

2

O Biedronce

- 01 Profil organizacji
- 02 Troska o klientów
- 03 Nasze podejście do zrównoważonego rozwoju
- 04 Strategia zrównoważonego rozwoju
- 05 Obecność na wydarzeniach
- 06 Promowanie zrównoważonego rozwoju poza organizacją





Paweł Stolecki,
Dyrektor Operacyjny Polska, Członek Zarządu

Ostatnie kilka lat było czasem wyzwań zarówno dla polskiej gospodarki, jak i dla poszczególnych przedsiębiorstw - pandemia, wojna w Ukrainie. Biedronka i jej zespół stanęli na wysokości zadania - również w kontekście powyższych. Doceniając ogromne zaangażowanie wszystkich pracowników naszej firmy i bazując na doświadczeniu, które zyskaliśmy, podjęliśmy decyzję o wprowadzeniu licznych usprawnień i innowacji, które pozwolą nam dalej działać na pozycji lidera rynku. W tym celu zainicjowaliśmy działania mające na celu wzmocnienie współpracy między makroregionami i optymalizację procesów operacyjnych. Podjęte inicjatywy umożliwiają nam szybsze reagowanie na bieżące wyzwania, wdrażanie nowych rozwiązań oraz skuteczniejszą wymianę najlepszych praktyk wewnątrz firmy, w tym przekładających się na realizację zobowiązań naszej strategii zrównoważonego rozwoju. O tym, co robimy i jak budujemy organizację gotową na wyzwania przyszłości w Biedronce opowiedzieliśmy na listopadowej Konferencji Zrównoważonego Rozwoju.

Kluczowe działania w 2023 roku:

3569

sklepów

148

marek własnych

**Ponad
5 mln**

klientów dziennie

22,3%

wzrost sprzedaży

375


wyremontowanych sklepów

1 057 526 998 zł

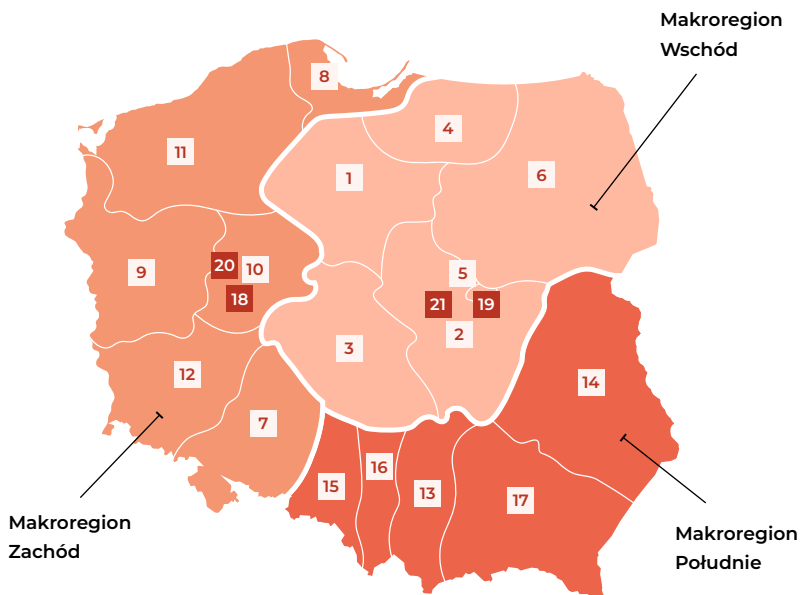
podatku CIT

Profil organizacji

Jesteśmy największą siecią detaliczną i największym pracodawcą w Polsce, obecnym na polskim rynku od prawie 30 lat. Nasza oferta składa się z wysokiej jakości produktów w przystępnych cenach, które codziennie wybiera ponad pięć milionów klientów. Oprócz ponad 3500 sklepów, nasza firma posiada 17 centrów dystrybucyjnych oraz fabrykę zup. W 2023 roku odnotowaliśmy wzrost sprzedaży o 22,3%, a nasze przychody ze sprzedaży wyniosły 93,32 mld złotych. Od wielu lat jesteśmy także jednym z największych płatników podatku CIT wśród sieci handlowych. W 2023 roku wsparliśmy polską gospodarkę kwotą 1 057 526 998 złotych.

W Biedronce codziennie podnosimy poprzeczkę, polegamy na sobie i działamy zespołowo oraz wierzymy w robienie właściwych rzeczy – to nasze wartości, które są drogowskazem w codziennej pracy – kształtują nasz sposób działania, decyzje, które podejmujemy i wzajemną współpracę. Więcej o naszych wartościach na **stronie Biedronki** . Szczególną rolę w naszej ofercie odgrywają nasze marki własne. W 2023 roku wprowadziliśmy do naszego asortymentu marki własnej 222 produkty, a 13 składów naszych produktów przeszło reformulację.

Działalność Jerónimo Martins Polska SA



Makroregion Wschód:

1. Grudziądz
2. Mszczonów
3. Sieradz
4. Stawiguda
5. Warszawa
6. Wyszaków

Makroregion Zachód:

7. Brzeg
8. Gdańsk
9. Gorzów Wielkopolski
10. Kostrzyn
11. Koszalin
12. Lubin

Makroregion Południe:

13. Kraków
14. Lubartów
15. Ruda Śląska
16. Sosnowiec
17. Wojnicz

Biura i fabryka zup

18. Kostrzyn – siedziba Jerónimo Martins Polska SA, Centrum Przetwarzania Danych
19. Warszawa – biuro główne
20. Poznań – Centrum Usług Wspólnych (obsługa księgowo-kadrowa pracowników)
21. Parzniew – fabryka zup „Z Naszej Kuchni”

2-1

Sieć Biedronka działa w Polsce jako spółka akcyjna pod nazwą Jerónimo Martins Polska SA z siedzibą główną w Kostrzynie przy ul. Żniwnej 5. Właścicielem sieci jest Jerónimo Martins Spółka Akcyjna wchodząca w skład Grupy Jerónimo Martins z siedzibą w Portugalii. Grupa Jerónimo Martins, która na rynku spożywczym działa ponad 230 lat, od 1989 roku jest notowana na giełdzie Euronext Lisbon, zatrudnia ponad 134 tys. pracowników i działa w sześciu państwach – w Polsce, Portugalii, Kolumbii, Czechach, Słowacji i Maroko.

Nasza sieć jest podzielona na trzy makroregiony – Wschód, Zachód i Południe – którymi zarządzają dyrektorzy operacyjni. W makroregionach działa łącznie 17 centrów dystrybucyjnych, zajmujących się organizacją i realizacją dostaw do wszystkich naszych sklepów. Działalność administracyjną sklepów (np. w obszarze personalnym czy prawnym) wspierają pracownicy biur regionalnych. Posiadamy również fabrykę zup „Z Naszej Kuchni”, zlokalizowaną w podwarszawskim Brwinowie.

Struktura zarządcza

2-9

2-10

2-11

Organy nadzorcze Grupy Jerónimo Martins obejmują jednostki wymagane przez przepisy dotyczące spółek notowanych na giełdzie w Lizbonie oraz komitety, których działalność dotyczy wszystkich spółek grupy, w tym naszej sieci. Zgodnie ze Statutem Grupy Jerónimo Martins, Zarząd składa się z minimum siedmiu i maksymalnie jedenastu członków, wybieranych przez Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy na trzyletnią kadencję. W 2023 roku Zarząd liczył jedenastu członków wybranych na kadencję 2022-2024, z których sześciu było niezależnych. Dziesięciu członków nie pełniło funkcji wykonawczych w organizacji.

