas Polska Sp. z o.o. zgodnie z rozporządzeniem (UE) 2018/848 i potwierdza, że podmiot przestrzega wymogów określonych w tym rozporządzeniu. Certyfikat jest ważny od 19 grudnia 2025 r. do 31 grudnia 2026 r.*

Ważnym elementem systemu jakości jest również **rozwój kompetencji pracowników**. Osoby pracujące z produktami świeżymi uczestniczą w szkoleniach e-learningowych dotyczących higieny i bezpieczeństwa żywności, zasad systemu HACCP oraz wytycznych dla produktów BIO, co wspiera przestrzeganie Dobrych Praktyk Produkcyjnych i Higienicznych.



International Five Stars

INTERNATIONAL FIVE STARS to wewnętrzny system oceny i zarządzania jakością dla dostawców Pewni Dobrego.

- System International Five Stars **opiera się na audycie** dostawców oraz wytwórców pierwotnych (rolników i hodowców). Pozwala określić poziom ryzyka i powiązane z nim punkty kontroli i punkty dostępu.
- Na tej podstawie przyznawana jest **ocena w skali od 1 do 5 gwiazdek**.
- Wszyscy dostawcy **Marki Pewni muszą osiągnąć ocenę minimum 3 gwiazdek**.
- W przypadku niespełnienia wymaganych kryteriów, dostawca jest zobowiązany do wprowadzenia **działań naprawczych**, aby kontynuować współpracę.

W 2025 roku przeprowadzono **59 wizyt** w ramach Analizy Ryzyka:

- **33** w sektorze zwierzęcym,
- **25** w sektorze roślinnym,
- **1** u dostawcy spoza tych sektorów (wody).

Ze względu na wielozakładową strukturę części dostawców, analizą objęto:

- **31** dostawców w sektorze zwierzęcym,
- **24** dostawców w sektorze roślinnym.

Wyniki ocen zakładów przedstawiono obok.

International Five Stars 2025



3 zakłady (sektor rybny)



8 zakładów (sektor rybny, owoce, drób, miody, desery wegańskie)



47 zakładów



brak



1 zakład (dostawca ciastek)



DOBROSTAN ZWIERZĄT

Nasze podejście do dobrostanu

Dobrostan zwierząt jest dla nas jednym z elementów odpowiedzialnego podejścia do tworzenia oferty produktów spożywczych. Współpracując z dostawcami, zwracamy uwagę na warunki hodowli oraz sposób pozyskiwania surowców, a także na zgodność procesów produkcji z obowiązującymi standardami i regulacjami. Nasze działania obejmują różne obszary łańcucha dostaw – od rybołówstwa i akwakultury, przez hodowlę zwierząt gospodarskich, po warunki chowu drobiu i kur niosek – i koncentrują się na rozwijaniu współpracy z producentami, stosowaniu certyfikowanych rozwiązań oraz stopniowym wprowadzaniu zmian w ofercie produktów.

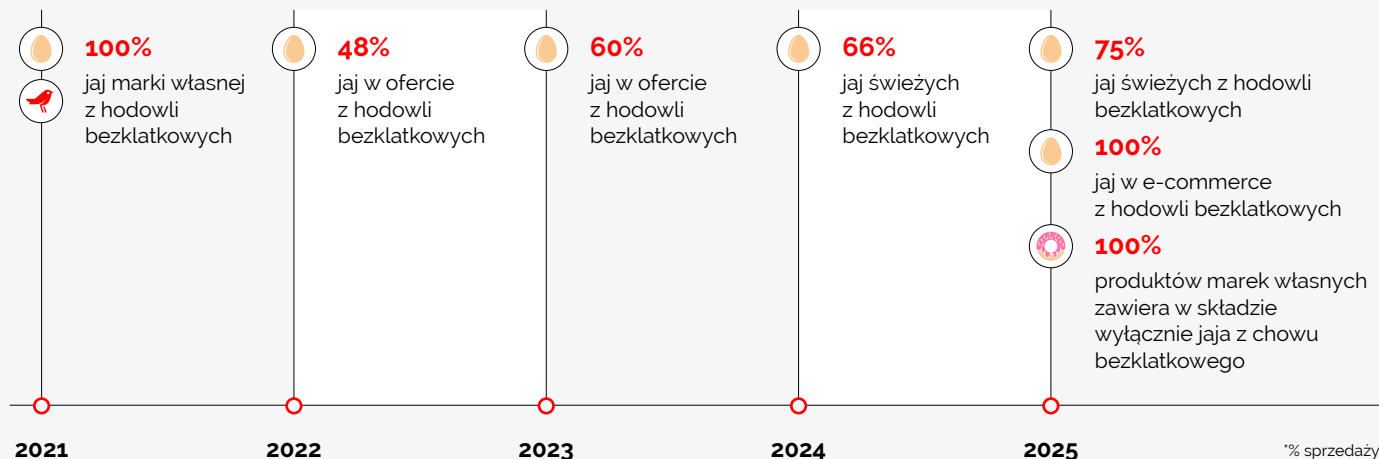
Drób

Dla naszych klientów staje się coraz bardziej istotne, czy produkty, w tym drób, pochodzą z chowu prowadzonego z poszanowaniem dobrostanu zwierząt, wychodząc naprzeciw tym oczekiwaniom, rozwijamy **ofertę kurczaka dobrostanowego**. W analizowanym okresie zwiększyliśmy udział produktów **Pewni Dobrego – Kurczak z grzędy** w wolumenie całej kategorii kurczaka do 7,3%. W listopadzie 2025 roku rozszerzyliśmy ofertę o **produkty BIO**, które wprowadziliśmy w wybranych lokalizacjach. Dostawy realizujemy co dwa tygodnie, zgodnie z harmonogramem potwierdzonym przez dostawcę.

Dzięki tym działaniom zwiększyliśmy udział kurczaka dobrostanowego (marki **Pewni Dobrego, Auchan Collection, BIO oraz Zagrodowy**) w wolumenie całej kategorii kurczaka do **24,6%**.



Progresja sprzedaży jaj bezklatkowych



Warunki chowu niosek

W ramach działań związanych z dobrostanem zwierząt realizujemy politykę stopniowego wycofywania jaj pochodzących z chowu klatkowego. **Zakończyliśmy sprzedaż jaj klatkowych w 2025 roku, realizując przyjęte zobowiązanie w tym zakresie.** W pierwszej kolejności zmiany objęły jaja marki własnej, które zastąpiliśmy jajami pochodzącymi z chowu ściółkowego, wolnowybiegowego lub ekologicznego.

Transformacja obejmuje również produkty przetworzone marek własnych zawierające jaja jako składnik. W tym obszarze współpracujemy z naszymi dostawcami w celu dostosowania receptur oraz łańcucha dostaw do wymagań dotyczących pochodzenia surowca.

W latach **2024-2025** transformacja odbywała się głównie poprzez dobrowolne zobowiązania firm z sektora handlu i gastronomii, które tak jak my deklarują stopniowe wycofywanie jaj z chowu klatkowego ze swoich łańcuchów dostaw. Biorąc pod uwagę oczekiwania konsumentów, sukcesywnie pracujemy nad usunięciem jaj z chowu klatkowego w naszych produktach oraz wspieramy wprowadzenie przez Unię Europejską planowanego zakazu chowu i hodowli kur niosek w klatkach.

Udział jaj z chowu bezklatkowego

Udział w całej kategorii:

11,5% jaja ekologiczne (progresja +0,1%)	41% jaja z wolnego wybiegu (+2,3%)	19% jaja ściółkowe (+4,3%)
--	--	--

Systemy chowu

Chów klatkowy to system utrzymania kur niosek w zamkniętych klatkach, w których ptaki mają ograniczoną możliwość poruszania się i realizowania naturalnych zachowań, takich jak grzebanie czy kąpiele piaskowe. W przeciwieństwie do niego, chów ściółkowy odbywa się w budynkach, gdzie kury poruszają się swobodnie po podłożu pokrytym ściółką, bez dostępu do wybiegu na zewnątrz. System wolnowybiegowy zapewnia dodatkowo możliwość korzystania z przestrzeni na świeżym powietrzu przez określoną część dnia. Najbardziej restrykcyjną formą jest chów ekologiczny, który oprócz dostępu do wybiegu zakłada niższe zagęszczenie zwierząt, stosowanie pasz ekologicznych oraz spełnienie dodatkowych wymogów w zakresie dobrostanu i warunków utrzymania.



Rasy rodzime

Rasa Puławska to jedna z najstarszych rodzimych ras świń w Polsce, wyhodowana na początku XX wieku na Lubelszczyźnie. Zwierzęta te są dobrze przystosowane do lokalnych warunków hodowli, cechują się odpornością oraz dobrą jakością mięsa. Ze względu na swoje znaczenie dla krajowego dziedzictwa hodowlanego rasa puławska została objęta Programem Ochrony Zasobów Genetycznych Zwierząt Gospodarskich, którego celem jest zachowanie jej unikalnych cech oraz różnorodności genetycznej.

- Hodowlę tej rasy prowadzimy w rodzinnym gospodarstwie, w którym stosujemy tradycyjne metody hodowli oraz dbamy o zapewnienie zwierzętom etycznych i bezstresowych warunków chowu.
- Jesteśmy zrzeszeni w **Polskim Związku Hodowców i Producentów Trzody Chlewnej POLSUS**, który wspiera rozwój i ochronę krajowych ras świń.
- W 2025 roku przeprowadzony został **audyt** potwierdzający, że nasza trzoda hodowana jest bez stosowania antybiotyków **w ramach programu „chów bez antybiotyków” od 8. tygodnia życia**. Audyt został zrealizowany przez **BUREAU VERITAS POLSKA Sp. z o.o.**, akredytowaną jednostkę certyfikującą, co stanowi potwierdzenie naszych działań na rzecz bezpieczeństwa chowu oraz rozwoju hodowli tej rasy w Polsce.



Konsekwentnie rozwijamy również ofertę mięsa wieprzowego dostępnego pod marką **Pewni Dobrego**. W 2025 roku udział tej marki w całej kategorii mięsa osiągnął 5,08%, co oznacza wzrost o **0,65 p.p. rok do roku**. Jednocześnie obserwujemy bardzo dobre wyniki w segmencie wieprzowiny rasowej. Sprzedaż **wieprzowiny rasy puławskiej** wzrosła w 2025 roku o **12,37%**, co potwierdza rosnące znaczenie produktów opartych na rodzimych rasach oraz wysokich standardach hodowli.



Ranking CIWF

CIWF (Compassion in World Farming) – organizacja działająca na rzecz dobrostanu zwierząt opublikowała ranking Dobrostan zwierząt 2024, sporządzony na podstawie danych największych sieci handlowych w Polsce. Nasza firma została w nim wskazana jako **jeden z 4 liderów rankingu**.

Jak ryba w wodzie

Przy zakupie ryb kierujemy się zasadami odpowiedzialnego gospodarowania zasobami wodnymi. W naszej ofercie uwzględniamy m.in. okresy ochronne połowu poszczególnych gatunków oraz ich wymiary ochronne, a także nie prowadzimy sprzedaży gatunków uznanych za zagrożone. Współpracujemy z dostawcami posiadającymi wymagane zezwolenia na odłów ryb oraz certyfikaty ASC (Aquaculture Stewardship Council).

- Nasze produkty **Pewni Dobrego**, takie jak dorada i bar z Chorwacji oraz łosoś atlantycki, posiadają certyfikat zrównoważonej hodowli ASC.
- Tuńczyk z Hiszpanii oraz inne gatunki ryb dzikich dostępne w naszych sklepach mają certyfikat MSC potwierdzający, że pochodzą ze zrównoważonych połowów.

Klienci mogą zapoznać się z informacją o obszarach połowu ryb dostępnych w ofercie dzięki mapom prezentowanym w działach rybnych. Nasze działania obejmują również szkolenia pracowników odpowiedzialnych za przyjmowanie transportu i sprzedaż ryb, małży i ostryg.

Od blisko 20 lat prowadzimy także program współpracy z polskimi hodowcami karpia, w ramach którego rozwijamy relacje z lokalnymi producentami.

NASI DOSTAWCY

Obecnie współpracujemy z ponad 2 800 dostawcami, w tym około 401 dostawcami lokalnymi. Z połową naszych dostawców współpracujemy od ponad 10 lat.

80% NASZYCH DOSTAWCÓW W POLSCE TO RODZINNE FIRMY

Stawiamy na budowanie trwałych relacji z dostawcami, opartych na wzajemnym zaufaniu, przejrzystych zasadach i stabilnych relacjach biznesowych. Dzięki temu możemy lepiej odpowiadać na zmieniające się potrzeby klientów oraz warunki rynkowe.

W naszej sieci, obok dostawców krajowych, współpracujemy również z **dostawcami lokalnymi**. Takie partnerstwa pozwalają uzupełniać ofertę o produkty odpowiadające preferencjom klientów w danym regionie. W przypadku dostawców lokalnych stosujemy uproszczone zasady współpracy, w tym prostsze umowy i krótsze terminy płatności, a dostawy kierowane są bezpośrednio do wskazanych sklepów. Współpracujemy z dostawcami posiadającymi doświadczenie w uprawie i produkcji w danym regionie, w tym z firmami rodzinnymi. Część tych relacji ma charakter wieloletni – z wybranymi partnerami współpracujemy od początku działalności Auchan w Polsce, czyli od blisko 30 lat.

Rozwijamy ofertę produktów pochodzących od polskich producentów, w szczególności w kategorii owoców i warzyw.

W sezonie letnim **100% warzyw oraz owoców**, takich jak truskawki, czereśnie, wiśnie, maliny, jabłka, gruszki czy śliwki, pochodzą z upraw lokalnych. Poza sezonem są to jabłka oraz warzywa, takie jak sałaty, kapusta, grzyby świeże i warzywa okopowe.

Województwo	Cebule	Czosnek	Gruszka	Grzyby	Jabłka	Ogórek	Okopowe	Papryka	Pomidory	Sałaty	Śliwki, czereśnie, wiśnie	Truskawki, borówki	Ziemniaki
Dolnośląskie													
Kujawsko-pomorskie													
Lubelskie													
Lubuskie													
Łódzkie													
Małopolskie													
Mazowieckie													
Podlaskie													
Pomorskie													
Śląskie													
Świętokrzyskie													
Wielkopolskie													
Podkarpackie													
Zachodniopomorskie													

EcoVadis

Korzystamy z narzędzia EcoVadis, aby skuteczniej zarządzać ryzykiem w łańcuchu wartości i podejmować świadome decyzje dotyczące współpracy z dostawcami zakupów pośrednich, w tym dostawcami energii, usług IT czy materiałów biurowych. Ocena obejmuje cztery obszary: środowisko, prawa człowieka i warunki pracy, etykę oraz zrównoważony łańcuch dostaw. Dzięki temu możemy sprawdzić, w jakim stopniu nasi partnerzy biznesowi działają zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju oraz identyfikować obszary wymagające poprawy.

Certyfikacja EcoVadis – dostawcy odpowiadający za procent rocznego obrotu

2024	2025
55%	71%



ŁAŃCUCH WARTOŚCI AUCHAN POLSKA

Auchan&Relex optymalizacja łańcucha dostaw

Przykładem wykorzystania sztucznej inteligencji jest platforma RELEX Solutions, która służy do optymalizacji procesu planowania łańcucha dostaw. Narzędzie pozwala na prognozowanie popytu oraz zarządzanie zapasami i promocjami. Dzięki temu rozwiązaniu możemy szybko reagować na zmieniające się potrzeby klientów, a także zapewnić im dostęp do produktów i krótki czas dostaw.

Łańcuch wartości Auchan

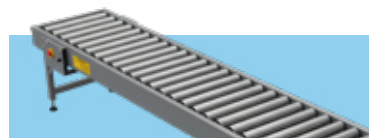
Łańcuch wartości obejmuje wszystkie etapy drogi produktu – od pozyskania surowców, przez produkcję i transport, po dystrybucję oraz sprzedaż. Zarządzanie tym procesem pozwala nam zapewniać dostępność produktów dla klientów, a jednocześnie rozwijać współpracę z partnerami w całym łańcuchu dostaw. W naszych działaniach uwzględniamy również aspekty środowiskowe. Przykładem jest program zaangażowania dostawców „Partnerzy w dekarbonizacji 2030”, którego celem jest wspólna praca nad ograniczeniem emisji CO₂ w Zakresie 3*.

* Więcej informacji w rozdziale Środowisko.



SUROWCE

- warunki pracy
- ochrona bioróżnorodności
- ochrona środowiska
- ekologiczne produkty
- traktowanie zwierząt
- fair trade



PRODUCENCI

- nowoczesne technologie ograniczające wykorzystanie surowców i energii
- zarządzanie wpływem środowiskowym
- warunki pracy



SKLEPY STACJONARNE I E-COMMERCE

- jakość i dostępność produktów
- odpowiedzialna oferta (BIO, EKO)
- lokalni dostawcy
- dobre, zdrowe, lokalne
- stwarzanie klientom możliwości ekologicznych zakupów



CENTRA LOGISTYCZNE

- ograniczenie emisji CO₂
- ograniczenie uciążliwości transportu – np. hałasu
- bezpieczeństwo
- efektywność transportu
- warunki pracy



KLIENCI

- niemarnowanie żywności
- świadoma konsumpcja
- ekologiczny transport



ZWROTNY ŁAŃCUCH DOSTAW

- zagospodarowanie odpadów (gospodarka cyrkularna)

SŁUCHAMY KLIENTÓW

Staramy się być blisko codziennych potrzeb naszych klientów i odpowiadać na nie w praktyczny sposób. Wdrażamy rozwiązania wspierające komfort i dostępność zakupów, takie jak Godziny Ciszy dla osób wrażliwych na bodźce czy wprowadzane w wybranych lokalizacjach specjalne wózki umożliwiające zakupy w towarzystwie psów. Jednocześnie systematycznie zbieramy opinie klientów i wykorzystujemy je do doskonalenia jakości obsługi oraz oferty, w tym jej dostępności cenowej.



Godziny Ciszy

W 2019 roku jako pierwsi w branży handlu detalicznego w Polsce wprowadziliśmy w naszych sklepach program Godziny Ciszy.