W Grupie działają: Komitet ds. Wynagrodzeń, Komitet Audytu, Komitet ds. Ładu Korporacyjnego oraz Odpowiedzialności Biznesu, Komisja Etyki, Komitet Kontroli Wewnętrznej oraz Komitet Zarządczy. Odpowiadają za zarządzanie ryzykiem oraz politykami, działaniami i zobowiązaniami, które mają wpływ na interesariuszy zewnętrznych

i wewnętrznych Grupy. Podejmują również działania o charakterze typowo ostrożnościowym oraz nadzorują, doradzają i koordynują w celu zagwarantowania sprawnej realizacji odpowiednich polityk Grupy Jerónimo Martins i strategii Rady Dyrektorów.



Więcej o członkach organów zarządczych i komitetach przeczytaj w **raporcie rocznym Grupy za 2023 rok**.



2-9

2-10

2-11

Zarząd JMP składa się co najmniej z dwóch członków (z których jeden jest prezesem) powoływanych na samodzielną roczną kadencję. Na koniec 2023 roku w skład zarządu naszej firmy wchodziło siedem osób pełniących również funkcje zarządcze w Grupie Jerónimo Martins bądź w poszczególnych pionach naszej sieci. Różnorodność jest brana pod uwagę przy wyborze członków organów zarządzających i nadzorczych, co oznacza uwzględnienie indywidualnych cech, kompetencji, talentów i doświadczenia w kontekście specyfiki biznesowej spółki. Działamy zgodnie z opublikowanym przez Grupę Planem Równości 2022-2023 (Gender Equality Plan), który określa cele, działania do wdrożenia, osoby odpowiedzialne oraz wskaźniki mierzące postępy.



Więcej o Planie Równości 2022-2023 na tej **stronie**.



W 2023 roku w skład Zarządu Jerónimo Martins Polska SA wchodził następujący członek:

- Pedro Soares dos Santos – CEO oraz prezes Zarządu,
- Luis Araujo – Dyrektor Generalny,
- Manuela Barros – Dyrektorka Finansowa,
- Marcin Ładak – Dyrektor Pionu Prawnego,
- Maciej Łukowski – Dyrektor Generalny Jerónimo Martins Slovensko, s. r. o,
- Jarosław Sobczyk – Dyrektor Personalny,
- Paweł Stolecki – Dyrektor Operacyjny Polska.

2-9

2-10

2-11

Rada Nadzorcza

Działalność Zarządu Biedronki nadzoruje Rada Nadzorcza, w której zasiada od trzech do siedmiu członków powoływanych na dwuletnią kadencję. Na koniec 2023 roku Radę Nadzorczą tworzyły trzy osoby – dwie pełniące funkcje wykonawcze w pionie finansów i ochrony danych w Grupie oraz jedna niezależna. Rada odbywa regularne posiedzenia zgodnie ze statutem. W 2023 roku odbyły się trzy posiedzenia Rady.

W skład Rady Nadzorczej Jerónimo Martins Polska SA na 31 grudnia 2023 roku wchodzi:

- António Pereira – Dyrektor działu kontrolingu Grupy Jerónimo Martins i szef ds. transformacji finansów,
- Sławomir Łuczak – Partner, radca prawny w Kancelarii Prawnej SKS,
- Madalena Mena – Dyrektorka operacyjna ds. finansów.

2-18

2-19

Zarząd i Rada Nadzorcza są regularnie oceniane w ramach procedury zarządzania przez cele prowadzonej przez dyrektora ds. wyników i przywództwa. Wpływ firmy na gospodarkę, środowisko i społeczności lokalne ocenia Komisja ds. Wynagrodzeń Grupy Jerónimo Martins, uwzględniając kryteria takie jak realizacja projektów wspierających konkurencyjność i długoterminową stabilność finansową, a także jakość relacji z interesariuszami. Odpowiednie wskaźniki są mierzone za pomocą zewnętrznych i niezależnych indeksów środowiskowych, społecznych i ładu korporacyjnego (ESG), takich jak FTSE Russell's FTSE4Good, Morgan Stanley Capital International (MSCI), CDP, Global Child Forum, Euronext Vigeo-Eiris, itp.

Komitet Wykonawczy

Jednym z ważniejszych elementów struktury zarządzania jest Komitet Wykonawczy, który realizuje strategiczne plany opracowane przez Zarząd i podejmuje bieżące decyzje operacyjne. W jego skład wchodzi dyrektorzy kluczowych działów firmy, co umożliwia skuteczne wdrażanie strategii na wszystkich poziomach organizacji. Nadzór nad systemami kontroli wewnętrznej i zarządzaniem ryzykiem sprawuje Departament Audytu Wewnętrznego, który podlega bezpośrednio Komitetowi Audytu Grupy Jerónimo Martins.

Komitet ds. Zrównoważonego Rozwoju

W Biedronce działa także Komitet ds. Zrównoważonego Rozwoju, który nadzoruje realizację strategii zrównoważonego rozwoju sieci, oraz Komitet Ochrony Środowiska, odpowiedzialny za nadzorowanie działań środowiskowych.

Więcej informacji znajdziesz w punkcie [Nasze podejście do zrównoważonego rozwoju](#). ▶

Zarządzanie ryzykiem

2-25

System zarządzania ryzykiem przyjęty w Biedronce jest spójny z metodologią Grupy Jerónimo Martins i opiera się na ciągłym procesie oceny ryzyka, który stanowi integralną część procedury decyzyjnej i zarządczej. Proces ten jest zgodny z zaleceniami międzynarodowej normy ISO 31000 i ma na celu skupienie się na istotnych ryzykach, głównie w celu odróżnienia tego, co nieistotne, od tego, co istotne, zapewniając, że główne ryzyka i odpowiednie inicjatywy łagodzące są należycie identyfikowane i uwzględniane podczas planowania. Przygotowujemy ogólny profil ryzyka, który obejmuje wszystkie istotne ryzyka operacyjne i strategiczne, a także odpowiednie wdrożone mechanizmy łagodzące i kontrolne. Lista ta jest regularnie aktualizowana o informacje pochodzące z bieżących procesów oceny ryzyka.

Jakość i skuteczność systemów kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem ustanowionych w Polityce Zarządzania Ryzykiem Grupy ocenia Departament Audytu Wewnętrznego. Cele kontroli wewnętrznej obejmują zapewnienie wydajności operacyjnej, spójności sprawozdawczości finansowej i bieżącej oraz zgodności z obowiązującymi przepisami

prawa i regulacjami. Wyniki audytów wewnętrznych są udostępniane co miesiąc Komitetowi Kontroli Wewnętrznej – który podlega Komitetowi Audytu – oraz Komitetowi Zarządzemu Grupy. Co kwartał raporty te są przedstawiane Komitetowi Audytu, organowi odpowiedzialnemu za zatwierdzanie planów działania w zakresie zarządzania ryzykiem, monitorowanie ich wykonania i ocenę skuteczności systemu kontroli wewnętrznej, audytu wewnętrznego i systemu zarządzania ryzykiem. Z taką samą regularnością przygotowujemy jest raport dotyczący statusu rekomendacji uzgodnionych z kierownikami audytowanych obszarów. Nasze podejście i proces opisuje szczegółowo „Polityka zarządzania ryzykiem Grupy”, która określa zarówno system zarządzania ryzykiem Grupy, jak i obowiązki osób odpowiedzialnych za ten proces. W związku z tym szef Audytu Wewnętrznego nie tylko podlega Prezesowi Zarządu i Dyrektorowi Generalnemu, ale funkcjonalnie podlega również Komitetowi Audytu, ponieważ stanowisko to jest częścią Komitetu Kontroli Wewnętrznej, który podlega komitetowi odpowiedzialnemu za audyt.

W 2023 roku obszar zarządzania ryzykiem został przeniesiony z Działu Monitoringu Biznesowego do Działu Strategii Biznesowej i Wsparcia. W ubiegłym roku dokonaliśmy również przeglądu listy ryzyk, aby bardziej szczegółowo uwzględnić elementy zrównoważonego rozwoju i ESG. Ponadto ponownie skoncentrowaliśmy nasz portfel ryzyka na czternastu istotnych rodzajach ryzyka. Zmiany obejmowały głównie dostosowanie ryzyka do aktualnych trendów i jeszcze większego wykorzystania tematyki ESG.

Osobno przeprowadzamy także analizę głównych ryzyk i szans klimatycznych związanych z pochodzeniem surowców oraz narażeniem na fizyczne zagrożenia klimatyczne, a także z przejściem na gospodarkę niskoemisyjną, zgodnie z zaleceniami TCFD. Więcej o ryzykach klimatycznych i naszym podejściu do zarządzania nimi piszemy w rozdziale „**Poszanowanie środowiska naturalnego**”. ▶

W celu dbania o bezpieczeństwo pracowników, klientów i innych osób, a także ochrony majątku należącego do Grupy Jerónimo Martins i spełnienia wszelkich wymagań prawnych, opublikowaliśmy „Przewodnik wymagań i dobrych praktyk zapobiegających i ograniczających szkody w sklepach, Centrach Dystrybucyjnych i innych obiektach Grupy Jerónimo Martins w Polsce, Czechach i Słowacji”, który opisuje właściwe działania na wszystkich etapach wyboru i projektowania nowych lokalizacji, jak również podczas okresowych remontów, ulepszeń czy rozbudów, a także w trakcie codziennego funkcjonowania.

Przeprowadzono również audyty wewnętrzne i konsultacje zewnętrzne w celu opracowania planu ciągłości działania, a także konsultacje z ekspertem zewnętrznym, który potwierdził, że nasz zestaw procedur, informacji i działań jest odpowiednio opracowany i skutecznie przetestowany w obliczu sytuacji kryzysowych.

Dział Zarządzania Ryzykiem kontynuował także kampanię edukacyjną skierowaną do wszystkich pracowników, uzupełnioną w 2023 roku obowiązkowym szkoleniem dla nowych pracowników Działu Operacyjnego – **Znam, stosuję, bezpiecznie się czuję!** W ramach kursu dostępne są filmy, komiksy oraz ćwiczenia, które pomagają pracownikom lepiej zrozumieć zasady bezpieczeństwa oraz skutecznie je stosować w codziennej pracy. W materiałach szkoleniowych przedstawiono siedem najczęściej występujących i ważnych rodzajów zdarzeń związanych z bezpieczeństwem pracowników, klientów oraz ochroną majątku firmy. Szkolenie ukończyło 9714 osób.

Etyka i compliance

2-23

2-24

Zobowiązanie do przestrzegania standardów etycznych jest podstawą naszej działalności. Dbamy o poszanowanie praw człowieka, zgodnie z międzynarodowymi dokumentami, takimi jak Powszechna Deklaracja Praw Człowieka, podstawowe konwencje Międzynarodowej Organizacji Pracy, Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (OECD), Wytyczne dla przedsiębiorstw wielonarodowych oraz europejskie mechanizmy regulacyjne, takie jak Karta Praw Podstawowych Unii Europejskiej.



Strategia zrównoważonego rozwoju – **strona 22, rozdział „O Biedronce”** ▶
 Kodeks Postępowania Grupy Jerónimo Martins – **strona 12, rozdział „O Biedronce”** ▶
 Kodeks postępowania dostawców – **strona 53, rozdział „Zrównoważony łańcuch dostaw”** ▶
 Polityka zarządzania ryzykiem – **strona 11, rozdział „O Biedronce”** ▶

Environment

- Polityka zrównoważonego pozyskiwania zasobów – **strona 56, rozdział „Zrównoważony łańcuch dostaw”** ▶
- Strategia zrównoważonego rybołówstwa – **strona 59, rozdział „Zrównoważony łańcuch dostaw”** ▶
- Polityka środowiskowa – **strona 66, rozdział „Poszanowanie środowiska naturalnego”** ▶
- Standard Animal Welfare – **strona 59, rozdział „Zrównoważony łańcuch dostaw”** ▶

Social

- Polityka żywieniowa – **strona 35, rozdział „Promowanie zdrowych nawyków żywieniowych”** ▶
- Wytyczne żywieniowe dla dzieci, w tym dla niemowląt i dzieci do 2. roku życia – **strona 35, rozdział „Promowanie zdrowych nawyków żywieniowych”** ▶
- Polityka jakości i bezpieczeństwa produktów – **strona 35, rozdział „Promowanie zdrowych nawyków żywieniowych”** ▶
- Polityka wspierania społeczności lokalnych – **strona 134, rozdział „Wspieranie lokalnych społeczności”** ▶

Governance

- Polityka antykorupcyjna – **strona 13, rozdział „O Biedronce”** ▶
- Polityka antymobbingowa – **strona 14, rozdział „O Biedronce”** ▶
- Polityka przeciwdziałania dyskryminacji i molestowaniu – **strona 14, rozdział „O Biedronce”** ▶
- Polityka dotycząca Związków Zawodowych – **strona 122, rozdział „Bycie godnym zaufania pracodawcą”** ▶
- Zasady przyjmowania i rozpatrywania zgłoszeń pracowników o naruszeniach – **strona 123, rozdział „Bycie godnym zaufania pracodawcą”** ▶

Kolejną fundamentalną podstawą postępowania Biedronki jest przejrzystość naszych działań, kierowana różnymi politykami i regulacjami. Integralną częścią naszej kultury organizacyjnej, zapewniającą spójność i odpowiedzialność w naszych działaniach na każdym poziomie zarządzania jest **„Kodeks Postępowania Grupy Jerónimo Martins”** ▶. Ustanawia on szereg wartości, zasad, reguł i zobowiązań etycznych, które powinny kierować postępowaniem osób związanych z Jerónimo Martins, niezależnie od charakteru stosunku umownego, pełnionej funkcji czy kraju, w którym świadczą pracę. W 2023 roku zaktualizowaliśmy „Kodeks Postępowania Grupy Jerónimo Martins”, dostosowując go do aktualnych wymogów i poszanowania praw człowieka w łańcuchu wartości. W ubiegłym roku wszystkie nowo przyjęte osoby zapoznały się z „Kodeksem Postępowania”, a dodatkowe działania szkoleniowe, związane z jego przestrzeganiem,

mają formę dyskusji na spotkaniach kadry menedżerskiej i korespondencji wewnętrznej.

Podkreślamy wymóg poszanowania praw człowieka również przez naszych partnerów handlowych. W umowie dostawcy zobowiązują się do przestrzegania zasad zawartych w **„Kodeksie Postępowania dla Dostawców Grupy Jerónimo Martins”** ▶, opartych na zapobieganiu wszelkim formom dyskryminacji, promowaniu bezpiecznego i zdrowego środowiska pracy, zakazie pracy przymusowej i pracy dzieci oraz wszelkich form przymusu. Ponadto Jerónimo Martins Polska SA rozważa, zgodnie z „Polityką Zrównoważonego Zaopatrzenia Grupy Jerónimo Martins” i „Kodeksem Postępowania”, prawo do natychmiastowego i jednostronnego zawieszenia lub zaprzestania relacji

biznesowych z dostawcami lub ich dostawcami zaangażowanymi w naruszanie praw człowieka, praw dziecka i/lub praw pracowniczych.