Powstał on we współpracy ze Stowarzyszeniem na rzecz Osób Niepełnosprawnych z Autyzmem i Zaburzeniami Pokrewnymi „Daj Mi Czas” i został pilotażowo wdrożony w sklepie Auchan Częstochowa Północ. Program zaprojektowaliśmy z myślą o osobach szczególnie wrażliwych na bodźce, w tym o osobach w spektrum autyzmu, dla których intensywne światło, głośna muzyka czy komunikaty głosowe mogą utrudniać robienie zakupów. Po pozytywnych doświadczeniach z pilotażu rozszerzyliśmy rozwiązanie na wszystkie nasze sklepy.

W ramach Godzin Ciszy, odbywających się w każdy wtorek między 15:00 a 17:00, ograniczamy bodźce w przestrzeni sprzedaży – redukujemy oświetlenie oraz wyłączamy muzykę, telewizory i komunikaty głosowe. **Rozwiązanie to zostało dobrze przyjęte przez klientów i organizacje społeczne. Z czasem podobne inicjatywy zaczęły pojawiać się również w innych sieciach handlowych i centrach handlowych. Dziś Godziny Ciszy są coraz częściej stosowanym standardem w branży retail.**

Psie wózki

W większości miast wprowadziliśmy rozwiązanie, które umożliwia klientom robienie zakupów w towarzystwie większych psów. Jako pierwsza sieć handlowa w Polsce udostępniliśmy specjalne wózki sklepowe przeznaczone do przewożenia czworonogów. Wózki są dostosowane do wagi zwierząt do 10 kg lub do 25 kg i pozwalają bezpiecznie oraz wygodnie transportować psa podczas zakupów. Po każdym użyciu są one czyszczone i dezynfekowane, w tym również mata, którą są wyścielane, aby zapewnić odpowiedni poziom higieny w przestrzeni sklepu.

Rozwiązanie to wprowadziliśmy testowo w hipermarketach w Komornikach, Swadziemiu oraz przy ulicy Bukowskiej w Poznaniu. Pomysł spodobał się na tyle, że sukcesywnie wprowadzamy go do kolejnych lokalizacji. Wychodzimy z założenia, że dla wielu klientów psy są ważną częścią codziennego życia i często towarzyszą im także podczas załatwiania codziennych spraw. Dzięki specjalnym wózkom właściciele mogą zrobić zakupy, mając pupila pod kontrolą i jednocześnie zachowując zasady bezpieczeństwa oraz higieny w sklepie.

W naszych sklepach mogą przebywać psy asystujące towarzyszące osobom z niepełnosprawnościami, a także małe zwierzęta przenoszone w koszykach lub nosidłach, pod warunkiem że nie mają kontaktu z żywnością i nie zakłócają komfortu innych klientów.



Badania satysfakcji klienta

W 2025 roku Auchan Polska osiągnął bardzo dobre wskaźniki w zakresie satysfakcji klientów. Zanotowaliśmy wzrost w kluczowych wskaźnikach **Net Promoter Score (NPS) +2 pkt** vs 2024 rok oraz **Customer Effort Score (CES) z wynikiem 69%**. Wskaźniki potwierdzają nasze zaangażowanie w stałą poprawę jakości obsługi i chęć zrozumienia potrzeb klientów.

W roku 2025 w Auchan Polska zebraliśmy blisko **85 000** opinii i ankiet od swoich klientów, co stanowi solidną bazę do analizy. Całkowity wskaźnik NPS dla całej sieci osiągnął poziom **53**. Co więcej, aż **67,8%** klientów oceniło swoje zakupy w Auchan pozytywnie, przyznając od 9 do 10 punktów w skali 0-10. Wyniki w e-commerce są jeszcze bardziej spektakularne – NPS dla e-commerce wzrósł o **17% do poziomu 65,7**.

Klienci docenili także znaczącą poprawę w obszarze obsługi na liniach kas. Średni czas oczekiwania został oceniony na **4,4** w skali 1-5, a uprzejmość kasjerów/kasjerek na poziomie **4,7**. Aż 43 hipermarkety i 26 supermarketów osiągnęły lub przekroczyły cel dotyczący czasu oczekiwania, a 51 hipermarketów i 23 supermarketów zrealizowały cel w zakresie uprzejmości personelu.

Odnotowujemy również pozytywne tendencje w opiniach Google. Średnia ocena ARP w 2025 roku wyniosła **4,2** gwiazdki, a 44 sklepy osiągnęły wynik 4,3 gwiazdki i powyżej, co stanowi wzrost o 19 sklepów w porównaniu z poprzednim rokiem!

Klienci w swoich pozytywnych opiniach, oprócz najszerzej oferty produktowej na rynku oraz bardzo mitej obsługi pracowników, najczęściej podkreślali znaczący wzrost w kategoriach takich jak **wygoda zakupów, czystość oraz organizacja i porządek w sklepach**, co świadczy o kompleksowym podejściu Auchan do tworzenia przyjemnego i efektywnego środowiska zakupowego.

W trosce o siłę nabywczą konsumenta

Utrzymywanie niskich cen od wielu lat jest integralnym elementem strategii Auchan. W obliczu trudniejszej sytuacji gospodarczej podejście to zyskało na znaczeniu i znalazło odzwierciedlenie w szeregu konkretnych działań.

W październikowym badaniu Koszyka Cenowego dla handlu.pl hipermarkety Auchan **po raz szósty z rzędu zajęły pozycję lidera we wszystkich sześciu badanych regionach Polski**, obejmujących: Bydgoszcz, Górny Śląsk, Kraków, Lublin, Trójmiasto i Warszawę. Tym samym nasza sieć potwierdziła swoją dominującą pozycję cenową na rynku detalicznym w 2025 roku.

Badanie Koszyka Cenowego dla handlu.pl to jedno z najbardziej rozpoznawalnych i najdłużej prowadzonych porównań cen na polskim rynku FMCG. Realizowane jest od 15 lat. Projekt jest wspólną inicjatywą portali DlaHandlu.pl oraz PortalSpożywczy.pl. Celem badania jest monitorowanie i porównywanie cen produktów w różnych formatach handlowych – od dyskontów i supermarketów, przez hipermarkety, po sklepy osiedlowe i internetowe.



Auchan liderem niskich cen – ASM Sales Force Agency

Raport ASM SFA objął analizą ceny 40 produktów FMCG w 13 sieciach handlowych. W koszyku znalazły się najpopularniejsze artykuły z podstawowych kategorii, takich jak nabiał, mięso, wędliny, ryby, chemia domowa, kosmetyki, owoce, warzywa oraz produkty tłuszczowe.

W najnowszej edycji badania obejmującej dane za styczeń 2026 roku, Auchan utrzymał pozycję lidera najniższych cen. Średni koszt koszyka zakupowego ASM SFA wyniósł 300,89 zł. To wzrost o 15,05 zł, czyli o 5,27% więcej niż najtańszy koszyk w grudniu ubiegłego roku, należący przed miesiącem również do naszej sieci.



3

MIEJSCE PRACY

Jednym z filarów Wizji Auchan 2032 są ludzie i współpraca oparta na wspólnym działaniu. Wierzymy, że tworzenie środowiska pracy sprzyjającego rozwojowi, różnorodności i codziennej współpracy wspiera budowanie zaangażowanych zespołów oraz rozwój organizacji.



LUDZIE W CENTRUM DZIAŁAŃ ORGANIZACJI

Zarządzanie zasobami ludzkimi

Za zarządzanie zasobami ludzkimi w Auchan Polska odpowiada Dział Zasobów Ludzkich we współpracy z kadrą menedżerską. Podejście do zarządzania pracownikami obejmuje m.in. procesy rekrutacji, rozwoju kompetencji, bezpieczeństwa i higieny pracy, dialogu z pracownikami, różnorodności oraz wellbeingu.

Działania realizujemy w oparciu o wewnętrzne polityki, procedury i dokumenty etyczne, a także założenia Wizji Auchan 2032 i strategii zrównoważonego rozwoju firmy.

Średni staż pracy w Auchan Polska wynosi

10,76 lat

Liczba zatrudnionych pracowników z niepełnosprawnościami

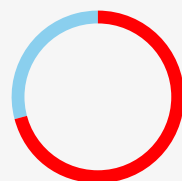
- 2024 – **703**
- 2025 – **785**

Liczba narodowości

- 2024 – **15**
- 2025 – **13**

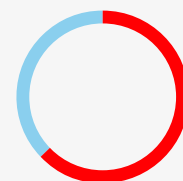
Struktura zatrudnienia

Zatrudnienie ogółem według płci



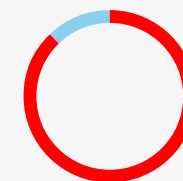
Kobiety – **71%**
Mężczyźni – **29%**

Kadra kierownicza według płci



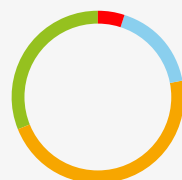
Kobiety – **63%**
Mężczyźni – **37%**

Rodzaje umów



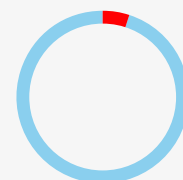
Czas nieokreślony – **88%**
Czas określony – **12%**

Struktura wieku



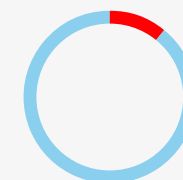
Poniżej 25 lat – **5%**
25-34 lat – **17%**
35-50 lat – **47%**
Powyżej 50 lat – **31%**

Wymiar czasu pracy dla mężczyzn



Część etatu – **5%**
Pełny etat – **95%**

Wymiar czasu pracy dla kobiet



Część etatu – **11%**
Pełny etat – **89%**

AKCJONARIAT PRACOWNICZY

Program akcjonariatu pracowniczego został wprowadzony w Auchan w **1977** roku przez założyciela firmy **Gerarda Mullieza**. **W Auchan Polska został wprowadzony w 2001 roku**. Obecnie korzysta z niego w Polsce ponad 96% wszystkich uprawnionych pracowników.

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.



RÓŻNORODNOŚĆ I DZIAŁANIE NA RZECZ RÓWNOŚCI SZANS

Auchan jest miejscem, w którym każdy może być sobą i ma prawo się różnić.



Dzięki różnorodności uczymy się od siebie nawzajem, poszerzamy perspektywę i lepiej rozumiemy potrzeby zmieniającego się otoczenia społecznego oraz rynku pracy. Widzimy, jak ważne jest tworzenie środowiska pracy otwartego na osoby o różnych doświadczeniach, kompetencjach i potrzebach.

Dlatego w 2023 roku uruchomiliśmy projekt „Różnorodność w Auchan”, którego celem jest wzmacnianie świadomości naszych pracowników – zarówno kadry zarządzającej, jak i zespołów operacyjnych, w zakresie budowania otwartego i włączającego miejsca pracy. Projekt koncentruje się m.in. na wspieraniu:

- osób z niepełnosprawnościami,
- pracujących rodziców,
- studentów,
- osób aktywnych zawodowo po 60. roku życia.

Etapy projektu „Różnorodność w Auchan”

Konsekwentnie rozwijamy środowisko pracy oparte na różnorodności i dostępności, tworząc warunki sprzyjające zatrudnianiu osób o różnych doświadczeniach, w różnym wieku i z różnych środowisk. Dlatego wprowadziliśmy projekt „Różnorodność w Auchan”, który obejmuje:

- kampanię mailingową poświęconą tematyce różnorodności, równości oraz inkluzywności,
- szkolenia dla kadry menedżerskiej, wspierające rozwój kompetencji w zakresie zarządzania różnorodnymi zespołami i budowania kultury włączającej (392 godziny, 624 menedżerów),
- szkolenie z zakresu nauki języka migowego,
- badanie satysfakcji w pracy osób z orzeczeniem, celem którego była poprawa warunków i komfortu ich pracy (prawie 100 osób z niepełnosprawnościami wzięło udział w badaniu),
- konkurs „Serce Różnorodności 2024”, w którym sklepy zgłaszały swoje działania na rzecz różnorodności i inkluzywności,
- program wspierający mamy powracające na rynek pracy oraz webinary dotyczące różnorodności i inkluzywności.

W ramach projektu „Różnorodność w Auchan” współpracujemy z organizacjami wspierającymi osoby zagrożone wykluczeniem społecznym i trudnościami na rynku pracy, realizując wspólne inicjatywy obejmujące m.in.:

- szkolenia i działania edukacyjne np. Szkolenie „Relacje pracownicze”, w którym są poruszane tematy dyskryminacji, molestowania i mobbingu,
- konferencje poświęcone współpracy z osobami z niepełnosprawnościami z perspektywy pracodawcy,
- webinary wspierające budowanie świadomości i inkluzywnego środowiska pracy,
- targi pracy skierowane do osób z niepełnosprawnościami,
- dni otwarte organizowane zarówno w fundacjach, jak i w naszych lokalizacjach.

Działania na rzecz aktywizacji osób z niepełnosprawnościami

W naszych zespołach pracuje blisko

700

osób z niepełnosprawnościami.

Rzecznik ds. osób z niepełnosprawnościami

W ramach projektu „Różnorodność w Auchan” nominowany został Rzecznik ds. Osób z Niepełnosprawnościami. Jego misją jest wsparcie pracowników z orzeczoną niepełnosprawnością oraz budowanie kultury organizacyjnej dbającej o ich potrzeby.

Dzień Różnorodności

Podczas wydarzenia online „Dzień Różnorodności” podsumowaliśmy nasze dotychczasowe inicjatywy, szczególnie w obszarze wspierania osób z niepełnosprawnościami i opowiedzieliśmy o tym, jakie działania są przed nami. Podczas spotkania wypowiadali się **Ambasadorzy Różnorodności**, a także zaprezentowano przygotowany wcześniej film przedstawiający różne oblicza różnorodności.

Zarządzanie Zespołem Wielopokoleniowym

W odpowiedzi na potrzeby organizacji i wyzwania związane z wielopokoleniowym środowiskiem pracy, Dział Szkoleń i Rozwoju prowadzi dedykowane programy rozwojowe, takie jak: **Szkolenie z Zarządzania Zespołem Wielopokoleniowym**. W roku 2024 w szkoleniu udział wzięło 115 uczestników natomiast w roku 2025 – 76.

*Od roku 2026 zmiana na Lux Med

BENEFITY PRACOWNICZE

Benefity dostępne dla pracowników dotyczą czterech kategorii: **rozwoju, bezpieczeństwa i zdrowia, odpoczynku, wellbeingu**. Oto niektóre z nich:

- Akcjonariat pracowniczy,
- Pakiet opieki medycznej, w tym stomatologicznej oraz ubezpieczenie na życie,
- 7% rabatu na zakupy w Auchan i 10% rabatu na produkty marki własnej na kartę Skarbonka,
- Dofinansowanie do wypoczynku – Wczasy pod Gruszą,
- Elastyczna forma zatrudnienia (pełny etat, niższy lub praca weekendowa),
- Dofinansowanie posiłków, karty przedpłaconej i karty sportowej,
- Wolontariat w godzinach pracy.

Program ubezpieczenia zdrowotnego dla pracowników i ich rodzin

W ramach programu pracownicy mogą korzystać z dodatkowego ubezpieczenia zdrowotnego, zapewniającego dostęp do prywatnej opieki medycznej. Pakiet zapewnia również wsparcie psychologiczne i psychiatryczne dla dorosłych i dzieci, a także możliwość korzystania z fizjoterapii.

Pakiet Allianz*

Zapewniamy pracownikom dostęp do pakietu Allianz, który obejmuje:

- opiekę medyczną,
- grupowe ubezpieczenie na życie,
- wsparcie psychologiczne dostępne w ramach wybranych pakietów,
- ochronę obejmującą zdarzenia związane z życiem prywatnym i zawodowym,
- możliwość wyboru wariantu ubezpieczenia dopasowanego do indywidualnych potrzeb,
- dostęp do usług assistance i świadczeń wspierających w nagłych sytuacjach losowych.

Kafeteria, czyli dofinansowanie działalności kulturalno-sportowej

W ramach Zakładowego Funduszu Świadczeń Socjalnych zapewniamy pracownikom dostęp do kafeтерии świadczeń, która obejmuje oferty z obszarów sportu, rekreacji, nauki, kultury i sztuki. Przyznane środki mogą być wykorzystywane na różne usługi dostępne na platformie.

Nowe programy – wczasy dla pracowników w trudnej sytuacji socjalnej

W 2025 roku uruchomiliśmy program wspierający pracowników w trudnej sytuacji życiowej i socjalnej poprzez dofinansowanie tygodniowych rodzinnych wczasów z wyżywieniem.

- Odbyto się łącznie 8 turnusów nad morzem lub w górach.
- Ocena zadowolenia z pobytu wyniosła 9,5/10.
- Łączna liczba osób, którą objęło świadczenie (pracownicy oraz ich bliscy) to 532 osoby.



Wellbeing

Wspieramy dobrostan pracowników w wielu wymiarach: mentalnym, fizycznym, społecznym i finansowym.

Inicjatywy realizowane przez dział Employer Brandingu wspierają budowanie środowiska pracy odpowiadającego na potrzeby pracowników. W obszarze dobrostanu psychicznego zorganizowaliśmy **Światowy Dzień Wellbeingu**. Wspieramy wellbeing fizyczny poprzez akcje profilaktyczne (szczepienia przeciwko grypie w miejscu pracy, kampanie Pink October i Movember). Wzmacniamy również wellbeing społeczny, celebrując jubileusze pracowników, organizując wspólne święta firmowe, integracje oraz inicjatywy wspierające pracowników i ich rodziny, takie jak „Rodzic w pracy”, koszyk dla emeryta czy wyprawka dla niemowlaka. W okresie świątecznym zasilamy także karty Edenred.

Organizujemy **webinary wellbeingowe** dotyczące zdrowia psychicznego i fizycznego, sposobom radzenia sobie ze stresem oraz zachowaniu równowagi między życiem zawodowym a prywatnym.

Program wolontariatu pracowniczego

Zaangażowanie pracowników w działania fundacji wspiera program wolontariatu „Dni Otwartości”. W jego ramach każdy pracownik ma do dyspozycji 8 godzin rocznie, realizowanych w czasie pracy, które może wykorzystać jednorazowo lub podzielić na kilka dni.



PRACA W AUCHAN

Rekrutacja

Osoby zainteresowane rozwojem zawodowym lub podjęciem pracy w naszej organizacji mogą korzystać z sekcji „Oferty pracy”, dostępnej na stronie internetowej.