Różnorodność

Gwarantujemy również pełne poszanowanie różnorodności, mimo braku formalnej, osobnej polityki. Zobowiązuje nas do tego między innymi „Kodeks Postępowania”.

Zobowiązania wynikające z Kodeksu realizujemy w ramach zadań określonych w strategii zrównoważonego rozwoju, które są z tym dokumentem ściśle powiązane. Podział odpowiedzialności za realizację zobowiązań odpowiada podziałowi kompetencji członków Zarządu oraz poszczególnych departamentów. W celu zapewnienia, że nasi pracownicy są odpowiednio poinformowani o swoich prawach i obowiązkach dotyczących przestrzegania standardów określonych w tych dokumentach, prowadzimy regularne kampanie informacyjne i szkolenia. Zapewniamy pracownikom także dostęp do porad dotyczących etyki lub praw człowieka oraz możliwość zgłaszania informacji lub podejrzeń o wszelkich naruszeniach w tych obszarach. Osoby zgłaszające mają zapewnioną anonimowość oraz ochronę przed jakimikolwiek represjami.

2-26

Polityka zgłaszania nieprawidłowości

Ochrona współpracowników (pracowników, byłych pracowników lub innych osób), którzy chcą zgłosić jakąkolwiek skargę/naruszenie naszego „**Kodeksu Postępowania**” lub „**Polityki Antykorupcyjnej**” – na przykład konflikt interesów, korupcję, handel wpływami, oszustwo, molestowanie lub dyskryminację – za pośrednictwem kanałów raportowania dostępnych dla **Komisji Etyki** (dedykowana strona internetowa, poczta elektroniczna lub tradycyjna) jest zapewniona poprzez „**Politykę zgłaszania nieprawidłowości Jerónimo Martins**”, a mianowicie poprzez ochronę tożsamości osób zgłaszających nieprawidłowości, upewnienie się, że tylko upoważniony personel ma dostęp do kwestii skarg, zakaz działań odwetowych, zagwarantowanie poufności informacji oraz ochronę danych osobowych zgodnie z przepisami o ochronie danych i powiązaną „**Polityką ochrony danych Jerónimo Martins**”. We wrześniu 2023 roku wprowadziliśmy nową procedurę „Polityka Zgodności Jerónimo Martins Polska SA”, która określa prawa i obowiązki każdego pracownika w zakresie zgodności z przepisami prawa oraz obowiązującymi procedurami i standardami etycznymi.

Aby zapewnić, że te nowe wytyczne są w pełni zrozumiałe i przestrzegane na koniec roku 2023, uruchomiliśmy szkolenie online dotyczącej wprowadzonej niedawno „Polityki Zgodności Jerónimo Martins Polska SA”.

Pracownicy mogą również kontaktować się z Biurem Obsługi Pracowników i Forum Pracowników – więcej szczegółów można znaleźć na stronie 123 w rozdziale **Bycie godnym zaufania pracodawcą**. ▶

2-23**2-24**

Polityka antykorupcyjna

Jerónimo Martins Polska SA zobowiązuje się do zwalczania wszelkich form korupcji, bezpośrednio lub pośrednio związanych z jej pracownikami i łańcuchem wartości, wymagając przejrzystości i uczciwości w relacjach między interesariuszami.

Nasza „**Polityka Antykorupcyjna**” ▶ skierowana jest do pracowników, dostawców i partnerów biznesowych w całej Grupie Jerónimo Martins. Opisuje zasady działania i obowiązki określone w Kodeksie Postępowania Grupy związane z uczciwością i rzetelnością, procedury zapobiegania zachowaniom sprzecznym z prawem, takim jak korupcja, oraz zabezpieczenia przed potencjalnymi konfliktami interesów. Wśród różnych zasad i reguł postępowania, które integrują tę politykę, podkreślamy ustanowienie zasady zerowej tolerancji dla wszelkich zachowań obejmujących korupcję, handel wpływami, przyjmowanie lub oferowanie nienależnych korzyści lub przyjmowanie jakichkolwiek korzyści niezgodnych z obowiązującymi w Polsce przepisami prawa.

Aby informować pracowników o zasadach zawartych w polityce antykorupcyjnej, opracowujemy obowiązkowe szkolenia i cyklicznie wysyłamy wewnętrzne wiadomości w celu uświadamiania i odświeżania treści. Ponadto utworzyliśmy portal intranetowy w celu udostępniania informacji na temat polityki i powiązanych formularzy, takich jak oświadczenie o konflikcie interesów, prezenty i uprzejmości otrzymane lub oferowane. Wszyscy nowi pracownicy potwierdzają, że przeczytali i zrozumieli jej postanowienia. Tego samego wymagamy również od naszych dostawców i partnerów biznesowych.

Unikamy konfliktów interesów zgodnie z „Polityką Antykorupcyjną”. Wszyscy pracownicy są zobowiązani do złożenia deklaracji konfliktu interesów na dedykowanej

platformie, a osoby, w odniesieniu do których istnieje konflikt interesów lub zagrożenie jego wystąpienia, są zobowiązane do niezwłocznego zgłoszenia konfliktu. Zgłoszenia te są weryfikowane przez Sekcję Etyki Biznesu, a w przypadku potwierdzenia konfliktu interesów podejmowane są odpowiednie kroki.

Transakcje z podmiotami powiązanymi, które nie są częścią bieżącej działalności, są oceniane przez Komitet Audytu i wymagają zatwierdzenia przez Radę Dyrektorów Jerónimo Martins Group, SGPS, SA.

Polityka Antymobbingowa

„Polityka Antymobbingowa” Biedronki to dokument wewnętrzny określający zasady przeciwdziałania mobbingowi w firmie oraz procedury postępowania w przypadku otrzymania informacji o takich incydentach oraz możliwość ich zgłoszenia do Zarządu. Złożone skargi są rozpatrywane przez Komisję Antymobbingową, która po przeprowadzeniu postępowania wyjaśniającego, w tym przesłuchań świadków, organizuje wewnętrzną konsultację w celu podjęcia decyzji o zasadności skargi i dalszym trybie postępowania. Gwarantujemy poufność i ochronę sygnalisty w każdej prowadzonej sprawie, ale także niezależność Komisji Antymobbingowej.

Polityka przeciwdziałania dyskryminacji i molestowaniu

Polityka określa wewnętrzne zasady przeciwdziałania dyskryminacji bezpośredniej i pośredniej oraz molestowaniu, w tym seksualnemu. Opisuje procedury zgłaszania takich przypadków oraz wskazuje osoby odpowiedzialne za ich rozpatrzenie. Podobnie jak w przypadku mobbingu, Komisja Antymobbingowa jest odpowiedzialna za rozwiązywanie takich spraw. Komisja Antymobbingowa działa niezależnie, a w każdej prowadzonej przez nas sprawie gwarantowana jest poufność i ochrona sygnalisty.

Dialog społeczny

Nasze wewnętrzne polityki są w pełni zgodne z najlepszymi międzynarodowymi praktykami pracy, w szczególności w odniesieniu do podstawowych konwencji Międzynarodowej Organizacji Pracy.

Biedronka posiada „Politykę Związkową”, która określa główne zasady i wytyczne dotyczące prowadzenia dialogu społecznego zgodnie z prawem i w oparciu o zasady przejrzystości, niezależności i wzajemnego zaufania.

Wszyscy pracownicy mają swobodę zrzeszania się w związkach zawodowych, a za kontakt z ich przedstawicielami odpowiada dedykowana komórka organizacyjna. Dialog społeczny, prowadzony zgodnie z obowiązującą „Polityką dotyczącą Związków Zawodowych”, obejmuje m.in. cykliczne spotkania z przedstawicielami związków zawodowych.

Komisja ds. Etyki

W strukturach Grupy Jerónimo Martins działa także Komisja ds. Etyki, która w sposób bezstronny i niezależny monitoruje rozpowszechnianie „Kodeksu Postępowania” i „Polityki Antykorupcyjnej” oraz ich zgodność z zasadami etycznymi, które obowiązują wszystkich pracowników i wszystkie spółki Jerónimo Martins.

Komisja ds. Etyki posiada własny kanał, który umożliwia wewnętrznym i zewnętrznym interesariuszom poufne zgłaszanie wszelkich potencjalnych naruszeń prawa lub zasad ujętych w dwóch wspomnianych dokumentach. Nasz system zgłoszeń obejmuje zarówno zgłoszenia mailowe, jak i platformę Whisply, która umożliwia anonimowe zgłaszanie naruszeń. Dzięki temu systemowi zapewniamy pełną transparentność i możliwość reagowania na wszelkie nieprawidłowości.

Jednostką, która zapewnia wewnętrzne wdrożenie „Polityki Zgodności w Jerónimo Martins Polska”, a także planuje, inicjuje i nadzoruje działania informacyjne oraz szkoleniowe związane z wdrażaniem postanowień obowiązujących w firmie polityk jest Sekcja Etyki Biznesowej, kierowana przez Chief Compliance Officer'a.



Anonimowo zgłosisz naruszenie na tej **stronie**.



406-1

W sieci Biedronka nie odnotowano żadnych potwierdzonych przypadków dyskryminacji.

2-26

Troska o klientów

W Biedronce stawiamy klienta w centrum. Naszym priorytetem jest zapewnienie jak najlepszych wrażeń zakupowych poprzez ciągłe udoskonalanie oferty i obsługi. Inwestujemy w technologie i rozwiązania, które usprawniają proces zakupowy, a także regularnie szkolimy naszych pracowników, by byli gotowi spełnić oczekiwania klientów i zwiększyć ich satysfakcję.

Biuro Obsługi Klienta (BOK) odgrywa kluczową rolę w naszej organizacji, zapewniając najwyższą jakość obsługi przez całą dobę, 7 dni w tygodniu. Każde zgłoszenie jest odpowiednio klasyfikowane, a nasi konsultanci Call Center starają się odpowiadać na większość spraw w pierwszym kontakcie. W przypadkach wymagających wyjaśnień innych działów lub zgłoszeń reklamacyjnych są one przekazywane do dalszej analizy/ wyjaśnień wewnątrz naszej organizacji.

W Biedronce dbamy o otwartą i przejrzystą komunikację z naszymi klientami jako sposób na ciągłe doskonalenie. W tym celu wprowadziliśmy różne mechanizmy zgłaszania wątpliwości i sugestii, aby klienci mogli przekazywać nam swoje opinie. Po pierwsze, klienci mają otwarty kanał dialogu ze wszystkimi pracownikami sklepu. Ponadto, klienci mogą również zgłaszać wszelkie kwestie i uwagi telefonicznie lub mailowo do naszego Biura Obsługi Klienta (BOK), które działa 24 godziny na dobę, 7 dni w tygodniu, a od 2022 roku nasi klienci mogą również kontaktować się z Biedronką za pośrednictwem naszej aplikacji mobilnej „Moja Biedronka”. Ten ostatni kanał kontaktu zwiększył swój udział wśród naszych klientów, rosnąc z 8% w 2022 roku do 17% w grudniu 2023 roku.

W 2023 roku do Biura Obsługi Klienta wpłynęło 523 tys. spraw klientów. Najlichnieszy temat dotyczył uczestnictwa w programie lojalnościowym „Moja Biedronka” – w szczególności konta „Moja Biedronka”.

W proces wyjaśniania spraw klientów zaangażowanych jest regularnie wiele działów firmy, w tym dział operacji, jakości, IT, finansów i logistyki. Kluczowym dla nas aspektem jest szybkie i trafne odpowiadanie na pytania klientów. Stale doskonalimy nasze procesy, aby zapewnić jak najszybsze i najbardziej adekwatne odpowiedzi.

Prowadzimy również statystyki dotyczące spraw zgłaszanych przez naszych klientów. To pozwala nam na regularne wyciąganie wniosków: identyfikujemy obszary, które mogą wymagać ulepszeń i współpracujemy z innymi działami w celu minimalizowania kwestii podnoszonych przez naszych klientów. Działamy zarówno na poziomie krajowym, jak i szczegółowym, zajmując się problemami w całej sieci, a także w konkretnych sklepach.

Klienci niezadowoleni z odpowiedzi Biura Obsługi Klienta mogą skorzystać z pomocy Rzecznika Klienta. Jest to osoba niezależna od naszej sieci – podlega jedynie Rzecznikowi Klienta Grupy Jerónimo Martins, co zapewnia bezstronność rozpatrywania spraw. W 2023 roku do Biura Rzecznika Klienta trafiło około 375 zgłoszeń – to o 25% mniej niż w roku poprzednim, co świadczy o tym, że zmniejszyła się liczba klientów niezadowolonych z procesu reklamacyjnego.

Podjęmujemy także regularne działania mające na celu ocenę potencjalnych obszarów niezadowolenia klientów. Analizujemy próbki klientów odchodzących, kontaktując się z nimi, aby lepiej zrozumieć przyczyny ich decyzji. W przypadku klientów odchodzących z konkretnego sklepu, przeprowadzamy działania mające na celu identyfikację zdarzeń czy zachowań związanych z ich doświadczeniami zakupowymi. Dzięki temu jesteśmy w stanie reagować na potrzeby klientów i dostosowywać nasze działania, aby zwiększyć ich satysfakcję i lojalność.



Z Biurem Rzecznika Klienta można się skontaktować poprzez dedykowaną **stronę**.





STANDARDY BIEDRONKI

Szkolenie dla pracowników

W ubiegłym roku przygotowaliśmy siedmiomodułowe szkolenie dla pracowników sklepów i całego Działu Operacyjnego. Szkolenie obejmowało zagadnienia związane z reklamacjami, zwrotami oraz kompleksowym spojrzeniem na proces reklamacyjny. Uczestnicy ugruntowali swoją wiedzę dotyczącą tego jakich dokumentów używać, jaka jest właściwa postawa wobec klienta oraz innych istotnych aspektów obsługi klienta. Dzięki zastosowaniu przykładów z życia codziennego treści były przystępne i angażujące.

W marcu 2023 roku wprowadziliśmy istotne zmiany w naszej polityce zwrotów. Teraz klienci mogą zwracać produkty zakupione w promocji lub przy użyciu voucherów (z wyjątkiem produktów spożywczych) i otrzymują voucher na kolejne zakupy. Realizacja tego projektu wymagała znacznego nakładu pracy zarówno w zakresie informatycznym, jak i szkoleniowym dla naszych pracowników sklepów. Informacja o tych zmianach została przekazana klientom dwa tygodnie przed ich wprowadzeniem, zgodnie z obowiązującymi przepisami, poprzez umieszczenie jej na naszej stronie internetowej oraz w sklepach.