Program poleceń pracowniczych

Program Poleceń Pracowniczych wspiera proces rekrutacji poprzez rekomendowanie kandydatów przez naszych pracowników. Rozwiązanie to pozwala angażować zespoły w budowanie środowiska pracy oraz wspiera sprawniejsze wdrażanie nowych osób do organizacji.

Korzyści Programu Poleceń Pracowniczych:

- możliwość rekomendowania kandydatów do pracy przez pracowników Auchan
- wsparcie sprawniejszego procesu rekrutacji i wdrożenia nowych pracowników
- budowanie zespołów opartych na współpracy i znajomości środowiska pracy
- większe zaangażowanie pracowników w działania związane z rekrutacją
- premia finansowa za skuteczne polecenie kandydata zgodnie z zasadami programu

Doradztwo na uczelniach wyższych dla osób z niepełnosprawnościami

W ramach Programu Doradztwa Zawodowego, realizowanego od 2022 roku, współpracowaliśmy w latach 2024-2025 z ponad 53 szkołami ponadpodstawowymi w całej Polsce, wspierając młodzież w przygotowaniu do wejścia na rynek pracy. Dotychczas ponad 500 uczniów uczestniczyło w warsztatach dotyczących m.in. autoprezentacji, procesu rekrutacyjnego i planowania ścieżki zawodowej.

Program wspiera rozwój praktycznych kompetencji młodych osób, a jednocześnie wzmacnia współpracę pomiędzy edukacją a biznesem. Efektem prowadzonych działań jest rosnące zainteresowanie praktykami zawodowymi w Auchan oraz większa liczba absolwentów podejmujących zatrudnienie w naszych sklepach. W latach 2024-2025 pracę w Auchan rozpoczęło 396 osób w wieku 18–21 lat.





Onboarding skierowany na człowieka - Integracja 2.0

Celem projektu jest ujednolicenie onboardingu w całej Polsce, tak aby każdy nowy pracownik od pierwszych dni czuł się częścią zespołu Auchan Polska.

Pierwszy dzień obejmuje szkolenia obowiązkowe prowadzone przez ekspertów, zapewniające spójny standard wdrożenia. Drugi dzień poświęcony jest integracji i poznaniu organizacji.

Proces onboardingu obejmuje m.in.:

- krótkie materiały informacyjne w formie fiszek,
- indywidualny plan wdrożenia i szkolenia e-learningowe,
- welcome pack z produktami marki własnej Auchan,
- wsparcie zespołu i opiekuna wdrożenia,
- stopniowe wdrażanie do obowiązków,
- automatyczne wiadomości przypominające kluczowe informacje,
- ankiety satysfakcji wspierające rozwój procesu wdrożenia.

BEZPIECZEŃSTWO I HIGIENA PRACY

Dbamy o bezpieczeństwo i higienę pracy naszych pracowników oraz bezpieczeństwo klientów poprzez realizację działań monitorujących i edukacyjnych. Na bieżąco prowadzimy kontrole stosowania zasad wynikających z Systemu Zarządzania Bezpieczeństwem i Higieną Pracy oraz ocenę ryzyka zawodowego w oparciu o cykl ciągłego doskonalenia: **Zaplanuj, Wykonaj, Sprawdź, Popraw.**



Wskaźnik częstotliwości wypadków w tym okresie wyniósł: **11,43**.
Z kolei **wskaźnik ciężkości** odnotowano na poziomie: **39,65**.

Szczególną uwagę poświęcamy działaniom profilaktycznym i podnoszeniu świadomości w zakresie bezpieczeństwa pracy naszych pracowników. W tym celu oferujemy pracownikom m.in.:

- **Szkolenia dla pracowników Służby BHP**
Pracownicy Służby BHP uczestniczyli w szkoleniach dotyczących wypadków przy pracy, chorób zawodowych oraz interpretacji pomiarów środowiska pracy. Dział BHP regularnie bierze również udział w webinarach i szkoleniach branżowych poświęconych bezpieczeństwu pracy i profilaktyce.
- **Szkolenia dla pracowników w lokalizacjach**
Pracownicy uczestniczą w szkoleniach z obsługi defibrylatora AED i udzielania pierwszej pomocy, realizowanych z udziałem firm zewnętrznych. W ramach programu „Akademia Managera” prowadzone są także szkolenia z zakresu BHP i budowania kultury bezpieczeństwa.

Dział BHP realizował akcję „**Odpowiedzialność managera w zakresie BHP**”, zwiększając świadomość kadry kierowniczej w zakresie bezpieczeństwa pracy i zapobiegania wypadkom. Przeprowadzono również szkolenia dotyczące bezpiecznego stosowania środków chemicznych.

Dostępność materiałów

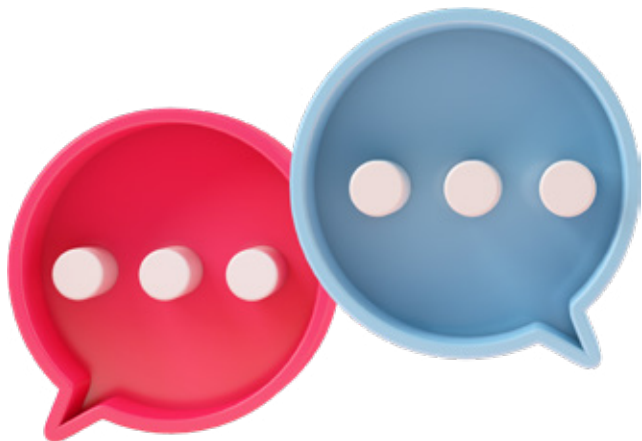
Pracownicy mają dostęp do działań informacyjnych i profilaktycznych z zakresu BHP, w tym do:

- platformy online Witryna BHP z materiałami edukacyjnymi i statystykami bezpieczeństwa,
- kwartalnika BHP poświęconego zagadnieniom BHP,
- aktualizowanych instrukcji bezpiecznego wykonywania pracy na stanowiskach.

KOMUNIKACJA WEWNĘTRZNA

W Auchan prowadzimy regularną komunikację wewnętrzną, która pomaga pracownikom lepiej rozumieć sytuację firmy, bieżące priorytety oraz cele organizacji. Ważnym elementem tego procesu są także szkolenia z ekonomii przedsiębiorstwa, dzięki którym pracownicy – jako akcjonariusze – mogą lepiej rozumieć funkcjonowanie firmy i swój wpływ na jej rozwój.

W Auchan wspieramy kulturę otwartej komunikacji i regularnego dialogu pomiędzy pracownikami a przełożonymi. Zależy nam na budowaniu relacji opartych na wzajemnym szacunku, uważnym słuchaniu oraz partnerskiej współpracy. Ważnym elementem komunikacji wewnętrznej są cotygodniowe spotkania zespołów, indywidualne rozmowy z przełożonymi oraz forum pracowników, które wspierają bieżącą wymianę informacji i opinii.



Formy dialogu i spotkań

Kanały komunikacji z pracownikami

- briefingi
- zebrania działów i spotkania indywidualne
- spotkania pracowników z kierownictwem w ramach dialogu społecznego
- forum krajowe i fora lokalne

Kanały elektroniczne

- intranet
- TV Auchan
- społeczność CSR i społeczności zawodowe
- webinary, wideokonferencje i streamingi tematyczne
- newsletter Auchan News

Kanały tradycyjne

- akcje plakatowe
- tablice ogłoszeń

Kanały wewnętrzne i zewnętrzne

- badania satysfakcji i zaangażowania pracowników
- raporty CSR
- materiały CSR publikowane w gazetkach

Komunikacja kaskadowa

W firmie funkcjonuje komunikacja kaskadowa, oparta na regularnych, comiesięcznych spotkaniach realizowanych na poziomie **centralnym, regionalnym i lokalnym** wspierająca spójny przepływ informacji i dialog z pracownikami.

Comiesięczne Fora krajowe z udziałem kadry zarządzającej, ekspertów oraz przedstawicieli pracowników i akcjonariuszy poświęcone są m.in. wynikom ekonomicznym i kluczowym wydarzeniom w firmie. Omawiane tematy przekazywane są następnie podczas **lokalnych Forów Przedstawicieli Pracowników i Akcjonariuszy**, angażujących przedstawicieli różnych obszarów działalności.

Komunikacja kaskadowa wspiera dwustronny dialog pomiędzy pracownikami a organizacją, ta forma dialogu kontynuowana jest niemalże od początku działalności Firmy. Spotkania umożliwiają pracownikom zgłaszanie pytań i wyzwań dotyczących zarówno spraw lokalnych, jak i ogólnofirmowych. Ważnym elementem procesu jest transparentność komunikacji oraz przygotowywanie podsumowań po spotkaniach.

	2024	2025
Forum Pracowników i Akcjonariuszy	976	976
Spotkania ogólnokrajowe	10	10

Cyfrowy HR

Wdrażamy rozwiązania cyfrowe, które ułatwiają naszym pracownikom codzienną obsługę spraw administracyjnych. Dzięki digitalizacji procesów zmniejszamy wykorzystanie dokumentacji papierowej i efektywniej zarządzamy pracą.

- Elektroniczny system kadrowo-płacowy **TETA** (umożliwia m.in. składanie wniosków urlopowych, sprawdzanie dostępnego wymiaru urlopu oraz dostęp do pasków wynagrodzeń i formularzy PIT-11).
- **Witryna HR – Twój Pakiet korzyści** (gdzie pracownicy znajdują wszystkie dokumenty dotyczące kwestii socjalnych, zdrowotnych i akcjonariatu).
- **System NAIS** – cyfrowa platforma do zarządzania świadczeniami w ramach Zakładowego Funduszu Świadczeń Socjalnych oraz benefitami dodatkowymi. Dzięki temu nasi pracownicy mogą korzystać z dostępnych świadczeń w dogodnym dla siebie miejscu i czasie, bez konieczności kontaktu z działem HR.
- **EASY HR** – centralny moduł szkoleń, który umożliwia dostęp do oferty rozwojowej w jednym miejscu. Platforma pozwala użytkownikom przeglądać dostępne szkolenia, zapisywać się na nie oraz otrzymywać automatyczne przypomnienia dotyczące terminów realizacji.

PARTNER SPOŁECZNY – ZWIĄZKI ZAWODOWE

Naszym celem jest prowadzenie konstruktywnego dialogu oraz wypracowywanie wspólnych rozwiązań z przedstawicielami związków zawodowych działających w naszej organizacji w kluczowych obszarach dotyczących warunków pracy i wynagrodzeń.

W ramach dialogu społecznego organizowane są cykliczne comiesięczne spotkania z przedstawicielami związków zawodowych (w tym spotkania nadzwyczajne i spotkania dotyczące polityki wynagrodzeń). Zarówno w **2024**, jak i w **2025** roku odbyło się **15 spotkań centralnych** ze związkami zawodowymi.

W październiku 2025 roku Auchan Polska był organizatorem **Europejskich Rad Zakładowych** – wydarzenia zrzeszającego przedstawicieli organizacji związkowych funkcjonujących w Auchan w krajach europejskich. Wzięto w nich udział **ponad 50 osób z Francji, Węgier, Luksemburga, Portugalii, Hiszpanii i Rumunii**.



ROZWÓJ

Tworzymy środowisko pracy, które umożliwia rozwój zawodowy i zdobywanie nowych kompetencji. Pracownikom udostępniamy różne narzędzia wspierające planowanie ścieżki kariery, w tym bilanse zawodowe, programy rozwojowe oraz szeroką ofertę szkoleń. Prowadzimy również działania employer brandingowe skierowane do potencjalnych kandydatów.

Przeprowadziliśmy **Badanie Potrzeb Szkoleniowo-Rozwojowych**, obejmujące **75 spotkań: 56 wywiadów indywidualnych i 19 grup fokusowych**. Celem badania była identyfikacja kluczowych potrzeb rozwojowych pracowników i grup zawodowych, aby lepiej dopasować działania szkoleniowe do wyzwań organizacji oraz wspierać realizację celów biznesowych.

Rozwój kompetencji pracowników

Oferta szkoleń i rozwoju w Auchan Polska obejmuje szeroki wachlarz inicjatyw wspierających rozwój kompetencji pracowników. W jej ramach udostępniamy różne formy rozwoju, w tym:

- szkolenia rozwoju kompetencji miękkich,
- szkolenia zawodowe,
- akademie rozwojowe,
- platformy szkoleniowe.

Wskaźnik	2024	2025	zmiana%
Średnia liczba godzin na pracownika	8,52	9,74	+14,3%
Godziny e-learningowych szkoleń	112 817	117 315	+4,0%
Łączna liczba godzin szkoleniowych	128 202	135 337	+5,6%

Programy rozwojowe

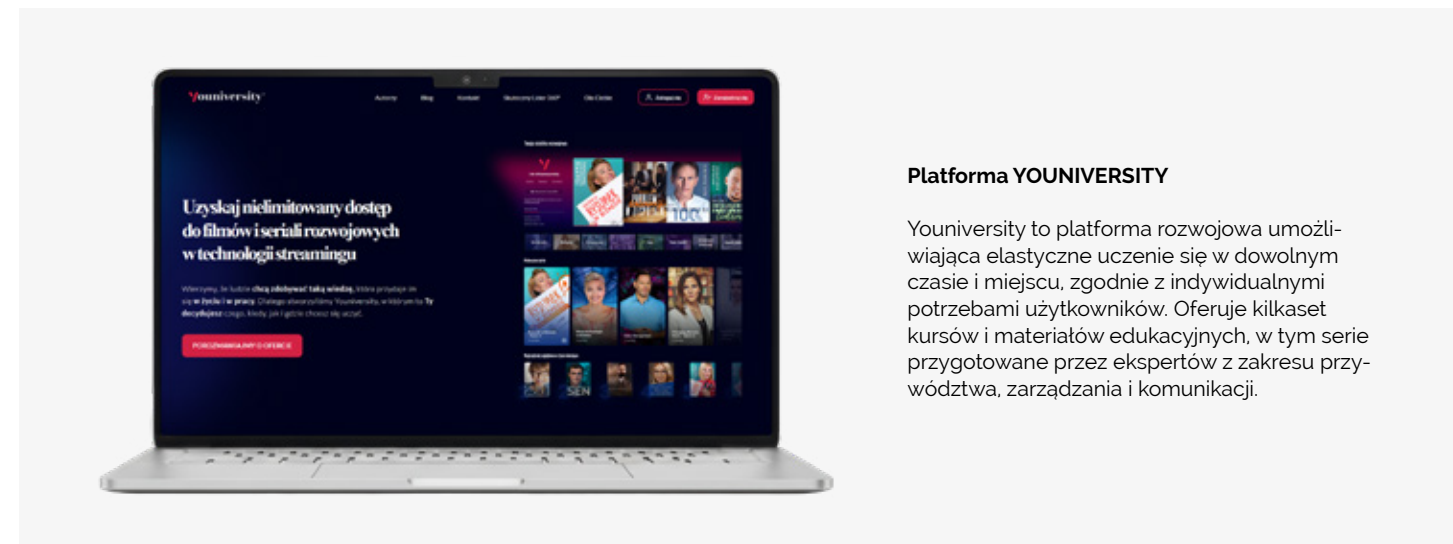
Podnoszenie kompetencji ma dla nas istotne znaczenie w kontekście zmieniającego się otoczenia biznesowego, dlatego rozwój pracowników traktujemy jako stały element naszej działalności. Oferujemy różnorodne programy rozwojowe dostosowane do potrzeb różnych grup pracowników, w tym specjalistów i menedżerów. Obejmują one m.in.:

- Kursy językowe,
- Akademia Eksperta Handlu,
- Akademia Managera,
- Akademia SROK (Specjalista Relacji i Obsługi Klienta),
- Akademia dla Senior Managerów Sklepów,
- Akademia Młodego Księgowego,
- Akademia Bezpieczeństwa,
- Centra Szkoleniowe PF.

Rozwijamy programy wspierające kompetencje miękkie i przywódcze, w tym: Szkolenia z AI (sztucznej inteligencji) i odporności psychicznej. Rozwój Leadership, w ramach którego wdrażamy Nowy Model Przywództwa „POWER ON”, koncentrujący się na kliencie i kluczowych wartościach: zaufanie, otwartość, doskonałość.

Model PowerON

Model PowerON to nowy model przywództwa w Auchan Polska, wspierający rozwój kultury organizacyjnej opartej na zaufaniu, odpowiedzialności i bliskości z klientem. Jego celem jest ujednolicenie oczekiwań wobec liderów oraz rozwój skutecznego zarządzania ludźmi na wszystkich szczeblach organizacji. Opiera się na pięciu fundamentach postaw lidarskich i został opracowany w odpowiedzi na realne wyzwania oraz potrzeby zidentyfikowane przez naszych własnych menedżerów.



Platforma YOUNIVERSITY

Youniversity to platforma rozwojowa umożliwiająca elastyczne uczenie się w dowolnym czasie i miejscu, zgodnie z indywidualnymi potrzebami użytkowników. Oferuje kilkadziesiąt kursów i materiałów edukacyjnych, w tym serie przygotowane przez ekspertów z zakresu przywództwa, zarządzania i komunikacji.

Zarządzanie talentami

Jak wygląda proces wyłaniania talentów w Auchan?

Proces oceny pracowniczej realizujemy raz w roku i obejmujemy nim wszystkich pracowników organizacji. Jego celem jest wspieranie rozwoju kompetencji oraz identyfikacja potencjału rozwojowego w zespołach. W ramach oceny uwzględniamy:

- kompetencje ogólnofirmowe**, takie jak współpraca, orientacja na klienta wewnętrznego i zewnętrznego, orientacja na wynik, otwartość oraz gotowość do uczenia się,
- kompetencje menedżerskie**, obejmujące podejmowanie decyzji oraz zarządzanie zespołem,
- kompetencje na poziomie dyrektorskim**, związane z zarządzaniem zmianą, rozumieniem kierunków strategicznych oraz skutecznym wdrażaniem strategii w organizacji.

Proces obejmuje dwa etapy: ocenę roczną, złożoną z samooceny i oceny przełożonego, oraz analizę potencjału z wykorzystaniem narzędzia 9 BOX.

Bilans roczny

W ramach procesu pracownicy dokonują samooceny wybranych kompetencji w skali 1–4 oraz mogą przekazać swojemu przełożonemu informacje zwrotne dotyczące współpracy i obszarów rozwojowych. Elementem procesu jest również rozmowa rozwojowa, na podstawie której tworzony jest indywidualny plan rozwoju obejmujący formy podnoszenia kompetencji, takie jak szkolenia stacjonarne, programy rozwojowe czy kursy e-learningowe.