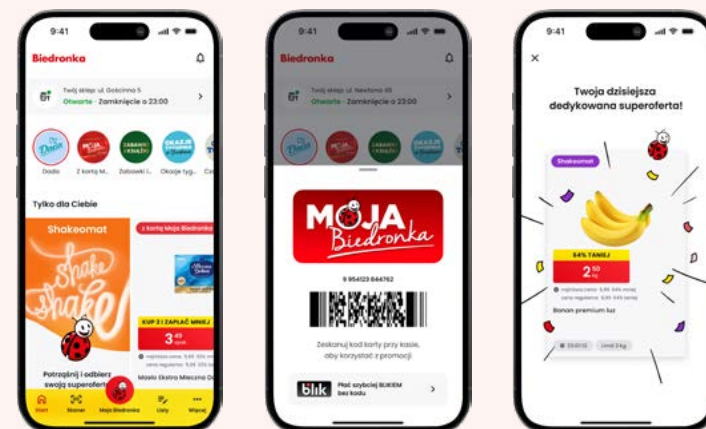
W celu wypracowania działań, które umożliwią skuteczne realizowanie złożonych klientom obietnic, przygotowaliśmy dla grupy Kierowników Sklepów warsztat pod nazwą „Lubię tu Wracać”. Podczas sesji warsztatowych uczestnicy mieli okazję nie tylko zapoznać się z kluczowymi potrzebami klientów, ale także praktycznie przećwiczyć w formie gry odpowiednie zachowania i techniki obsługi klienta, które sprzyjają budowaniu lojalności i pozytywnych doświadczeń zakupowych. W warsztatach uczestniczyło 3900 Kierowników Sklepów, Kierowników Sprzedaży i Operacji oraz 3300 Zastępców Kierowników Sklepów.



STANDARDY BIEDRONKI

Aplikacja „Moja Biedronka”

Nasi klienci mogą korzystać z nowej aplikacji mobilnej, która dodatkowo ułatwia wybór najkorzystniejszych cenowo produktów i usprawnia codzienne zakupy, umożliwiając m.in. otrzymywanie spersonalizowanych ofert, skanowanie cen czy dostęp do karty Moja Biedronka i możliwość otrzymania nowej, wirtualnej karty Moja Biedronka. W 2023 roku zarejestrowano ok. 2,6 mln kart wirtualnych, równoległe z 521 tys. kart plastikowych, co oznacza spadek z 1,1 mln w porównaniu z 2022 rokiem. Ponadto od połowy 2023 roku plastikowe karty programu Moja Biedronka są wykonane w 100% z plastiku pochodzącego z recyklingu.



2-27

417-2

417-3

W 2023 roku nie wystąpiły znaczące przypadki niezgodności z przepisami prawa i regulacjami, za które poniesiono kary pieniężne bądź sankcje niepieniężne. Nie dokonano również zapłaty kar za naruszenia występujące w poprzednim roku. W 2023 roku odnotowaliśmy 15 przypadków niezgodności, które skutkowały ostrzeżeniem od władz publicznych.

W 2022 roku Prezes UOKiK wszczął postępowanie w sprawie kampanii promocyjnej „Tarcza Antyinflacyjna Biedronki”, wydając w 2023 roku decyzję o nałożeniu kary pieniężnej w wysokości 161 mln zł (ok. 36 mln euro). JMP złożyło odwołanie do Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Nie stwierdzono żadnych niezgodności związanych z dobrowolnymi kodeksami.



Nasze podejście do zrównoważonego rozwoju

2-12

Strategia zrównoważonego rozwoju leży u podstaw naszej codziennej działalności. Aby jak najlepiej zidentyfikować wpływ Biedronki na środowisko, społeczeństwo i gospodarkę (pozytywny lub negatywny) oraz przygotować się do wymogów dyrektywy UE w sprawie sprawozdawczości w zakresie zrównoważonego rozwoju zgodnie z Europejskimi Standardami Sprawozdawczości w zakresie Zrównoważonego Rozwoju (ESRS), w 2023 roku po raz pierwszy przeprowadziliśmy kompleksową analizę podwójnej istotności dla całego łańcucha wartości Biedronki.

Dowiedz się więcej o procesie podwójnej istotności **Określenie istotnych tematów raportowania** [▶](#).

2-13

Strategia Zrównoważonego Rozwoju dla Grupy Jeronimo Martins i Biedronki jest opracowywana w cyklach trzyletnich. Raport zawiera szczegółowe informacje na temat realizacji strategii w latach 2021-2023, a w zakończeniach poszczególnych rozdziałów przedstawiono zobowiązania na okres 2024-2026.

Nasze podejście do zrównoważonego rozwoju opiera się na wspólnej wizji i wartościach, które są kształtowane przy aktywnym udziale Zarządu i Rady Nadzorczej. Każdego roku przygotowujemy szczegółowy plan strategiczny, który obejmuje działania i cele z zakresu ESG na nadchodzący rok. Kluczowe decyzje dotyczące zrównoważonego rozwoju są przedmiotem szczegółowych dyskusji i analiz Zarządu, który zatwierdza strategiczne kierunki oraz określa zakres działań. Zarząd również nadzoruje integrację kwestii zrównoważonego rozwoju w celach biznesowych, co umożliwi nam skuteczne działanie.

Celowe zarządzanie zewnętrznym wpływem naszego łańcucha jest kluczowym czynnikiem w ocenie wydajności kadry kierowniczej. W tym celu Rada Dyrektorów wyznaczyła odpowiedzialne osoby, takie jak Dyrektor ds. Środowiska i Zrównoważonego Rozwoju, Dyrektor Handlowy, Dyrektor ds. Komunikacji Korporacyjnej, Dyrektor ds. Jakości, Dyrektor ds. Logistyki i Dyrektor Działu Technicznego, z których każda zarządza dedykowanym zespołem odpowiedzialnym za określony obszar. Wyniki i wpływ zrównoważonych celów i zadań są co miesiąc prezentowane Zarządowi.

W 2019 roku Biedronka utworzyła Komitet ds. Zrównoważonego Rozwoju, podobnie jak wszystkie inne jednostki biznesowe Jerónimo Martins, w celu wdrożenia strategicznych planów firmy w zakresie zrównoważonego rozwoju. Komitet koordynuje wewnętrzną wymianę informacji, służy jako źródło inspiracji i monitoruje wdrażanie strategii. W 2023 roku Komitet składał się z następujących członków:

Przedstawiciele Jerónimo Martins Polska:

- Kamila Badowska-Chuc, Starsza Menedżerka ds. Rozwoju Opakowań,
- Karolina Błońska, Starsza Menedżerka ds. Zrównoważonego Rozwoju,
- Katarzyna Grabarska, Menedżerka ds. Opakowań,
- Tomasz Grzegorzczak, Dyrektor Działu Jakości Produktów Świeżych i Bezpieczeństwa Żywności,
- Agnieszka Koc, Dyrektorka Działu Ochrony Środowiska i Zrównoważonego Rozwoju,
- Dagmara Łakoma, Starsza Menedżerka ds. Ochrony Środowiska,
- Arkadiusz Mierzwa, Dyrektor Komunikacji Korporacyjnej,
- Grzegorz Pytko, Dyrektor Działu Zakupów,
- Paweł Stolecki, Dyrektor Operacyjny Polska,
- Justyna Szymani, Dyrektorka Działu Rozwoju i Kontroli Marki Własnej,
- Magdalena Szymańska, Starsza Menedżerka ds. Bezpieczeństwa Żywności,
- Dorota Wrotek-Gut, Dyrektorka ds. Marketingu,
- Rita Manso, Dyrektorka ds. Innowacji i Rozwoju Marki.