9 BOX

Matryca 9 BOX wspiera identyfikację potencjału rozwojowego pracowników. Po zakończeniu oceny przełożeni analizują osiągnięcia oraz potencjał rozwojowy pracowników, korzystając z ustrukturyzowanego narzędzia oceny. Proces ten pomaga wskazać osoby, które wyróżniają się wysoką skutecznością działania oraz gotowością do dalszego rozwoju zawodowego.

Kolejnym etapem są spotkania People Review, podczas których omawiane są profile pracowników o wysokim potencjale oraz możliwe kierunki ich dalszego rozwoju w organizacji.

Shadow CoDir

Program rozwoju talentów i mentoringu „Shadow Board” objął **10 pracowników poniżej 35. roku życia**, którzy jako „Cienie” towarzyszyli członkom Komitetu Dyrekcyjnego Auchan Polska (CoDir), w tym prezesowi, uczestnicząc w spotkaniach, obserwując procesy decyzyjne i poznając specyfikę zarządzania organizacją. Program wspiera rozwój kompetencji leaderskich, budowanie zaangażowania oraz transformację kulturową firmy, a jednocześnie umożliwia kadrze zarządzającej poznanie perspektywy młodych pracowników i korzystanie z **niehierarchicznego modelu współpracy**. Inicjatywa sprzyja także dwustronnemu transferowi wiedzy oraz identyfikacji szans i ryzyk dla organizacji. Program jest częścią szerszej strategii rozwoju przywództwa w Grupie Auchan i stanowi przykład dobrych praktyk prezentowanych m.in. we współpracy z Francusko-Polską Izbą Gospodarczą.

zaangażowanie
komunikacja innowacyjność
strategia transfer wiedzy
strategiczne myślenie wsparcie
kreatywność odpowiedzialność
rozwój zaufanie inspiracja efektywność
elastyczność **współpraca**
otwartość relacje młode talenty
kultura organizacyjna synergia przywództwo
różne perspektywy wiedza wpływ
dialog kompetencje leaderskie
partnerstwo wymiana
współtworzenie
motywacja

Auchan Polska zwycięzca konkursu People Innovation

Program „Shadow Board” został wyróżniony w konkursie People Innovation 2024. Auchan zajął pierwsze miejsce za innowacyjne podejście do rozwoju talentów, wdrożenie odwróconego mentoringu oraz wzmacnianie współpracy międzypokoleniowej w Auchan Polska.

Program stypendialny

Celem Programu Stypendialnego jest wsparcie finansowe edukacji i kwalifikacji zawodowych oraz umożliwienie pracownikom poszerzenia wiedzy i zainteresowań zawodowych, społecznych z celami pracodawcy.

- Do Programu Stypendialnego może zgłosić się każdy Pracownik.
- Wybrany kierunek studiów/ specjalizacji/ kursu musi być związany z wykonywanymi obowiązkami pracownika.
- W ramach programu można uzyskać dofinansowanie na: studia licencjackie, magisterskie, podyplomowe, MBA lub kurs certyfikowany.
- Pracodawca może dofinansować studia lub kurs certyfikowany, pokrywając do 50% kosztów, jednak nie więcej niż 10 000 PLN.
- Spośród złożonych w terminie ofert, zostanie wybranych kilkadziesiąt kandydatów na stypendystę.
- Elementem zabezpieczenia jest umowa lojalnościowa, podpisywana z każdym stypendystą oraz Regulamin Programu.

Ciągłe doskonalenie

Barometr zaangażowania i satysfakcji

Regularnie, co roku, badamy poziom zaangażowania i satysfakcji wszystkich naszych pracowników. Analizując wyniki badania, jesteśmy w stanie lepiej zrozumieć, co przekłada się na zaangażowanie naszego zespołu oraz określić obszary, które warto rozwijać, aby tworzyć lepsze miejsce pracy.

W badaniach przeprowadzonych w 2024 i 2025 roku aż 94% pracowników wyraziło swoją opinię na temat pracy w Auchan Polska. Poziom zaangażowania wyniósł

72%



4

SPOŁECZEŃSTWO

Strategia zaangażowania społecznego Auchan opiera się na długofalowym i praktycznym podejściu do zrównoważonego rozwoju.



STRATEGIA ZAANGAŻOWANIA SPOŁECZNEGO

Strategia zaangażowania społecznego Auchan opiera się na długofalowym i praktycznym podejściu do zrównoważonego rozwoju, integrującym działania operacyjne z rozpoznaniem potrzebami lokalnych społeczności oraz współpracą z organizacjami pozarządowymi. Działania społeczne realizowane są we współpracy z organizacjami działającymi w obszarach takich jak:

- przeciwdziałanie marnotrawstwu żywności,
- walka z ubóstwem,
- pomoc dzieciom,
- wspieranie pacjentów onkologicznych,
- wyrównywanie barier dla osób z niepełnosprawnościami,
- zdrowie,
- przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu,
- promowanie zasad zdrowego stylu życia.

Inicjatywy te są prowadzone w ramach przyjętych przez Auchan kierunków zrównoważonego rozwoju, uwzględniających tworzenie wartości społecznej w powiązaniu z działalnością handlową. Istotnym elementem strategii CSR jest współpraca z partnerami na poziomie ogólnopolskim i lokalnym.

NASI PARTNERZY SPOŁECZNI

Sila naszego wpływu społecznego opiera się na współpracy ze sprawdzonymi partnerami, z którymi realizujemy projekty odpowiadające na potrzeby związane z wpływem Auchan na otoczenie. Działamy wspólnie, kierując się przekonaniem, że odpowiedzialność to codzienna praktyka, a budowanie relacji ma realną moc zmiany.

Z pasją do dobrego życia poszukujemy sposobów na tworzenie trwałych więzi społecznych. Cienimy współpracę z organizacjami, które każdego dnia niosą pomoc potrzebującym, wspólnie dbamy o tworzenie wartości dla klientów i społeczności lokalnych.

Auchan Retail Polska w ramach działań o zasięgu ogólnopolskim współpracował m.in. z:

Banki Żywności



**SOS WIOSKI
DZIECIĘCE**



**Omenaa
Foundation**



**ALIVIA
onkofundacja**



avalon fundacja

Lokalnie prowadzimy działania z wieloma organizacjami w otoczeniu społecznym naszych sklepów.

RAPORT Z KRYZYSU – DZIAŁANIA AUCHAN NA RZECZ POWODZIAN

Auchan przekazał

pół miliona złotych

na wsparcie mieszkańców terenów dotkniętych powodzią

W obliczu klęski powodzi, która dotknęła południową Polskę Komitet Dyrekcji Auchan podjął natychmiastową decyzję o przyznaniu specjalnego budżetu na pomoc powodziarzom w wysokości **500 000 zł**. Siedem sklepów na terenach powodziowych otrzymało **dodatkowy budżet na działania pomocowe**.

Podjęliśmy współpracę z wieloma organizacjami m.in. z Polskim Czerwonym Krzyżem, Bankami Żywności, Caritas oraz licznymi lokalnymi organizacjami działającymi na rzecz pożytku publicznego.



Wybrane działania:

Zrealizowaliśmy trzy darowizny AGD i RTV
we współpracy z Caritas i PCK o wartości

237 235 zł

Sklepy w Opolu przekazały
produkty pierwszej potrzeby
o łącznej wartości

80 000 zł

do opolskiego oddziału
Banków Żywności

Przeprowadzono łącznie

45 zbiórek

Przy pomocy Caritas przekazaliśmy stodcye na
Mikołajki podopiecznym placówek oświatowych
wskazanych przez operację Feniks we Wrocławiu za

20 000 zł

oraz Jeleniej Górze za **5 000 zł**

Udzieliliśmy wsparcia
finansowego w wysokości

20 000 zł

Szkole Podstawowej nr 5
w Jeleniej Górze, by wes-
przeć placówkę w powrocie
do funkcjonowania

Już 18 września Auchan
Wrocław Bielany
dostarczył transport

10 palet

wody dla potrzebują-
cych odciętych od wody
w miejscowości Ziębice

Przekazaliśmy

6 palet

środków czystości
i artykułów gospodarstwa
domowego potrzebującym
w Jeleniej Górze



Z dumą prezentujemy dwa z po-
dziękowań za nasze wsparcie na
rzecz osób dotkniętych klęską po-
wodzi: od **Banków Żywności** oraz
Operacji Feniks – akcji Wojska
Polskiego, mającej na celu usuwa-
nie skutków powodzi w Polsce.

STRATEGICZNY PARTNER
– BANKI ŻYWNOŚCI

Współpraca Auchan z Bankami Żywności to partnerstwo budowane konsekwentnie na przestrzeni lat, wpisujące się w podejście firmy do odpowiedzialnego zarządzania żywnością i walki z marnotrawstwem żywności. Współpraca z Bankami Żywności w sposób naturalny wpłata się w tańcuch wartości Auchan.

Banki Żywności

31 Banków Żywności działających na terenie całego kraju tworzy Federację Polskich Banków Żywności, czyli wspólnotę niezależnych organizacji pozarządowych o statusie stowarzyszenia lub fundacji. Posiadają status Organizacji Pożytku Publicznego (OPP). Odpowiadają na problemy społeczne ubóstwa i niedożywienia, walczą z marnotrawstwem żywności oraz edukują.

Cele te są także wpisane w DNA Auchan, **mamy przywilej współpracować z Bankami Żywności** w ich realizacji.

Banki Żywności pomagają:

- jadłodajniom,
- świetlicom środowiskowym,
- noclegowniom i domom dla bezdomnych,
- ośrodkom wychowawczym,
- hospicjom,
- ośrodkom wsparcia dla kobiet samotnie wychowujących dzieci,
- domom dziecka

oraz innym instytucjom zajmującym się pomocą osobom potrzebującym.

Wspólnie z Bankami Żywności zrealizowaliśmy w okresie raportowania następujące działania:

- przekazywanie żywności oraz kampanie edukacyjne*,
- zbiórki żywności,
- charytatywna sprzedaż maskotek Wegezaury,
- zbiórki mikrodonacji,
- grant z Fundacji Auchan,
- darowizny i współpraca lokalna.

Ogólnopolskie zbiórki żywności w latach 2024-2025

Wzorem lat ubiegłych, sklepy Auchan wzięły udział w dwóch ogólnopolskich zbiorcach żywności prowadzonych przez Banki Żywności – wielkanocnej i świątecznej. Dzięki zebranej żywności wraz z naszymi klientami wsparliśmy rodziny wielodzietne, osoby bezrobotne, w kryzysie bezdomności, z niepełnosprawnościami, wychodzące z uzależnień oraz wiele innych grup w trudnej sytuacji życiowej.

Nasze wyniki:

	Zbiórka	Ilość [t]	Posiłki
2024	Wielkanocna	8,5	21 250
	Świąteczna	17,0	42 500
2025	Wielkanocna	7,5	18 750
	Świąteczna	24,7	61 750
Razem		57,7	144 250

Podsumowanie naszych działań w roku 2025:



	2024	2025	Łącznie
wartość przekazanej żywności (zł)	22 901 727	22 297 045	45 198 772
waga przekazanej żywności (t)	2 163	1 961	4 124
liczba posiłków	5 407 668	4 903 198	10 310 866

* Więcej informacji na temat przekazywania żywności i kampanii edukacyjnych znajduje się w rozdziale Środowisko

** Zgodnie z przelicznikiem Banków Żywności - średnio 400 g na posiłek

NASZE PROJEKTY

Pink October

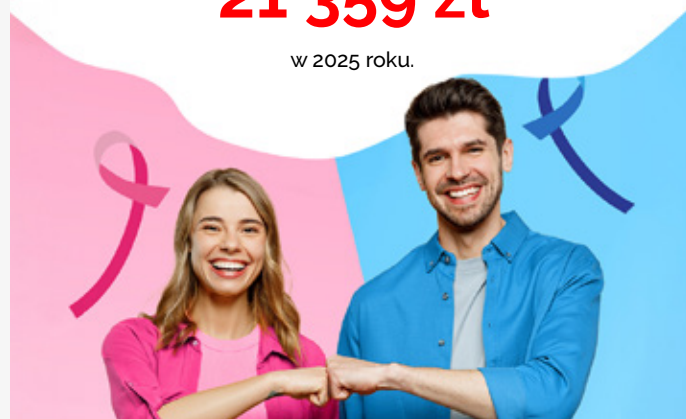
W ramach Europejskiego Miesiąca Świadomości Raka Piersi (Różowy Październik), Auchan za pośrednictwem swojej marki odzieżowej IN EXTENSO, we współpracy z Fundacją Alivia, realizował akcję Pink October kontynuowaną następnie w ramach inicjatywy Movember. Przez cały październik sprzedaż produktów oznaczonych symbolem różowej wstążki była powiązana z przekazaniem części ich wartości (15% ceny produktu) na rzecz wsparcia osób chorujących na raka.

Działania kampanijne obejmowały dedykowane strony internetowe Auchan i Fundacji Alivia, a także inicjatywy edukacyjne i komunikacyjne, takie jak szkolenia, webinary, newslettery, posty oraz mailingi, które łącznie dotarły do **398 370 osób**.

Na ten cel przekazaliśmy **20 000 zł** w 2024 roku oraz

21 359 zł

w 2025 roku.



Sprzedaż maskotek z celem społecznym

Drużyna Julka Bobra

W 2024 roku w okresie świątecznym prowadziliśmy charytatywną sprzedaż maskotek z Drużyny Julka Bobra. Naszym partnerem była Fundacja Avalon, której celem jest wsparcie osób z niepełnosprawnościami oraz przewlekłe chorych. Dochód z akcji przeznaczony został na Pomarańczowy Telefon Wsparcia, oferujący bezpłatne porady specjalistyczne, w tym psychologiczne, prawne i medyczne, pomagające w radzeniu sobie z codziennymi wyzwaniami i sytuacjami kryzysowymi. Inicjatywa łączy pomoc finansową z budowaniem świadomości społecznej na temat barier wykluczenia i zdrowia psychicznego.



Akcja miała już wiele odston ukierunkowanych na konkretne problemy społeczne, takie jak marnowanie żywności, wylesianie oraz zapewnianie emocjonalnego bezpieczeństwa dzieci.

Wegezaury

W 2025 roku w sklepach pojawili się prehistoryczni goście – maskotki Wegezaury. W rodzinie Wegezaurów znalazł się Tricattotops, Strawberrysaurus, Broccoliosaurus oraz Bananaraptor. Całkowity dochód z każdej sprzedanej zabawki przekazaliśmy na działania z zakresu pomocy żywnościowej dla osób potrzebujących; Partnerem akcji są Banki Żywności.



Plecak i Szkoła Dobra Julka Bobra

W 2024 roku w ramach akcji **Powrót do szkoły** wprowadziliśmy wyjątkowy produkt – pluszowy plecak Julka Bobra dla przedszkolaka. Był on inspirowany naszą charytatywną pluszową zabawką marki One Two Fun – bobrem Julkiem. Z każdego sprzedanego plecaka przekazaliśmy 10 zł na wyprawkę szkolną dla dzieci w ramach programu PCK „Wyprawka dla Żaka”.



Zebrałiśmy łącznie

15 000 zł

na zakup wyprawek szkolnych dla dzieci i młodzieży z potrzebujących rodzin. Dodatkowo w sklepach Auchan prowadzone były zbiórki artykułów szkolnych na rzecz podopiecznych PCK.



W roku 2025 prowadziliśmy zbiórki artykułów szkolnych z lokalnymi organizacjami oraz zbiórkę mikrodonacji na rzecz dzieci z domów dziecka pod opieką Fundacji Omenaa. Dodatkowo sklepy prowadziły liczne akcje takie jak „Bezpieczny powrót do szkoły” czy „Zdrowe śniadania do szkoły”.



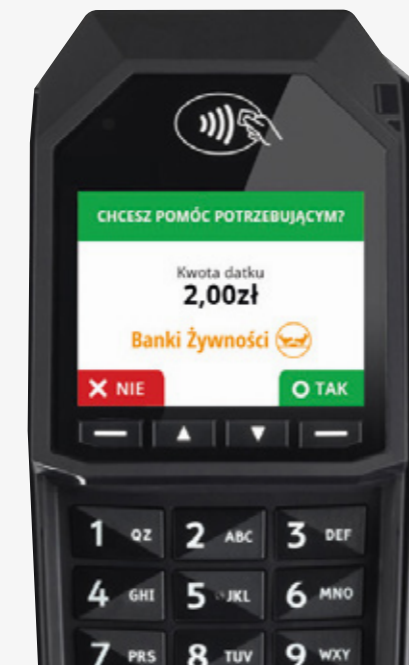
Mikrodonacje

Małe gesty – te najmniej zauważalne – często robią największą różnicę. W roku 2025 nasi klienci mogli podczas codziennych zakupów w prosty sposób wspierać cele społeczne, przekazując niewielką darowiznę w wysokości 2 zł.



W roku 2025 przy współpracy z **Donateo** przeprowadziliśmy 4 zbiórki mikrodonacji:

- na rzecz **Banków Żywności** w okresie Wielkanocy i Bożego Narodzenia,
- połączoną z akcją Powrót do szkoły zbiórkę we współpracy z **Fundacją Omenaa** dla podopiecznych domów dziecka,
- urodzinową akcję dla lokalnych fundacji i stowarzyszeń oraz **Wiosek Dziecięcych**.



Szczegóły akcji:

Zaangażowanie klientów przełożyło się na realną pomoc dla potrzebujących. W ramach wielkanocnej zbiórki mikrodonacji pod hasłem „**Mały gest – wielka pomoc!**”, realizowanej we współpracy z Bankami Żywności zebrano

318 000 zł

na pomoc żywnościową.

Kampania „**Małe gesty, wielki wpływ**” była ogólnopolską inicjatywą charytatywną Auchan Polska. Akcja objęła wsparcie ponad 20 lokalnych fundacji i stowarzyszeń non-profit działających na rzecz dzieci, osób z niepełnośprawnościami oraz hospicjów. Beneficjentów zbiórki wskazali pracownicy sklepów, którzy najlepiej znali potrzeby swoich lokalnych społeczności. Łączna kwota zebranych środków wyniosła **266 653 zł**, w tym **93 690 zł** przekazano na rzecz SOS Wiosek Dziecięcych.

Akcja „**Dobro w plecaku**” – w ramach akcji „**Powrót do szkoły**”, we współpracy z Omenaa Foundation, przeprowadziliśmy zbiórkę „Dobro w plecaku”, podczas której zebrano

242 738 zł.

Celem akcji było zapewnienie dzieciom z domów dziecka niezbędnych przyborów szkolnych na start nowego roku szkolnego. Akcję wsparł również, pro bono, znany polski aktor **Cezary Pazura**, który swoim głosem zachęcał klientów do pomagania.

Z kolei w okresie Bożego Narodzenia klienci ponownie włączyli się w pomoc żywnościową, przekazując

258 099 zł

na ten cel, w ramach akcji z Bankami Żywności: „**Pomóż bankom pomagać**”.



Przełącz się na żywność dla potrzebujących

Wybierz płatność kartą i "TAK" na pytanie o wsparcie potrzebujących

Pomóż Bankom Pomagać

beneficjent Banki Żywności



DAJ DZIECIOM DOBRY START

WSPERAJ Z NAMI POLSKIE DOLY DZIECKA

MAŁE TAK, WIELKA POMOC

1. Płatność kartą lub telefonem w Auchan.
2. Zatwierdź chęć wsparcia zielonym przyciskiem.
3. Dokonaj płatności – ponownie zblizuj kartę.
4. Twój mikrodotek trafi na konto fundacji!

Auchan Omenaa Foundation donateo



Przełącz się na żywność dla potrzebujących

Wybierz płatność kartą i "TAK" na pytanie o wsparcie potrzebujących

Dziękujemy za #MocDobrychGestów!

beneficjent Banki Żywności



MAŁE gesty - wielki wpływ

Przełącz mikrodotek przy okazji zakupów!

Wesprzyj kwotą 2 zł opuszczone dzieci

1. Przy okazji zakupów w Auchan wybierz płatność kartą lub smartfonem.
2. Zatwierdź zielonym przyciskiem.
3. Twoja pomoc trafi na konto organizacji dobroczynnej.

Dziękujemy za #MocDobrychGestów

Auchan donateo

Te niewielkie, codzienne decyzje zakupowe naszych klientów pokazują, że wspólne działanie, nawet oparte na symbolicznych kwotach może przynieść wymierne efekty społeczne.

Nasze wyniki:

Partner	Termin/akcja	Zebrana kwota
Banki Żywności	Wielkanoc	318 000 zł
	Boże Narodzenie	258 099 zł
lokalne organizacje i SOS Wioski Dziecięce	Urodziny Auchan	266 653 zł w tym 93 690 zł SOS WD
Omenaa Foundation	Powrót do szkoły	242 738 zł

Fundacja | Auchan

Fundacja Auchan została założona w 2021 roku jako kontynuacja działań Fundacji Auchan na rzecz młodzieży prowadzonej w Polsce w latach 2011-2021, która w tym okresie dofinansowała ponad

100

projektów społecznych o łącznej wartości przekraczającej

1 000 000 €



Nowa formuła Fundacji jest powiązana ze Strategią CSR wynikającą z Wizji 2032 i wpisuje się w nią, wzmacniając pozytywny wpływ działalności firmy na otoczenie społeczne.



ŻYWNOŚĆ

Promować dobrą żywność



ŁUDZIE

Żyć lepiej razem



PLANETA

Angażować się w ochronę planety

Fundacja Auchan prowadzi działalność w 11 krajach, obejmujących: Bangladesz, Francję, Hiszpanię, Indie, Luksemburg, Polskę, Portugalie, Rumunię, Senegal, Ukrainę oraz Węgry. Fundacja Auchan działa pod egidą Fondation de France (niezależnej agencji administracyjnej rządu francuskiego), zapewniającej ramy nadzoru i standardy filantropii.

Misją Fundacji Auchan jest zapewnienie łatwiejszego dostępu do zdrowej żywności jako czynnika tworzenia więzi społecznych, ze szczególnym uwzględnieniem grup narażonych na niedożywienie lub wykluczenie.

W Polsce Fundacja zainaugurowała swoją działalność hasłem „Łącz nas to, co dobre”. Wspiera projekty o długoterminowym, mierzalnym wpływie społecznym, skoncentrowane na promowaniu wiedzy o zdrowym odżywianiu i zdrowym stylu życia, wzmacnianiu relacji w społecznościach lokalnych oraz przeciwdziałaniu niedożywieniu.

#trwały ślad

Pracownicy mają realny wpływ na wybór realizowanych inicjatyw, a także aktywnie angażują się w ich wsparcie poprzez wolontariat w ramach Dni Otwartości.*

* Więcej informacji na temat programu wolontariatu pracowniczego znajduje się w rozdziale Miejsce pracy

Auchan Move 2023

Akcja Auchan Move to międzynarodowa akcja charytatywna Fundacji Auchan. Zasada była prosta – zbierając kroki i wykonując zadania związane ze zdrowym odżywianiem i stylem życia, pracownicy firmy gromadzili fundusze na cel społeczny: promowanie zdrowego żywienia, we współpracy z wybraną na każdym z rynków organizacją. Fundacja Auchan przekazała na ten cel **500 000 €**.

Pracownicy Auchan w Polsce ponad 10 razy „okrążyli Ziemię”, pokonując dystans 407 021 km



w niespełna 2 tygodnie. Wynik polskiego zespołu okazał się najlepszy wśród wszystkich ekip, a pokonany rekordowy dystans przełożył się na darowiznę w wysokości **146 107 €** na rzecz Federacji Polskich Banków Żywności, na organizację edukacyjnego projektu „Podróż do Krainy Zdrowia” w przedszkolach.

Podróż do Krainy Zdrowia

„Podróż do Krainy Zdrowia” to ogólnopolski, dwuletni projekt edukacyjny skierowany do dzieci w wieku przedszkolnym, który rozpoczął się w roku szkolnym 2024/2025. Celem projektu jest przybliżanie przedszkolakom zasad zdrowego żywienia poprzez działania edukacyjne realizowane we współpracy z placówkami przedszkolnymi. W ramach inicjatywy przygotowaliśmy zestawy materiałów dydaktycznych przeznaczonych do wykorzystania przez nauczycieli i nauczycielki, obejmujących:

Do udziału w projekcie zaproszono łącznie 120 grup przedszkolnych, którym przekazane zostały przygotowane materiały. Dodatkowo w przedszkolach realizowane były warsztaty kulinarne prowadzone przez specjalistów z Banków Żywności, a w wybranych placówkach także warsztaty edukacyjne z udziałem pracowników Auchan w ramach wolontariatu pracowniczego.

grę planszową

scenariusze zajęć

film animowany

bajki

Konkurs grantowy 2025

W 2025 roku Fundacja Auchan uruchomiła drugą edycję konkursu grantowego, którego celem było wzmacnianie jej długofalowego, pozytywnego wpływu społecznego. Program koncentrował się na projektach wspierających zdrowy styl życia, integrację społeczną oraz przeciwdziałanie niedożywieniu, ze szczególnym naciskiem na rozwiązania trwałe i skalowalne. Konstrukcja konkursu oraz przyjęte założenia od początku jasno komunikowały ambicję Fundacji: wspierać inicjatywy, które realnie działają tu i teraz, ale przede wszystkim zostają z beneficjentami na lata.

Proces wyboru projektów był wieloetapowy i oparty na transparentnych, jasno zdefiniowanych kryteriach. Po weryfikacji formalnej i selekcji zgodnej z wytycznymi Fundacji, do finału trafiły projekty o najwyższym potencjale społecznym, zaprezentowane podczas sesji Komisji Ewaluacji. Ocena koncentrowała się m.in. na trwałości rezultatów, skali wpływu społecznego oraz efektywności proponowanych rozwiązań z wyraźnym priorytetem dla długofalowych efektów.

Projekty były oceniane pod kątem 6 kryteriów ewaluacji:

- trwałość w czasie,
- innowacyjność, oryginalność,
- wpływ społeczny,
- skuteczność rozwiązania,
- zaangażowanie wolontariackie,
- efektywność finansowa projektu.

Fundacja Auchan wspiera długofalowe projekty o **SILNYM WPŁYWIE SPOŁECZNYM**

Cele Fundacji:

- promowanie wiedzy na temat zdrowego odżywiania i zdrowego stylu życia
- tworzenie więzi społecznych
- walka z niedożywieniem

Projekty są oceniane na podstawie jasno zdefiniowanych **6 kryteriów ewaluacji:**

1. trwałość w czasie
2. innowacyjność, oryginalność
3. wpływ społeczny
4. skuteczność rozwiązania
5. zaangażowanie wolontariackie
6. efektywność finansowa projektu

Więcej informacji znajdziesz na stronie www.auchan.pl

Decyzją Komisji Ewaluacji w Konkursie Grantowym 2025 dofinansowanie w wysokości **86 563 €** otrzymały trzy najwyższej ocenione projekty:



Auchan pomaga!

Celem strategii zrównoważonego rozwoju Auchan jest wzmocnienie pozytywnego wpływu firmy i zminimalizowanie negatywnego. **Istotną dźwignią wzmocnienia pozytywnego wpływu Auchan są nasze fundacje.** Zapraszamy do zapoznania się z ich bilansem.

Poznaj 3 projekty Fundacji Auchan z roku 2025

SOS Wioski Dziecięce	Stowarzyszenie Opieki Hospicyjnej Ziemi Częstochowskiej	Fundacja Też chcemy być
Boisko do koszykówki dla podopiecznych stowarzyszenia i lokalnej społeczności	Sala Rehabilitacji dla dzieci i dorosłych w Centrum Opieki Paliatywnej	Klub Seniora "Pożyteczne Smaki i Sztuka Życia", przy Klubokawiarni Pożyteczna
		

Łączny bilans obu fundacji to:

1 710 060 EUR

i aż **109 projektów**, których celem jest zmienianie świata na plus. Jest to możliwe dzięki współpracy z wyjątkowymi Partnerami - organizacjami niosącymi pomoc społeczną, oraz zaangażowaniu naszych ekip.

*Dziękujemy
Wam za to!*

#trwałość w czasie #silny wpływ społeczny

Choinka charytatywna

To jedno z lokalnych zaangażowań sklepów Auchan. W okresie przedświątecznym sklepy angażują się na rzecz potrzebujących dzieci i młodych ludzi w swoim otoczeniu społecznym, pomagając im wraz z klientami spełnić świąteczne życzenia.

W sklepach Auchan stawiane są „choinki charytatywne”, na których zawieszane są życzenia dzieci. Do spełniania marzeń dzieci Auchan zaprasza klientów i współpracowników. Czasami marzenia są bardzo skromne, jednak większość prezentów przekazywanych przez klientów i ekipy Auchan przekraczała życzenia obdarowanych.

W 2025 roku akcję zorganizowało 38 sklepów, a nasi klienci i współpracownicy sprawili radość

1 218 dzieciom,

będącym pod opieką 20 organizacji (jest to wzrost o 20% w stosunku do roku poprzedniego). Prezenty są wręczane dzieciom przez przedstawicieli sklepów podczas Jasełek i świątecznych spotkań. To wielka radość i masa pozytywnych emocji.



5

ŚRODOWISKO

Odpowiadamy na zmiany klimatu, zarządzając emisjami gazów cieplarnianych na podstawie analizy śladu węglowego w całym łańcuchu wartości.



PODEJŚCIE AUCHAN DO ZARZĄDZANIA WPŁYWEM ŚRODOWISKOWYM

Identyfikujemy emisje gazów cieplarnianych jako jeden z kluczowych aspektów swojego wpływu na środowisko.



Nasze podejście do zarządzania wpływem klimatycznym opieramy na międzynarodowych ramach wyznaczających kierunki ograniczania emisji gazów cieplarnianych, w tym na założeniach Porozumienia Paryskiego z 2015 roku.

W celu zarządzania tym wpływem przeprowadziliśmy kalkulację śladu węglowego obejmującą prowadzoną działalność oraz łańcuch wartości.

Analiza ta pozwoliła na identyfikację głównych źródeł emisji i stanowi podstawę do określania celów redukcyjnych oraz planowania działań ograniczających emisje.

STRATEGIA KLIMATYCZNA AUCHAN 2030

Na podstawie wyników analizy śladu węglowego oraz identyfikacji kluczowych obszarów emisji opracowaliśmy Strategię Klimatyczną Auchan 2030. Identyfikuje ona cztery główne obszary działań:



dekarbonizacja
naszego łańcucha
wartości



ochrona
bioróżnorodności



walka
z marnotrawstwem



gospodarka obiegu
zamkniętego i walka
z zanieczyszczeniem
plastikiem

W oparciu o te ramy zdefiniowaliśmy cele redukcji emisji gazów cieplarnianych w zakresach 1, 2 i 3, zgodnie z Protokołem GHG. Przyjęta przez nas metodologia obliczeń oraz cele redukcji emisji zostały zweryfikowane i zatwierdzone przez Science Based Targets initiative (SBTi).

Ścieżka dekarbonizacji i cele zatwierdzone przez SBTi

W 2021 roku Auchan Retail określił ścieżkę dekarbonizacji do 2030 roku, obejmującą emisje w zakresach 1, 2 i 3. Cele te zostały zatwierdzone w 2023 roku przez inicjatywę Science Based Targets (SBTi), co potwierdza ich zgodność z globalnymi założeniami ograniczenia wzrostu temperatury. Auchan Polska wdraża działania dekarbonizacyjne w oparciu o zdefiniowane obszary priorytetowe.

W naszej działalności zakresy 1 i 2 obejmują w szczególności emisje związane ze zużyciem energii oraz wykorzystaniem czynników chłodniczych w sklepach. Zakres 3 obejmuje emisje związane m.in. z produkcją i transportem towarów oraz zagospodarowaniem odpadów.

Przykład – nasze cele w zakresach 1, 2 i 3

Trajektoria SBTi

Cele na rok 2030

Ujęte zakresem emisje

Zakres 1 i 2



emisje związane
z funkcjonowaniem sklepów

czynniki
chłodnicze

wykorzystanie
energii

**1,5°
2019-2030**

-46.2% całkowitej emisji
100% energii odnawialnej

Konieczne są dodatkowe wysiłki, aby zrekompensować wzrost emisji spowodowany wzrostem gospodarczym.

Działalność sklepu

- Sprzęt chłodniczy
- Zużycie energii

Zakres 3



emisje **upstream** oraz
downstream sklepów

transport

cykl życia
produktów

**WB2C
2020-2030**

-25% bezwzględnych emisji gazów cieplarnianych
-25% bezwzględnych emisji gazów cieplarnianych
ze sprzedanych paliw

Upstream/Downstream

- Transport towarów
- Cykl życia produktu
- Odpady
- Sprzedane paliwa

Dekarbonizacja naszego łańcucha wartości w 2025 roku

Podjęte działania:

- Kontynuujemy realizację naszej strategii dekarbonizacji, której istotnym elementem jest program „Partnerzy w Dekarbonizacji”.
- Wdrożyliśmy nową platformę Open Climate.
- Zorganizowaliśmy webinar dla dostawców i kupców.
- Zapewniamy bieżący dostęp do danych klimatycznych dla każdego dostawcy.

Kompetencje środowiskowe kluczowych osób w organizacji

Reagowanie na zmiany klimatu traktujemy jako jeden z kluczowych priorytetów strategicznych Auchan. Dlatego nasze podejście opiera się na zaangażowaniu całej organizacji – zaczynając od kadry zarządzającej, która wyznacza kierunki działań i odpowiada za ich integrację ze strategią biznesową, a kończąc na zespołach operacyjnych, które wdrażają konkretne rozwiązania w codziennej działalności. Dzięki temu działania klimatyczne są przez nas realizowane w sposób uporządkowany i systemowy, a nie jako odrębne inicjatywy.

Na spotkaniach **Komitetu Dyrekcji** poruszane są istotne zagadnienia związane z ESG oraz zarządzaniem środowiskiem. Dodatkowo dwoje członków **Komitetu Dyrekcji** działa również w ramach **Komitetu CSR**, co wspiera spójność działań w tych obszarach.

Akademia ESG

W 2025 roku zrealizowaliśmy **Akademię ESG** – cykl trzech szkoleń, które wspierały zespoły w przygotowaniu do obowiązków raportowych oraz w uporządkowaniu podejścia do kluczowych zagadnień ESG. Program objął tematy związane z CSRD, greenwashingiem oraz liczeniem śladu węglowego.

W szkoleniach uczestniczyły osoby bezpośrednio zaangażowane w te obszary, a także wybrani członkowie zarządu. Celem było podniesienie kompetencji, przekazanie dodatkowej wiedzy o liczeniu śladu węglowego oraz kwestii green i social washingu oraz ograniczenie ryzyk związanych z niespójnym raportowaniem i komunikacją.



Szkolenie	CSRD	Greenwashing	Liczenie śladu węglowego
Cel	przygotowanie pracowników firmy do obowiązków raportowych	zwiększenie świadomości w zakresie odpowiedzialnej komunikacji oraz identyfikacji ryzyk związanych z nieprecyzyjnymi deklaracjami ESG	wprowadzenie do zasad liczenia śladu węglowego i przygotowanie zespołów do pracy z danymi niezbędnymi do raportowania
Dla kogo	osoby zaangażowane w raportowanie CSRD (ESG) ze wszystkich pionów operacyjnych, kontrybutorzy CSRD	osoby zaangażowane w komunikację, PR, marketing, kwestie prawne i compliance, markę własną i jakość, a także szkolenia	pracownicy działów raportujących ślad węglowy, a także Dyrekcji finansowej i szkoleń, kontrybutorzy CSRD
Liczba osób	20 osób	38 osób	55 osób

REALIZACJA STRATEGII KLIMATYCZNEJ

Zmiany klimatu stanowią jedno z kluczowych wyzwań strategicznych dla sektora handlu. Odpowiadając na nie, prowadzimy systemowe zarządzanie emisjami gazów cieplarnianych, opierając się na kompleksowej analizie śladu węglowego w całym łańcuchu wartości. Wyniki tej analizy stanowią fundament naszej strategii klimatycznej, w tym wyznaczania celów redukcyjnych oraz identyfikacji kluczowych dźwigni dekarbonizacji.