Przedstawiciele Grupy Jerónimo Martins:

- Eduardo Brito, Chief Operations Officer,
- Fernando Frade, Environment Director,

- Tiago Gama Silva, ESG Relations - Social Director,
- Sara Miranda, Chief Communications & Corporate Responsibility Officer,
- Marta Moreira, Operations Quality Corporate Director,
- José Nogueira de Brito, Chief Commercial Officer,
- Ana Rovisco, ESG Relations - Environment Director,
- Carlos Santos, Quality & Private Label Development Director,
- Fernando Ventura, Environment Global Director.

2-17

Zarząd regularnie spotyka się z ekspertami odpowiedzialnymi za zrównoważony rozwój w firmie, aby monitorować i pogłębiać swoją wiedzę na temat istotnych zagadnień z tego obszaru. Członkowie Zarządu uczestniczą także w debatach z interesariuszami. Członkowie Rady Nadzorczej otrzymują informacje na temat ESG z raportów dotyczących zrównoważonego rozwoju oraz bieżących raportów, takich jak te przygotowywane przez dział ochrony środowiska i zrównoważonego rozwoju.

2-18

Skargi dotyczące negatywnego wpływu naszej działalności oraz naruszeń praw człowieka mogą być kierowane do Biura Obsługi Klienta, Rzecznika Klienta, Biura Obsługi Pracowników, Komisji ds. Etyki oraz Zespołu ds. Zrównoważonego Rozwoju. Efektywność ich działań oceniamy podczas debat z interesariuszami oraz na podstawie ankiet przeprowadzanych wśród pracowników, konsumentów i innych interesariuszy.



2-28

Członkostwo w organizacjach i stowarzyszeniach

Wymieniamy doświadczenia i informacje dotyczące najlepszych praktyk z członkami stowarzyszeń, do których należymy. Jesteśmy między innymi członkami następujących organizacji i inicjatyw:



Business
for Nature



Carbon
Disclosure
Project



Efficient Consumer
Response Polska



Lean&Green



Polski Pakt
Plastikowy



Polsko-Portugalska
Izba Gospodarcza



Forum
Odpowiedzialnego
Biznesu



Polska Organizacja
Handlu i Dystrybucji



United Nations
Global Compact



Business
for Societal
Impact



Roundtable
on Sustainable Palm Oil
3-0094-17-100-00

Polska Koalicja ds. Zrównoważonego
Oleju Palmowego

The Consumer Goods Forum

Global Food Safety Initiative

Round Table on Responsible Soy

Cele zrównoważonego rozwoju ONZ

Izba Gospodarki Elektronicznej

Polskie Stowarzyszenie Zarządzania Kadrami

We Mean Business Coalition

Związek Pracodawców Przemysłu Opakowań
i Produktów w Opakowaniach EKO-PAK

Oprócz członkostwa w organizacjach i stowarzyszeniach, staramy się stale promować zrównoważony rozwój, w tym poprzez naszą współpracę, taką jak partnerstwo z Powerdot. Więcej o tej współpracy piszemy w naszym raporcie w rozdziale **Poszanowanie środowiska naturalnego** ▶.

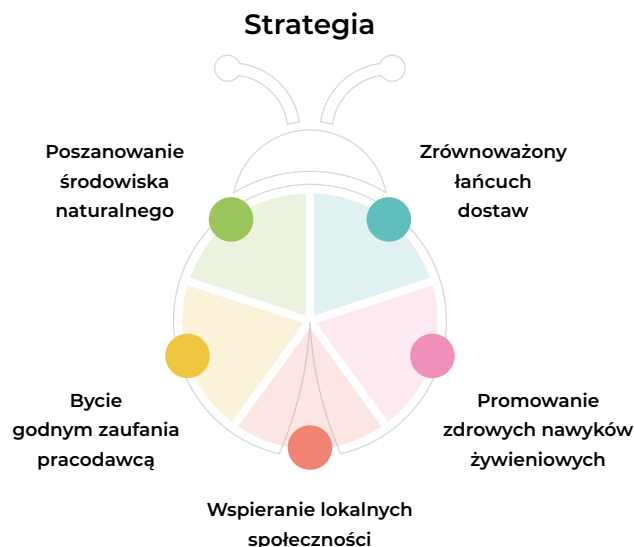
Model odpowiedzialnego biznesu

2-6

Model odpowiedzialnego biznesu – zaktualizowane dane za 2023 rok

Nakłady

- 174 nowych sklepów netto
- 375 wyremontowanych sklepów
- 3 569 sklepów
- 17 centrów dystrybucyjnych
- 80 988 pracowników
- 1 758 dostawców
- 2 533 mln zł inwestycji
- 148 marek własnych
- 222 nowych produktów marki własnej



Wpływy

- ponad 5 mln klientów dziennie
- 97 464 239 528,19 zł przychodów ze sprzedaży
- 22,3% wzrost sprzedaży
- 1 057 526 998,00 zł podatku CIT
- 277 792 000 zł przekazane na kampanie i projekty społeczne (w tym darowizna dla Fundacji Biedronka na realizację jej misji)
- 52 godziny szkoleniowe na pracownika

Surowce (spożywcze, niespożywcze, opakowaniowe i inne)

Działając wspólnie z naszymi dostawcami, promujemy zrównoważoną produkcję surowców spożywczych i innych komponentów, gwarantując bezpieczeństwo konsumentów, jednocześnie promując ochronę i poszanowanie środowiska, ludzi i społeczności w odniesieniu do wpływu wywieranego przez produkcję naszych produktów.

Przetwórstwo

Pomagamy naszym partnerom biznesowym w osiągnięciu zrównoważonego rozwoju i wdrażaniu innowacji, przy jednoczesnym zapewnieniu efektywności procesów.

Pracownicy

Promujemy bezpieczne i zdrowe środowisko pracy dla wszystkich naszych pracowników, zawsze starając się minimalizować wpływ naszej działalności na otaczające społeczności i środowisko, poprawiać warunki pracy i wspierać naszych pracowników.

Klient

Oferujemy bezpieczną, zdrową, wysokiej jakości żywność oraz promujemy odpowiedzialną konsumpcję.

Społeczność


Wspieramy lokalne społeczności i przyczyniamy się do zmniejszenia ubóstwa i niedożywienia.

Dialog z naszymi interesariuszami

2-29

Biedronka prowadzi aktywny dialog z różnymi grupami interesariuszy, w tym akcjonariuszami, organami rządowymi, dostawcami, pracownikami, klientami, społecznościami lokalnymi, organizacjami pozarządowymi, mediami i konkurentami, w celu oceny i ewentualnego dostosowania formy i częstotliwości komunikacji do ich oczekiwań i potrzeb. Corocznie organizujemy spotkania z interesariuszami (przedstawicielami kluczowych grup interesariuszy zewnętrznych, takich jak dostawcy, partnerzy biznesowi, organizacje branżowe i pozarządowe, instytucje finansowe oraz eksperci ds. zrównoważonego rozwoju z branży detalicznej) zgodnie z międzynarodowym standardem AA1000SES w celu przygotowania raportów zrównoważonego rozwoju. Do tej pory zorganizowaliśmy cztery tego typu spotkania.

W 2023 roku Grupy Jeronimo Martins przeprowadziła analizę podwójnej istotności, obejmującą również Biedronkę. Wprowadziła ona listę najważniejszych podtematów z perspektywy wpływu i perspektywy finansowej. Dane wejściowe pochodziły z informacji zwrotnej od około 16 700 odpowiedzi, głównie od naszych pracowników i interesariuszy zewnętrznych. Ponadto przeprowadziliśmy piętnaście wywiadów z holderami kluczowych obszarów wewnątrz organizacji.