Działania na rzecz ograniczania emisji

W analizowanym okresie Auchan zredukowało całkowite emisje gazów cieplarnianych o około 10% względem roku bazowego 2020. Redukcja została osiągnięta głównie dzięki ograniczeniom zużycia energii oraz zakupu energii z zielonymi certyfikatami (Zakres 2), podczas gdy emisje w łańcuchu wartości (Zakres 3), stanowiące ponad 95% całkowitego śladu węglowego, pozostają kluczowym wyzwaniem dla dalszej redukcji.

Kluczowe wnioski ESG

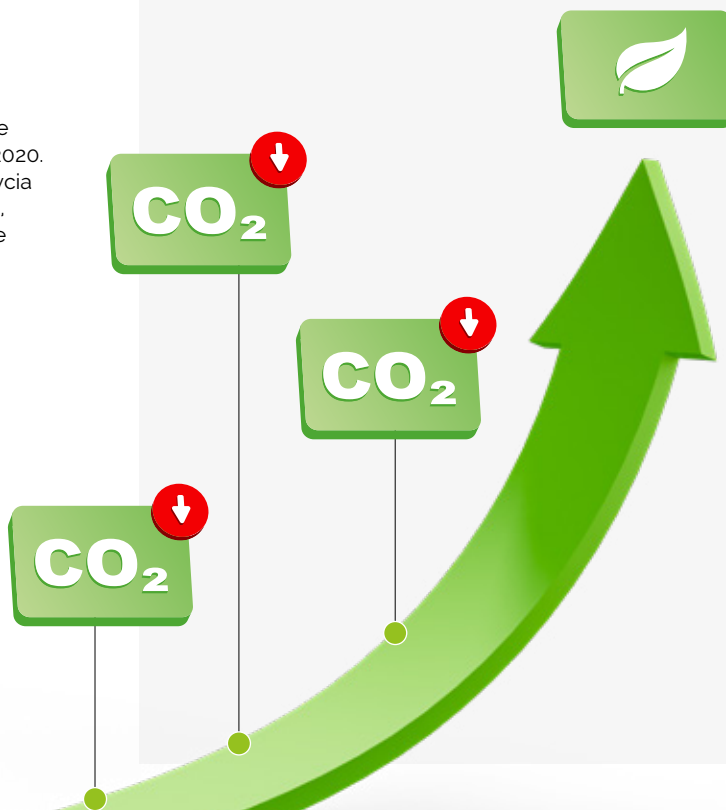
Pozytywne

- osiągnięto trwałą redukcję emisji (~10%)
- skuteczna dekarbonizacja energii (Zakres 2)
- poprawa efektywności operacyjnej (Zakres 1 do 2024 roku)

Wyzwania

- zatrzymanie trendu spadkowego w 2025 roku
- wzrost emisji w Zakresie 1 i Zakresie 3
- bardzo wysoki udział Zakresu 3 (~96% emisji)

Auchan Polska, w ramach strategii klimatycznej Grupy Auchan Retail, realizuje plan transformacji mający na celu systemowe ograniczenie emisji gazów cieplarnianych oraz dostosowanie działalności operacyjnej do wymogów gospodarki niskoemisyjnej. Plan ten odzwierciedla zaangażowanie organizacji w osiąganie ambitnych celów redukcyjnych oraz zapewnienie adekwatnych zasobów i narzędzi wspierających ich realizację.



Auchan Polska – analiza emisji CO₂ w latach: 2020, 2024 i 2025

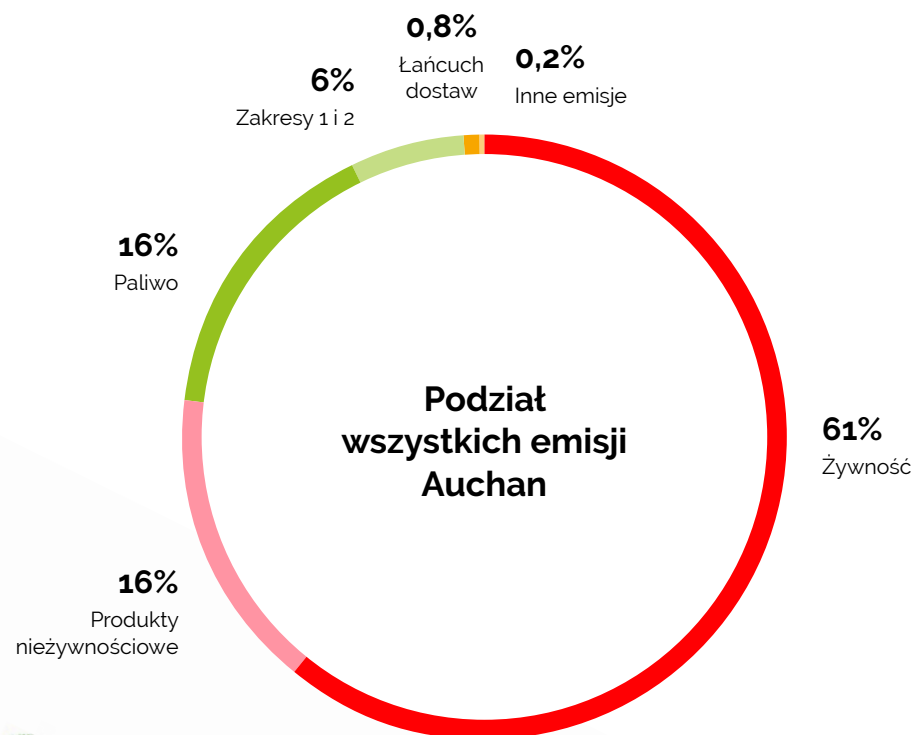
Rok	Emisja łącznie	Zakres 1 MtCO ₂ e	Zakres 2 MtCO ₂ e	Zakres 3 MtCO ₂ e
2020	5,66	0,074*	0,171*	5,41
2024	5,06	0,047	0,135	4,88
2025	5,09	0,062	0,112	4,92

* Analiza emisji CO₂ dla Auchan Polska została opracowana na podstawie danych z narzędzia Carbon Tracking Tool (SWEEP). Dane dostępne w narzędziu są agregowane od 2020 roku, natomiast rokiem bazowym dla zakresów 1 i 2 jest 2019, dla którego nie są dostępne wyodrębnione dane dotyczące emisji dla Auchan Polska.

Carbon tracking tool

W roku 2025 wdrożyliśmy narzędzie **Carbon Tracking Tool**. System ten stanowi kompleksowe rozwiązanie do zarządzania wpływem naszej działalności na środowisko naturalne.

- Głównym celem jest **śledzenie i monitorowanie śladu węglowego** we wszystkich zakresach oraz efektywne zarządzanie emisjami CO₂, co dzięki wykorzystaniu narzędzia umożliwia precyzyjną identyfikację źródeł emisji i wdrażanie ukierunkowanych działań redukcyjnych.
- System jest kluczowy dla spełnienia wymogów raportowania w ramach **Dyrektywy w sprawie sprawozdawczości przedsiębiorstw w zakresie zrównoważonego rozwoju (CSRD)**.



Emisje w zakresie 1 i 2

W odniesieniu do emisji bezpośrednich i pośrednich związanych z funkcjonowaniem naszych sklepów koncentrujemy się na działaniach wpływających na zużycie energii oraz wykorzystywane technologie. Obejmują one m.in. **wdrażanie rozwiązań poprawiających efektywność energetyczną, modernizację wyposażenia, rozwój systemów chłodniczych oraz zwiększanie udziału energii ze źródeł odnawialnych.**

Naszym celem jest **ograniczenie zużycia energii o 46% do 2030 roku w porównaniu z rokiem 2019**. Realizacja tego celu opiera się na stopniowym wdrażaniu działań optymalizacyjnych i inwestycyjnych w wybranych obszarach działalności:

- redukcji zużycia energii,
- zakupu zielonej energii,
- wymianie czynników chłodniczych na mniej emisyjne,
- dostosowaniu temperatury w sklepach i magazynach do 18°C,
- wymianie oświetlenia na LED.

Emisja CO₂ w zakresie 1 i 2 Auchan Polska

Zakres	2024 vs 2020	2025 vs 2020
Łącznie	-10,4%	-9,9%
Zakres 1	-36,5%	-16,2%
Zakres 2	-21,05%	-34,5%



Zakup zielonej energii

Od 2022 roku 100% energii elektrycznej wykorzystywanej w Auchan pochodzi ze źródeł odnawialnych z zielonymi certyfikatami pochodzenia.

- W 2024 roku Auchan Polska zakupiło 210 791 MWh energii elektrycznej pochodzącej z odnawialnych źródeł. Dla pozostałego okresu raportowania certyfikaty nie zostały jeszcze wystawione.



Wymiana czynników chłodniczych na mniej emisyjne

Systemy chłodnicze wykorzystywane do przechowywania żywności oraz instalacje klimatyzacyjne stanowią istotne źródło emisji w naszych sklepach. W związku z tym prowadzimy działania modernizacyjne ukierunkowane na zmianę stosowanych czynników chłodniczych na rozwiązania o niższym potencjale tworzenia efektu cieplarnianego.

W raportowanym okresie przeprowadziliśmy wymianę czynników chłodniczych w 1 obiekcie. Na koniec 2025 roku proces ten został zrealizowany łącznie w 71% naszych obiektów.

Zużycie energii w latach 2024-2025 w kWh/m²

- 2024 – 261,20 (spadek o 4,7% względem roku poprzedniego)
- 2025 – 248 (spadek o 5% względem roku poprzedniego)

Car Port w Rumi z systemem Plug&Shop

Projekt Plug & Shop odpowiada na rosnącą niestabilność cen energii oraz rozwój elektromobilności, w kontekście planowanego zakazu sprzedaży samochodów spalinowych od 2035 roku. Dynamiczny wzrost rynku EV w Polsce (+74% r/r) oraz wciąż niższy udział względem UE (5% vs 15,6%) wskazują na potencjał dalszego rozwoju infrastruktury ładowania.

W ramach projektu Plug & Shop powstał carport o powierzchni **1800 m² z 100 miejscami parkingowymi i instalacją 380 paneli PV o mocy 200 kWp**. Infrastruktura ładowania obejmuje 1 stację AC i 2 stacje DC (łącznie 6 punktów) o łącznej mocy **344 kW**.

Od uruchomienia w marcu 2025 roku instalacja **wyprodukowała ok. 124 tys. kWh energii**, z czego 58 tys. kWh wykorzystano do ładowania pojazdów. Nadwyżka na poziomie 65,5 tys. kWh została przeznaczona na bieżące potrzeby sklepu. W przyszłości planowany jest dalszy rozwój sieci carportów przy sklepach Auchan.



Certyfikat PN-EN ISO 50001:2018-09

Certyfikat PN-EN ISO 50001:2018-09 potwierdza wdrożenie systemu zarządzania energią, obejmującego monitorowanie zużycia energii, identyfikację obszarów optymalizacji oraz prowadzenie działań na rzecz poprawy efektywności energetycznej.

Emisje w zakresie 3

Emisje związane z produktem

Na podstawie przeprowadzonej kalkulacji śladu węglowego zidentyfikowaliśmy, że **emisje w Zakresie 3**, w tym związane ze sprzedawanymi produktami, **stanowią przeszło 70% naszych całkowitych emisji**. Wynik ten wskazuje na istotne znaczenie łańcucha wartości w naszym całkowitym wpływie emisyjnym, dlatego obszar ten stanowi jeden z kluczowych kierunków naszych działań.

Emisje CO₂ w zakresie 3 Auchan Polska

Zakres	2024 vs 2020	2025 vs 2020
Zakres 3	-9,8%	-9,1%



Partnerzy w dekarbonizacji

Realizacja naszych celów klimatycznych w istotnym stopniu zależy od współpracy z dostawcami, dlatego rozwijamy program „**Partnerzy w dekarbonizacji 2030**”. Jego celem jest wspólne podejmowanie działań na rzecz ograniczania emisji gazów cieplarnianych w Zakresie 3. W ramach programu przyjęliśmy cel redukcji emisji CO₂ o 25% do 2030 roku względem roku bazowego 2020.

W celu lepszego dopasowania działań do skali i specyfiki działalności naszych partnerów przeprowadzamy ankietę klimatyczną wśród dostawców najbardziej emisyjnych kategorii produktowych. Na tej podstawie dokonaliśmy segmentacji dostawców i opracowaliśmy różnicowane podejścia wspierające ich w działaniach związanych z ograniczaniem emisji.

Udostępniamy naszym dostawcom i zespołom zakupowym materiały wspierające, w tym przewodniki oraz opisy działań, które mogą przyczynić się do ograniczania emisji w łańcuchu wartości. Zachęcamy również do dzielenia się informacjami na temat podejmowanych inicjatyw oraz ich efektów.

Druga i trzecia edycja programu współpracy z dostawcami realizowanego przez Auchan Polska odzwierciedlają przejście od etapu diagnozy do działań w obszarze dekarbonizacji.

Na podstawie ankiety klimatycznej w 2024 roku oceniono dojrzałość dostawców, identyfikując, że większość znajduje się na wczesnym etapie transformacji. W 2025 roku zwiększono zaangażowanie partnerów i skoncentrowano się na wdrażaniu działań redukcyjnych, jednak nadal widoczna jest potrzeba dalszego wsparcia w zakresie pomiaru śladu węglowego oraz rozwoju kompetencji klimatycznych.

Open Climate

W celu ujednolicenia raportowania emisji i zwiększenia transparentności danych w łańcuchu dostaw wdrożono platformę do zarządzania danymi klimatycznymi oraz nawiązano współpracę z Open Climate, co wzmacnia zaangażowanie dostawców, mimo wyzwań związanych z jakością i dostępnością danych o emisjach CO₂.

Emisje w Transporcie i Logistyce

Emisje związane z transportem produktów stanowią część naszego śladu węglowego i odpowiadają za około 0,8% całkowitych emisji. W celu ich ograniczenia podejmujemy działania ukierunkowane na optymalizację procesów logistycznych oraz stopniową zmianę wykorzystywanych rozwiązań transportowych.

W szczególności:

- optymalizujemy procesy transportowe, w tym poziom wykorzystania przestrzeni ładunkowej oraz planowanie tras, z wykorzystaniem narzędzi cyfrowych,
- wprowadzamy zmiany w łańcuchu dostaw, obejmujące m.in. relokację magazynów do obiektów o wyższej efektywności energetycznej, posiadających certyfikację BREEAM na poziomie Very Good,
- testujemy pojazdy o niższej emisyjności, w tym zasilane LNG i energią elektryczną, oraz stopniowo zwiększamy udział pojazdów hybrydowych we flocie samochodów służbowych.

Certyfikat BREEAM



- Certyfikat BREEAM potwierdza, że budynek został zaprojektowany, wybudowany lub jest zarządzany zgodnie z kryteriami środowiskowymi, obejmującymi m.in. efektywność energetyczną, zużycie zasobów, gospodarkę wodną oraz komfort użytkowników.
- International New Construction 2016 dla PDC Industrial Center 211 Sp. z o.o. za budynek Panattoni BTS Auchan w Wilczej Górze.

Lean&Green



Jako pierwsza firma w Polsce otrzymaliśmy gwiazdkę Lean&Green. Od momentu przystąpienia do inicjatywy osiągnęliśmy znaczącą redukcję emisji CO₂ w tym obszarze, co zostało potwierdzone przyznaniem kolejnych dwóch gwiazdek. Gwiazdki są przyznawane za redukcję śladu węglowego w procesach logistycznych.

WALKA Z MARNOTRAWSTWEM ŻYWNOŚCI

Ponad połowa Polaków deklaruje, że zdarza im się marnować żywność, najczęściej pieczywo, owoce, warzywa oraz wędliny. Szacuje się, że w Polsce marnowanych jest około **4,8–5 mln ton żywności rocznie**. Zjawisko to wiąże się również z wykorzystaniem zasobów, takich jak woda i energia, oraz emisjami powstającymi na etapie produkcji, transportu i przechowywania produktów.

W naszej działalności koncentrujemy się na ograniczaniu skali marnowania żywności poprzez działania operacyjne i informacyjne. Rozwijamy rozwiązania wspierające planowanie zamówień oraz zarządzanie zapasami w sklepach i magazynach, a także prowadzimy działania edukacyjne skierowane do klientów.

W przypadku produktów zagrożonych zmarnowaniem współpracujemy z partnerami w ramach projektów umożliwiających ich dalsze wykorzystanie. Produkty, które nie mogą zostać przeznaczone do spożycia, kierujemy do dalszego zagospodarowania, w tym do procesów odzysku. Odpady organiczne oraz wybrane odpady niespożywcze przekazujemy do odpowiednich procesów przetwarzania.

Uzupełnieniem naszych działań są cykliczne kampanie edukacyjne skierowane do klientów i pracowników, których celem jest zwiększanie świadomości w zakresie ograniczania marnowania żywności. Walka z marnotrawstwem żywności stanowi naszą 13 oś strategiczną.

Łańcuch wartości zapobiegania marnowaniu żywności



Nasze praktyki przeciwdziałania marnowania żywności:

1. Nie marnujemy, ratujemy



Jest przestrzeń, w której klienci mogą kupić żywność zagrożoną zmartowaniem w obniżonej cenie przy wykorzystaniu aplikacji Smartway.



Smartway to aplikacja wspierana przez sztuczną inteligencję, które pomaga pracownikom naszych sklepów zarządzać produktami z krótkim terminem przydatności. System identyfikuje takie produkty, sugeruje odpowiednie obniżki cen – dzięki czemu produkty trafiają do strefy „Nie marnujemy, ratujemy”. Aplikacja wspiera planowanie zamówień i zarządzanie stokiem.

Tanie paczki

„Tanie paczki” w naszych sklepach to starannie przygotowane zestawy oferowane w dziale warzyw i owoców, w cenie obniżonej do 50%, obejmujące produkty, **które zaczynają tracić na atrakcyjności, ale nadal są w dobrym stanie i nadają się do spożycia**, co pozwala ograniczać marnotrawstwo żywności i wspiera realizację celów osi nr 13.

2. Too Good To Go i Foodsi



Too Good To Go to firma wpływu społecznego. Łączy użytkowników z miejscami, w których zostało nadwyżkowe jedzenie, aby uniknąć jego zmartowania. Już od 6 lat współpracujemy z Too Good To Go na rzecz ograniczenia marnowania żywności z Auchan. W 2024 roku wprowadziliśmy Paczki Niespodzianki. W 2025 roku zrealizowano 2,88 mln paczek (łącznie 855 tys. kg).



Foodsi to aplikacja wspierająca ograniczanie marnowania żywności poprzez sprzedaż nadwyżek produktów w obniżonych cenach. W Auchan rozwiązanie to polega na tworzeniu paczek z niesprzedanych w danym dniu produktów spożywczych oraz wybranych artykułów non-food, które klienci mogą kupić za pośrednictwem aplikacji. Dzięki temu możliwe jest lepsze zagospodarowanie nadwyżek asortymentu, ograniczenie strat oraz bardziej efektywne wykorzystanie dostępnych produktów.

3. Przekazywanie żywności



Wspólnie z **Federacją Polskich Banków Żywności** realizujemy misję przeciwdziałania marnowaniu żywności i wsparcia żywnościowego osób potrzebujących. **Ze 100% sklepów, sklepu online Auchan Direct oraz magazynów przekazujemy do Banków pełnowartościową żywność, ze zbliżającym się terminem przydatności do spożycia, która trafia do potrzebujących osób.** O strategicznym partnerstwie z Federacją Banków Żywności piszemy więcej w rozdziale Społeczeństwo.

Podsumowanie naszych działań w latach 2024-2025

45 198 772 zł

wartość przekazanej żywności

4 124 tony

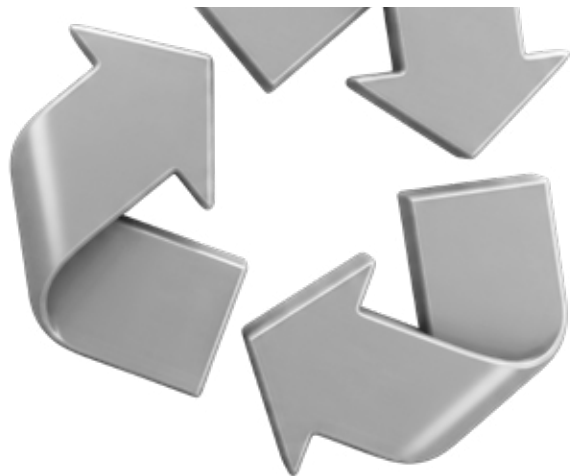
przekazanej żywności

10 310 865

liczba posiłków*



*Zgodnie z przelicznikiem Banków Żywności: 0,4 kg - 1 posiłek



GOSPODARKA OBIEGU ZAMKNIĘTEGO I OGRANICZENIE PLASTIKU

Nasze działania na rzecz gospodarki obiegu zamkniętego

Przyspieszamy gospodarkę obiegu zamkniętego

Gospodarkę o obiegu zamkniętym w naszej działalności rozumiemy jako podejście systemowe, ukierunkowane na minimalizację zużycia zasobów pierwotnych oraz ograniczanie powstawania odpadów na każdym etapie łańcucha wartości. W praktyce obejmuje to działania związane z wydłużaniem cyklu życia produktów i materiałów, optymalizacją procesów operacyjnych, stosowaniem rozwiązań wielokrotnego użytku oraz zapewnieniem przekazywania powstających odpadów do procesów odzysku lub recyklingu, zgodnie z obowiązującymi przepisami i hierarchią postępowania z odpadami.

Pooling palet

W naszych operacjach logistycznych wykorzystujemy palety oraz skrzynki wielokrotnego użytku, co wspiera sprawny przebieg procesów przyjęcia, transportu i dystrybucji towarów. Rozwiązania te pozwalają ograniczać zapotrzebowanie na jednorazowe nośniki oraz związane z nimi zużycie surowców. Palety CHEP oraz skrzynki Euro Pool System funkcjonują w modelu obiegu zamkniętego i stanowią stały element naszego łańcucha dostaw. Dzięki ich wielokrotnemu wykorzystaniu ograniczamy konieczność produkcji nowych opakowań transportowych.

Wyniki CHEP

Potwierdzenie danych z certyfikatów CHEP

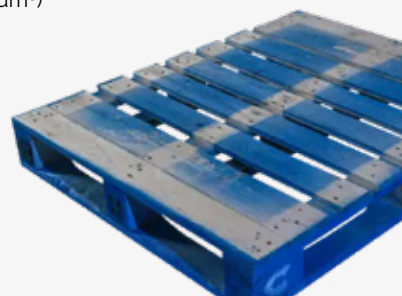
2024:

- Redukcja emisji CO₂: 356 372 kg
- Uratowane drzewa: 1846 (ograniczenie zużycia drewna o 1 910 462 dm³)

2025:

- Redukcja emisji CO₂: 1 815 251 kg
- Uratowane drzewa: 604 (ograniczenie zużycia zasobów drewna o 625 540 dm³)

W efekcie zmniejsza się skala produkcji palet, co przekłada się na niższe zużycie surowców, w tym drewna, oraz ograniczenie emisji związanych z ich wytworzeniem.



Model poolingowy oparty na koncepcji „share and reuse”

Stawiamy na model poolingowy oparty na koncepcji „share and reuse”, w ramach którego korzystamy ze współdzielonych nośników logistycznych, takich jak palety i skrzynki. Dzięki temu zapewniamy ich efektywną rotację, co wspiera nasze dążenia w kierunku gospodarki obiegu zamkniętego, ograniczając zapotrzebowanie na produkcję nowych nośników, zużycie surowców oraz skalę generowanych odpadów.

W naszych operacjach logistycznych wykorzystujemy palety CHEP oraz czerwone palety LPR i skrzynki wielokrotnego użytku, które usprawniają procesy przyjęcia, transportu i dystrybucji towarów.

Wyniki EPS (Euro Pool System)

Współpraca Auchan i EuroPoolSystem zaowocowała:

- redukcją emisji na poziomie 1 891 ton ekwiwalentu CO₂ w porównaniu z wykorzystaniem jednorazowych opakowań kartonowych,
- w 2025 roku, wykorzystano 5,5 mln skrzynek. Przełożło się to na zmniejszenie emisji CO₂ do atmosfery o 1212 ton.

Od koszyka do koszyka

Certyfikat Rabtrolley (Trolleys for the Environment) deklaruje, że:

- w 2024 roku Auchan Polska odzyskało 12 ton plastiku ze środowiska, z czego 90% pochodziło z oczyszczania mórz i oceanów, dzięki zastosowaniu wózków Rabtrolley wykonanych w 100% z plastiku z recyklingu,
- w 2025 roku odzyskano 7500 kg plastiku ze środowiska dzięki zastosowaniu wózków sklepowych marki Rabtrolley, które są produkowane w 100% z plastiku z recyklingu.

Zamykamy obieg plastiku, przetwarzając rocznie około 1 400 ton odpadów z tworzyw sztucznych na granulát, który wykorzystywany jest do produkcji toreb. W efekcie tego procesu powstaje około 24 mln toreb dostępnych przy kasach, zawierających średnio 80% materiałów z recyklingu i w pełni nadających się do ponownego przetworzenia.

DZIAŁANIA NA RZECZ OGRANICZENIA PLASTIKU

Tworzywa sztuczne są powszechnie wykorzystywane w codziennym życiu, jednak ich nadmierne użycie oraz długi czas rozkładu stanowią istotne wyzwanie środowiskowe.

W odpowiedzi na to podejmujemy działania ukierunkowane na ograniczanie wpływu plastiku na środowisko.

Polityka Plastikowa Auchan stanowi nasz plan działania ze zdefiniowanymi mierzalnymi celami i etapami wdrażania w tym obszarze.

Wyzwania związane z plastikiem w łańcuchu wartości



PRODUKTY Z TWORZYW SZTUCZNYCH

- Od 2019 roku oferta nie obejmuje jednorazowych produktów plastikowych
- Wszystkie produkty marki własnej spełniają wymagania ustawy SUP (Single-use plastic)



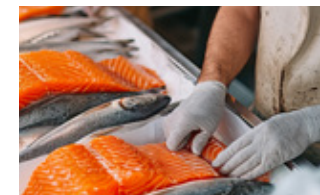
OPAKOWANIA PRODUKTÓW

- Systematyczne ograniczanie masy plastiku w opakowaniach produktów marki własnej
- Stałe doskonalenie opakowań w kierunku większej przyjazności środowiskowej
- Na koniec 2025 roku 81% opakowań nadawało się do recyklingu lub kompostowania w warunkach domowych
- Zapewnienie transparentnych informacji o składzie opakowań



OPAKOWANIA MAGAZYNOWE I TRANSPORTOWE

- Rozwój rozwiązań w modelu gospodarki obiegu zamkniętego, w tym wykorzystanie:
 - skrzynek na owoce i warzywa EuroPolSystem
 - drewnianych palet w systemie poolingowym CHEP
 - pojemników wielokrotnego użytku w dostawach Auchan Direct
- Ograniczenie zużycia folii dzięki zmianie minimów logistycznych dla produktów szybko rotujących na pełne palety
- Wdrożenie maszyny do produkcji wypełniaczy z własnych odpadów kartonowych



OPAKOWANIA DYSTRYBUCYJNE W SKLEPACH

- Redukcja zużycia torebek HDPE o ok. 15% w drugiej połowie 2025 roku względem 2024 roku
- Wprowadzenie jednomateriałowych opakowań LDPE nadających się do recyklingu w działach rybnym i mięsnym
- Stopniowe zastępowanie opakowań wielomateriałowych w piekarni torbami papierowymi
- Stosowanie opakowań polietylenowych w cukierni samoobsługowej oraz kartonowych w cukierni tradycyjnej
- Oferowanie klientom toreb wielokrotnego użytku w dziale owoców i warzyw



TORBY KASOWE

- Torby z tworzywa sztucznego przeznaczone do wielokrotnego użytku
- Reklamówki kasowe w 80% wykonane z granulatu pochodzącego z recyklingu
- Papierowe torby z certyfikatem FSC

Zarządzanie plastikiem w naszym łańcuchu wartości

Podejmujemy inicjatywy we współpracy z partnerami biznesowymi, w szczególności dostawcami, koncentrując się na **działaniach związanych z cyklem życia produktów oraz procesami zakupowymi**.

Obejmują one m.in. analizę wybranych kategorii produktowych, identyfikację obszarów o istotnym udziale w emisjach oraz wdrażanie rozwiązań wspierających ich ograniczanie.

Zakupy do opakowania klienta

Umożliwiamy klientom pakowanie wybranych produktów do własnych pojemników i opakowań wielokrotnego użytku. Rozwiązanie to wdrożyliśmy w punktach obsługi tradycyjnej, m.in. na stoiskach z mięsem, wędlinami, produktami garmazeryjnymi, wyrobami cukierniczymi, daniami gotowymi oraz serami.

Asortyment bez opakowań

Oferta produktów dostępnych na wagę jest statym elementem naszego asortymentu i odpowiada na potrzebę zmniejszania ilości odpadów. Konsekwentnie rozwijamy tę kategorię, oferując szeroki wybór produktów sprzedawanych bez opakowań, w tym m.in. bakalie, stodycze i przekąski, płatki śniadaniowe, kawę i herbatę, a także produkty sypkie, takie jak ryż, kasze, makarony, przyprawy czy suszone warzywa. Takie rozwiązanie pozwala klientom kupować dokładnie tyle, ile potrzebują, wspierając bardziej świadome i efektywne korzystanie z zasobów.

OCHRONA BIORÓŻNORODNOŚCI

Bioróżnorodność i równowaga w naturze

Zachowanie równowagi w przyrodzie wiąże się z ochroną bioróżnorodności oraz odpowiedzialnym zarządzaniem zasobami wodnymi i leśnymi. W Auchan, we współpracy z dostawcami, rozwijamy wybrane praktyki rolnicze i hodowlane ukierunkowane na ochronę lasów, dobrostan zwierząt oraz ograniczanie emisji CO₂.

EUDR

EUDR (EU Deforestation Regulation) to **unijne rozporządzenie**, którego celem jest **zapobieganie wprowadzaniu na rynek UE produktów powodujących wylesianie**.

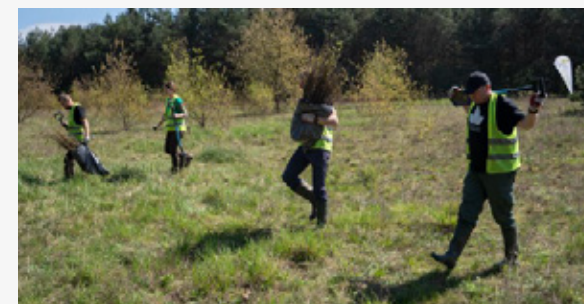
- dotyczy m.in. **drewna, kakao, kawy, soi, wołowiny, oleju palmowego i kauczuku** (oraz produktów pochodnych),
- wymaga, aby produkty były **wolne od wylesiania i zgodne z prawem kraju pochodzenia**,
- nakłada obowiązek **na należytej staranności (due diligence) i identyfikowalności pochodzenia** (w tym lokalizacji produkcji),
- obejmuje **import, produkcję i eksport** na rynku UE.

Co to oznacza dla nas?

Regulacja ta przełożyła się na wzmocnienie procesów weryfikacji dostawców, zapewnienie identyfikowalności pochodzenia surowców oraz gromadzenie danych niezbędnych do potwierdzenia zgodności produktów z wymogami „deforestation-free”. Współpracujemy z partnerami handlowymi w celu dostosowania łańcucha dostaw do wymagań regulacyjnych oraz zwiększania transparentności w obszarze pochodzenia produktów.

Nasadzenia w 2024 roku

W 2024 roku kontynuowaliśmy współpracę z fundacją **Aeris Futuro**. Dzięki środkom zebranych za pośrednictwem **mikrodonacji Donateo**, posadziliśmy **8 400 drzew w 8 lokalizacjach**, osiągając **potencjalną kompensację CO₂ w wysokości 630 ton**.



BUDOWANIE ŚWIADOMOŚCI EKOLOGICZNEJ

Food Waste Avengers

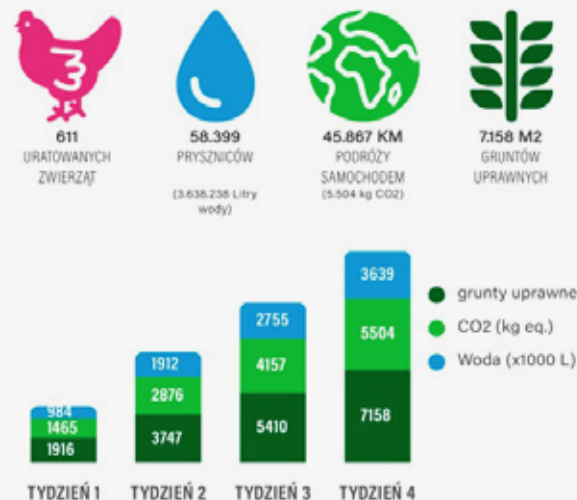
W 2025 roku zorganizowaliśmy wyzwanie otwarte dla pracowników sklepów, magazynów oraz Serwisów Wsparcia. Jego celem było zebranie najbardziej innowacyjnych inicjatyw zapobiegających marnowaniu żywności lub ograniczających to zjawisko.



Veggie Challenge

Współpracę przy kampanii Veggie Challenge rozpoczęliśmy w kwietniu 2024 roku, angażując pracowników i pracowniczki z 32 zespołów w inicjatywę promującą roślinne wybory żywieniowe. Działania te miały charakter edukacyjny i informacyjny. Poprzez materiały w stołówkach, komunikację wewnętrzną oraz webinar „Dieta dla Planety” przybliżaliśmy, jak codzienne decyzje żywieniowe mogą wpływać na zdrowie i środowisko, jednocześnie podkreślając, że zmiana nawyków może odbywać się stopniowo i w sposób dostępny dla każdego. Uzupełnieniem kampanii były propozycje prostych dań roślinnych, które zachęcały do praktycznego wypróbowania nowych rozwiązań w kuchni.

Jakie efekty przyniósł 30-dniowy udział w Veggie Challenge?



Szkolenia środowiskowe

W Auchan zapewniamy wszystkim pracownikom dostęp do szkoleń z zakresu zagadnień środowiskowych, dostosowanych do specyfiki ich roli i codziennych obowiązków. Koncentrujemy się na przekazywaniu praktycznej wiedzy i realnych rozwiązaniach, które mogą być wdrażane w pracy operacyjnej, zamiast deklaracyjnych komunikatów. Dzięki temu budujemy świadomość środowiskową w organizacji i wspieramy podejmowanie decyzji, które w sposób mierzalny przyczyniają się do ograniczania naszego wpływu na otoczenie.

Wykaz szkoleń środowiskowych:

PEWNI DOBREGO:

- 2024: 408 osób
- 2025: 346 osób

SYSTEM KAUCYJNY:

- 2024: 0
- 2025: 3027 osób

NIE MARNUJEMY, RATUJEMY – ZERO WASTE:

- 2024: 2 osoby
- 2025: 538 osób

SEGREGOWANIE ODPADÓW:

- 2024: 0
- 2025: 1217 osób

Kampanie edukacyjne

Realizujemy obowiązki wynikające z ustawy o przeciwdziałaniu marnowaniu żywności poprzez prowadzenie kampanii edukacyjno-informacyjnych we współpracy z organizacjami pozarządowymi. Jednocześnie wykraczamy poza wymagania regulacyjne, rozwijając dodatkowe działania i inicjatywy.

Prowadzimy edukację w zakresie walki z marnotrawstwem żywności wśród naszych klientów poprzez:



Kampania edukacyjna dotycząca przeciwdziałania marnowaniu żywności

- Kampanię rozpoczęliśmy 29 września, w Międzynarodowym Dniu Świadomości na temat Strat i Marnowania Żywności ustanowionym przez ONZ. Działania były prowadzone przez dwa tygodnie, zgodnie z wymaganiami ustawowymi, we współpracy z Federacją Polskich Banków Żywności.
- Komunikację kierowaliśmy do klientów m.in. poprzez gazetki promocyjne publikowane na stronie internetowej Auchan.

Zgodnie z danymi KE **zrozumienie dat przydatności do spożycia** może ograniczyć marnowanie żywności o **10%**.

Kampania plastikowa SUP

- Zrealizowaliśmy kampanię informacyjną ukierunkowaną na zwiększenie poziomu recyklingu plastiku oraz ograniczenie jego zużycia. W materiałach edukacyjnych zwracaliśmy uwagę m.in. na skalę globalnej produkcji opakowań foliowych, wysokie zużycie tworzyw sztucznych w Polsce oraz krótki cykl życia produktów jednorazowych przy jednoczesnym bardzo długim czasie ich rozkładu. Podkreślaliśmy również wpływ produkcji plastiku na emisje gazów cieplarnianych oraz znaczenie odpowiedzialnego podejścia do opakowań i ich ograniczania.
- Kampania była realizowana poprzez plakaty w sklepach oraz materiały w gazetkach, w tym dedykowaną stronę CSR. W komunikacji zachęcaliśmy klientów do segregacji odpadów zgodnie z celami Unii Europejskiej w zakresie recyklingu opakowań oraz do podejmowania bardziej ekologicznych wyborów, takich jak korzystanie z opakowań wielokrotnego użytku, ważenie produktów luzem czy używanie własnych toreb i pojemników podczas zakupów.
- Polacy zużywają rocznie 10 miliardów plastikowych toreb, co stanowi ponad dwukrotnie więcej niż średnia w UE.
- Każdego roku produkcja tworzyw sztucznych generuje 1,8 miliarda ton emisji gazów cieplarnianych, co stanowi 3,4% globalnych emisji.
- Cykl życia jednej torebki trwa średnio 25 minut, a jej rozkład to 400 lat.



W 2025 roku kampania SUP została rozszerzona o temat systemu kaucyjnego, który od października zaczął obowiązywać w całej Polsce jako narzędzie wspierające recykling i ponowne wykorzystanie opakowań. W komunikacji kierowanej do klientów wyjaśnialiśmy zasady jego działania oraz rolę sklepów w procesie ich zwrotu.

6

O RAPORCIE

Niniejszy raport jest 9. publikacją prezentującą działania podejmowane przez Auchan Polska w obszarze zrównoważonego rozwoju.



LISTA WSKAŹNIKÓW GRI

Podsumowanie

Numer wskaźnika	Wskaźnik	Miejsce w raporcie	Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ, ESRS
Wskaźniki profilowe			
2-1	Dane o organizacji	Kultura organizacyjna Auchan	ESRS: GOV-1, GOV-2
2-2	Lista podmiotów objętych raportowaniem	O raporcie	ESRS: BP-1
2-3	Okres sprawozdawczy, częstotliwość publikowania raportu i dane kontaktowe	O raporcie	BP-1
2-4	Zmiany raportowanych treści	O raporcie	
2-5	Weryfikacja zewnętrzna raportu	O raporcie	
2-6	Opis działalności, produktów, usług, łańcucha wartości, relacji z partnerami biznesowymi	Tworzenie wartości w modelu biznesowym	Cel 12, ESRS SBM-1, G1
2-7	Pracownicy	Ludzie w centrum działań organizacji	Cele 8 i 10, ESRS S1
2-8	Współpracownicy	Ludzie w centrum działań organizacji	ESRS S1
2-9	Skład i struktura organów zarządzających	Kultura organizacyjna Auchan	ESRS G1, GOV-1
2-10	Nominacja i wybór do najwyższego organu nadzorczego	Kultura organizacyjna Auchan	Cel 5, ESRS: GOV-1
2-11	Przewodniczący najwyższego organu zarządzającego w organizacji	Kultura organizacyjna Auchan	Cel 16, ESRS: GOV-1
2-12	Rola najwyższego organu zarządzającego w nadzorowaniu wpływu organizacji na gospodarkę, społeczność i środowisko naturalne	Kultura organizacyjna Auchan	Cel 16, ESRS: GOV-1, GOV-5
2-13	Delegowanie odpowiedzialności za zarządzanie wpływem organizacji na gospodarkę, społeczność i środowisko naturalne	Kultura organizacyjna Auchan	ESRS: GOV-1, GOV-5
2-14	Rola najwyższego organu zarządzającego w ujawnianiu kwestii dotyczących zrównoważonego rozwoju	Kultura organizacyjna Auchan	ESRS GOV-1, GOV-5
2-15	Konflikt interesów	Kultura organizacyjna Auchan	
2-16	Informowanie o najważniejszych zastrzeżeniach	Kultura organizacyjna Auchan	

2-17	Zbiorowa wiedza najwyższego organu zarządczego	Kultura organizacyjna Auchan	ESRS: GOV-1
2-18	Ocena wyników pracy najwyższego organu zarządczego	Kultura organizacyjna Auchan	
2-22	Oświadczenie kierownictwa najwyższego szczebla na temat znaczenia zrównoważonego rozwoju dla organizacji i jej strategii	List Prezesa	ESRS: BP-1, SBM-1, SBM-2
2-23	Zobowiązania dotyczące odpowiedzialnego prowadzenia działalności gospodarczej	Kultura organizacyjna Auchan, Tworzenie wartości w modelu biznesowym	ESRS G1
2-24	Polityki wewnętrzne i wdrożone zobowiązania dotyczące odpowiedzialnego prowadzenia działalności gospodarczej	Kultura organizacyjna Auchan, Tworzenie wartości w modelu biznesowym	ESRS G1
2-25	Procesy minimalizowania negatywnego wpływu organizacji	Kultura organizacyjna Auchan, O raporcie	ESRS IRO-1
2-26	Mechanizmy zasięgnięcia porad i zgłaszania wątpliwości	Kultura organizacyjna Auchan	Cel 16, ESRS G1
2-27	Zgodność z prawem i regulacjami	Kultura organizacyjna Auchan	Cel 16, ESRS G1
2-28	Członkostwo w organizacjach i stowarzyszeniach	Kultura organizacyjna Auchan	Cel 17
2-29	Podejście do zaangażowania interesariuszy	Kultura organizacyjna Auchan	ESRS: SBM-2
2-30	Układy zbiorowe	Ludzie w centrum działań organizacji	ESRS S1

Istotne tematy

3-1	Proces określania istotnych zagadnień	O raporcie	
3-2	Lista istotnych tematów	O raporcie	
3-3	Proces zarządzania istotnymi tematami	O raporcie	

Przeciwdziałanie korupcji

205-1	Ocena działalności pod względem wystąpienia ryzyka korupcji	Kultura organizacyjna Auchan	Cel 16, ESRS: G1
205-2	Komunikacja i szkolenia w zakresie polityk i procedur antykorupcyjnych organizacji	Kultura organizacyjna Auchan	Cel 16, ESRS: G1
205-3	Działania podjęte w odpowiedzi na przypadki korupcji	Kultura organizacyjna Auchan	Cel 16, ESRS G1
206-1	Kroki prawne dotyczące przypadków naruszeń zasad wolnej konkurencji oraz praktyk monopolistycznych	Kultura organizacyjna Auchan	ESRS G1

Surowce i materiały

301-1	Wykorzystane surowce i materiały według wagi i objętości	Podjęcie Auchan do zarządzania wpływem środowiskowym	Cele 8, 12, ESRS E5, E3
301-2	Procent materiałów pochodzących z recyklingu wykorzystanych w procesie produkcyjnym	Podjęcie Auchan do zarządzania wpływem środowiskowym	Cele 8, 12, ESRS E5
301-3	Procent odzyskanych materiałów ze sprzedanych produktów i ich opakowań według kategorii materiału	Podjęcie Auchan do zarządzania wpływem środowiskowym	Cele 8, 12, ESRS E5

Energia

302-1	Bezpośrednie i pośrednie zużycie energii według pierwotnych źródeł energii	Podjęcie Auchan do zarządzania wpływem środowiskowym	Cele 7, 8, 12, 13, ESRS E1
302-3	Intensywność zużycia energii	Podjęcie Auchan do zarządzania wpływem środowiskowym	Cele 7, 8, 12, 13, ESRS E1
302-4	Redukcja zużycia energii	Podjęcie Auchan do zarządzania wpływem środowiskowym	Cele 7, 8, 12, 13, ESRS E1

Emisje

305-1	Bezpośrednie emisje gazów cieplarnianych (Zakres 1)	Podjęcie Auchan do zarządzania wpływem środowiskowym	Cele 3, 12, 13, 14, 15, ESRS E1
305-2	Pośrednie emisje gazów cieplarnianych według wagi (Zakres 2)	Podjęcie Auchan do zarządzania wpływem środowiskowym	Cele 3, 12, 13, 14, 15, ESRS E1
305-3	Inne pośrednie emisje gazów cieplarnianych (Zakres 3)	Podjęcie Auchan do zarządzania wpływem środowiskowym	Cele 3, 12, 13, 14, 15, ESRS E1
305-4	Intensywność emisji gazów cieplarnianych	Podjęcie Auchan do zarządzania wpływem środowiskowym	Cele 3, 12, 13, 14, 15, ESRS E1
305-5	Ograniczenia emisji gazów cieplarnianych	Podjęcie Auchan do zarządzania wpływem środowiskowym	Cele 13, 14, 15, ESRS E1, E2

Bioróżnorodność

101	Bioróżnorodność	Podjęcie Auchan do zarządzania wpływem środowiskowym	ESRS E4
-----	-----------------	--	---------

Ścieki i odpady

306-1	Wytwarzanie odpadów i znaczące skutki związane z odpadami	Podjęcie Auchan do zarządzania wpływem środowiskowym	Cele 3, 6, 11, 12, ESRS E5
306-2	Zarządzanie znaczącymi skutkami związanymi z odpadami	Podjęcie Auchan do zarządzania wpływem środowiskowym	Cele 3, 6, 11, 12, ESRS E5
306-3	Wytworzone odpady według rodzaju oraz metody ich unieszkodliwiania	Podjęcie Auchan do zarządzania wpływem środowiskowym	Cele 3, 6, 11, 12, ESRS E5

Zatrudnienie

401-2	Świadczenia dodatkowe (benefity) zapewniane pracownikom pełnoetatowym	Ludzie w centrum działań organizacji	
-------	---	--------------------------------------	--

Szkolenia i edukacja

404-1	Średnia liczba godzin szkoleniowych przypadających na pracownika	Ludzie w centrum działań organizacji	Cele 4, 5, 8, 10, ESRS S1
404-2	Programy rozwoju kompetencji zawodowych	Ludzie w centrum działań organizacji	Cele 8, 10, ESRS S1
404-3	Odsetek pracowników podlegających regularnej ocenie pracy	Ludzie w centrum działań organizacji	Cele 5, 8, 10, ESRS S1

Bezpieczeństwo i higiena pracy

403-1	System zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy (BHP)	Ludzie w centrum działań organizacji	Cele 3, 8, 16, ESRS S1
403-2	Identyfikacja zagrożeń, ocena ryzyka i analiza incydentów	Ludzie w centrum działań organizacji	Cele 3, 8, 16, ESRS S1
403-4	Udział pracowników, konsultacje i komunikacja w kwestiach bezpieczeństwa pracy	Ludzie w centrum działań organizacji	Cele 3, 8, 16, ESRS S1
403-5	Szkolenie pracowników na temat bezpieczeństwa i higieny pracy	Ludzie w centrum działań organizacji	Cele 3, 8, 16, ESRS S1
403-6	Promocja zdrowego stylu życia wśród pracowników	Ludzie w centrum działań organizacji	Cele 3, 8, 16, ESRS S1
403-9	Urazy związane z pracą	Ludzie w centrum działań organizacji	Cele 3, 8, 16, ESRS S1

Różnorodność i równość szans

405-1	Skład ciał zarządczych i kadry pracowniczej w podziale na kategorie według płci, wieku, przynależności do mniejszości oraz innych wskaźników różnorodności	Ludzie w centrum działań organizacji	Cele 5, 8, 10, ESRS S1
-------	--	--------------------------------------	------------------------

Społeczność lokalna

413-1	Charakter, skala i efektywność programów i praktyk w zakresie oceny i zarządzania wpływem działalności organizacji na społeczność lokalną, włączając wpływ wejścia na dany rynek, prowadzenia i zakończenia działalności	Wpływ, który zobowiązuje	Cele 2, 10, 17, ESRS S3
-------	--	--------------------------	-------------------------

Zdrowie i bezpieczeństwo klientów

416-1	Wpływ istotnych kategorii produktów i usług na zdrowie i bezpieczeństwo	Tworzenie wartości w modelu biznesowym	Cel 16, ESRS S4
417-1	Rodzaj informacji o produktach i usługach wymaganych na mocy procedur organizacji oraz procent istotnych kategorii produktów i usług podlegających takim wymogom	Tworzenie wartości w modelu biznesowym	ESRS S4

O RAPORCIE

Niniejszy raport jest **9. publikacją** prezentującą działania podejmowane przez Auchan Polska w obszarze zrównoważonego rozwoju. Raport został opracowany zgodnie z międzynarodowym standardem raportowania Global Reporting Initiative (GRI Standards 2021, 2024). Publikacja uwzględnia również wybrane Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ.

Choć Auchan Polska nie jest jeszcze objęte obowiązkiem raportowania zgodnie z dyrektywą CSRD i Europejskimi Standardami Sprawozdawczości Zrównoważonego Rozwoju (ESRS), organizacja konsekwentnie przygotowuje się do nowych wymogów regulacyjnych. W ramach tych działań Auchan Retail International przeprowadził analizę podwójnej istotności na poziomie globalnym, której założenia i wyniki są stopniowo wdrażane również w działalności Auchan Polska. Tegoroczny raport pozostaje jednak raportem przygotowanym w oparciu o standardy GRI.

Zaprezentowane w raporcie dane dotyczą **okresu dwuletniego**, zgodnego z rokiem finansowym obowiązującym w Auchan Polska **za lata 2024-2025**.

W wybranych przypadkach zakres prezentowanych danych może obejmować pełne lata kalendarzowe, zgodnie z metodologią stosowaną przez partnerów społecznych lub właścicieli danych.

Poprzedni raport został opublikowany na stronie internetowej Auchan Polska w zakładce poświęconej zrównoważonemu rozwojowi.

Niniejszy raport nie został poddany zewnętrznej weryfikacji.

Analiza podwójnej istotności

Podejście do identyfikacji kluczowych zagadnień zrównoważonego rozwoju opiera się na metodologii wypracowanej przez Auchan Retail International. Proces obejmuje analizę kontekstu rynkowego i regulacyjnego, przegląd międzynarodowych standar-

dów i dokumentów wewnętrznych oraz dialog z interesariuszami. W związku z przygotowaniem do wdrożenia wymogów CSRD i ESRS, na poziomie grupy przeprowadzono analizę podwójnej istotności, uwzględniającą zarówno wpływ organizacji na otoczenie, jak i wpływ czynników zrównoważonego rozwoju na działalność biznesową.

Wyniki tej analizy stanowią podstawę do dalszego rozwijania podejścia do raportowania i zarządzania obszarem ESG w Auchan Polska.

Kwestie związane ze zrównoważonym rozwojem, objęte zakresem standardów tematycznych ESRS, zostały wskazane podczas analizy podwójnej istotności dla całej grupy jako istotne.

Zagadnienia objęte standardami ESRS, które zostały uwzględnione w tym raporcie, w ramach przygotowań do przyszłego raportowania zgodnego z CSRD, oznaczono poniżej odpowiednim **kolorem**.

ESRS E1	Zmiana klimatu	Przystosowanie się do zmiany klimatu
		Łagodzenie zmiany klimatu
		Energia
ESRS E2	Zanieczyszczenie	Zanieczyszczenie powietrza
		Zanieczyszczenie wody
		Zanieczyszczenie gleby
		Zanieczyszczenie organizmów żywych i zasobów żywnościowych
		Substancje potencjalnie niebezpieczne
		Substancje wzbudzające szczególnie duże obawy
ESRS E3	Woda i zasoby morskie	Mikrodrobiny plastiku
		Woda

ESRS E4	Bioróżnorodność i ekosystemy	Wpływy na usługi ekosystemowe i zależności od nich
ESRS E5	Gospodarka o obiegu zamkniętym	Zasoby wprowadzane, w tym wykorzystanie zasobów
		Zasoby odprowadzane związane z produktami i usługami
		Odpady
ESRS S1	Własne zasoby pracownicze	Warunki pracy
		Równe traktowanie i równość szans dla wszystkich
ESRS S2	Osoby wykonujące pracę w łańcuchu wartości	Warunki pracy
		Równe traktowanie i równość szans dla wszystkich
		Inne prawa związane z pracą
ESRS S3	Dotknięte społeczności	Prawa gospodarcze, społeczne i kulturalne społeczności
ESRS S4	Konsumenci i użytkownicy końcowi	Wpływy na konsumentów lub użytkowników końcowych związane z informacjami
		Bezpieczeństwo osobiste konsumentów lub użytkowników końcowych
		Włączenie społeczne konsumentów lub użytkowników końcowych
ESRS G1	Postępowanie w biznesie	Ochrona sygnalistów
		Dobrostan zwierząt
		Zarządzanie relacjami z dostawcami, w tym praktyki płatnicze
		Korupcja i przekupstwo



PODZIĘKOWANIA

Dziękujemy za lekturę naszego raportu 2024/2025 i zainteresowanie działaniami, które podejmujemy w obszarze zrównoważonego rozwoju.

Powstanie tego raportu nie byłoby możliwe bez zaangażowania wielu osób z różnych obszarów organizacji. Dziękujemy wszystkim współpracownikom i współpracownikom, którzy dzielili się swoją wiedzą, doświadczeniem i perspektywą, wspólnie tworząc obraz naszej organizacji i kierunku, w którym się rozwijamy.

Każdego dnia mierzymy się z nowymi wyzwaniami społecznymi, środowiskowymi i biznesowymi. Traktujemy je jednak nie tylko jako obowiązek, ale również impuls do rozwoju i wdrażania rozwiązań odpowiadających na potrzeby naszych interesariuszy oraz zmieniające się otoczenie rynkowe.

Cieszymy się, że możemy zaprezentować kolejny raport pokazujący nasze działania, cele i postępy w budowaniu bardziej odpowiedzialnego biznesu.

KONTAKT

Zachęcamy do kontaktu wszystkie osoby, które chciałyby podzielić się swoją opinią na temat raportu. Wszelkie pytania dotyczące niniejszego raportu prosimy kierować do **Magdaleny Bobko – Dyrektor CSR Auchan Polska**, na adres: komunikacja_arp@auchan.pl.

www.auchan.pl



[auchan.retail.polska](https://www.facebook.com/auchan.retail.polska)



[auchan_polska](https://www.instagram.com/auchan_polska)



[auchan](https://www.linkedin.com/company/auchan)

Przy raporcie pracowali:

Inga Szaniawska – koordynatorka CSR

Katarzyna Stobiecka, ESG Consultant – ESG Advisors

Agencja Reklamowa Art Group Sp. z o.o. – projekt graficzny i skład