O podwójnej istotności można przeczytać więcej w punkcie [Zagadnienia zidentyfikowane jako istotne](#) 

Komunikacja z naszymi interesariuszami odbywa się za pomocą różnorodnych kanałów dwustronnych, takich jak strony internetowe, e-maile, spotkania, raporty zrównoważonego rozwoju i konferencje, dostosowanymi do specyficznych potrzeb i oczekiwań każdej grupy. Znaczenie dialogu z interesariuszami podkreśla regularna wymiana informacji, współpraca przy projektach oraz odpowiedź na nowe potrzeby i trendy w zakresie zrównoważonego rozwoju, co wpływa na dalsze kształtowanie strategii i planów rozwoju Biedronki.

Ponadto, angażujemy konsumentów i użytkowników końcowych na wybranych etapach projektowania, powstawania, dystrybucji, sprzedaży i odzysku produktów. Wykorzystujemy do tego grupy fokusowe i badania online. Regularnie zbieramy opinie klientów, dostosowując nasze działania do ich oczekiwań i potrzeb. Uwzględniamy opinie klientów przy projektowaniu opakowań marki własnej. Analizujemy również doświadczenia zakupowe, jakość produktów i asortyment w każdym sklepie Biedronki. Dodatkowo wykorzystujemy inicjatywy crowdsourcingowe do odkrywania nowych pomysłów i inspiracji, aby przyciągnąć naszych klientów. Nasze inicjatywy badawcze obejmują różne społeczności lokalne, od małych miejscowości po duże miasta, zapewniając wgląd w ich preferencje i potrzeby.



Strategia zrównoważonego rozwoju

2-25

Strategia Zrównoważonego Rozwoju naszej firmy wyznacza jasny kierunek na najbliższe lata oraz precyzyjnie określa cele i terminy ich realizacji. Staramy się kontynuować nasze zaangażowanie i osiągać zaplanowane wyniki w zakresie zrównoważonego wpływu, wsparcia społecznego i ochrony środowiska. Rok 2023 był rokiem analizy naszych postępów w odniesieniu do wymagających zobowiązań zrównoważonego rozwoju, które wyznaczyliśmy na lata 2021-2023 w zakresie naszych produktów i rozwoju naszej działalności. Postępy wielokrotnie wykraczały poza to, co ustaliliśmy. Teraz stawiamy sobie poprzeczkę jeszcze wyżej, wyznaczając nowe cele na lata 2024-2026, które, oprócz podsumowania poprzednich zobowiązań, szczegółowo opisaliśmy w poszczególnych rozdziałach Raportu.



Filary Strategii Zrównoważonego Rozwoju:



Promowanie zdrowych nawyków żywieniowych

Chcemy pozytywnie wpływać na zdrowie naszych klientów przez promowanie bezpiecznej, dobrej i zbilansowanej żywności oraz odpowiedzialnych zwyczajów żywieniowych. Dlatego koncentrujemy się na bezpieczeństwie i jakości naszych produktów oraz na zróżnicowanej diecie, zapewniając jednocześnie szeroką dostępność produktów, dbając o minimalizację istniejącego i możliwego wpływu na środowisko i społeczeństwo podczas ich produkcji, w przystępnych cenach.

Nasze priorytety:

- Inwestowanie w jakość i innowacyjność marek własnych
- Zapewnienie bezpieczeństwa żywności
- Dostarczanie pełnych informacji o wartościach odżywczych sprzedawanych przez nas produktów



Zrównoważony Łańcuch Dostaw

W naszym łańcuchu dostaw uwzględniamy aspekty etyczne, społeczne oraz środowiskowe, rozwijając trwale i obustronnie korzystne relacje handlowe z naszymi partnerami oraz aktywnie wspierając lokalnych dostawców. Długoterminowa współpraca z rodzimymi firmami jest strategicznym założeniem od początku istnienia naszej sieci, a produkty pochodzące od polskich dostawców stanowią podstawę naszej oferty.

Nasze priorytety:

- Walka z wylesianiem
- Dostarczanie produktów z certyfikatem zrównoważonego rozwoju
- Kupowanie od lokalnych dostawców i wspieranie innowacji
- Zrównoważone rybołówstwo
- Dbanie o dobrostan zwierząt



Poszanowanie środowiska naturalnego

Firmy zależne od branży spożywczej stają wobec szeregu wyzwań środowiskowych, zważywszy na znaczne wykorzystanie zasobów naturalnych, wpływ upraw i hodowli na naturalne ekosystemy oraz na zmiany klimatyczne czy rosnący problem zanieczyszczenia plastikiem. Naszym celem jest ograniczenie wpływu na środowisko, aby nasz łańcuch dostaw mógł dostarczać zdrową i różnorodną żywność, jednocześnie minimalizując negatywne skutki naszej działalności – z myślą o przyszłych pokoleniach.

Nasze priorytety:

- Zachowanie bioróżnorodności
- Walka ze zmianami klimatu
- Wprowadzenie odpowiedzialnej gospodarki odpadami
- Staranny dobór materiałów do produkcji opakowań
- Podnoszenie świadomości pracowników i klientów



Wspieranie lokalnych społeczności

Nieustannie wsłuchujemy się w potrzeby otaczających nas społeczności, wspierając najbardziej wrażliwe grupy: dzieci, młodzież oraz osoby starsze. Wspólnie z partnerami społecznymi podejmujemy inicjatywy mające na celu walkę z wykluczeniem, ubóstwem czy niedożywieniem.

Nasze priorytety:

- Zapewnienie bezpośredniego i pośredniego wsparcia dla społeczności
- Rozwijanie inicjatyw społecznych
- Tworzenie kampanii wewnętrznych



Bycie godnym zaufania pracodawcą

Jako największy pracodawca w Polsce mamy świadomość spoczywającej na nas odpowiedzialności wobec naszych pracowników.

Codzienna dbałość o pracowników jest naszym priorytetem, a stworzenie jak najlepszego i najbezpieczniejszego środowiska pracy – jednym z najważniejszych celów. Nasze założenie oferujemy atrakcyjne warunki wynagrodzenia, bogaty pakiet świadczeń pozapłacowych, szkolenia i możliwość rozwoju zawodowego. Pracowników i ich rodziny wspieramy też w trudnych sytuacjach życiowych oraz towarzyszymy im w ważnych dla nich chwilach, np. związanych z narodzinami dziecka czy edukacją.

Nasze priorytety:

- Promowanie poszanowania praw człowieka i praw pracowniczych
- Wzmocnienie promocji równości płci w całej Grupie
- Wzmacnianie zdolności przywódczych przyszłych pokoleń i stymulowanie transferu wiedzy
- Wzmocnienie naszych mechanizmów uznawania i promowanie większej przejrzystości w zakresie wynagrodzeń
- Przyczynianie się do zwiększenia integracji społecznej
- Wzmocnienie naszych wewnętrznych możliwości rozwoju i mobilności, zwiększając ich atrakcyjność i skuteczność
- Wspieranie bezpiecznych warunków pracy
- Promowanie elastycznego i zdrowego środowiska pracy w całej Grupie

Obecność na wydarzeniach

Wydarzenia zewnętrzne

Open Eyes Economy Summit

Po raz kolejny byliśmy partnerem Międzynarodowego Kongresu Ekonomii Wartości – Open Eyes Economy Summit. 8. edycja tego wydarzenia poświęcona była energii społecznej. W trakcie paneli dyskusyjnych nasi przedstawiciele opowiadali między innymi o tym, jak Fundacja Biedronki angażuje się w aktywizację seniorów i budzenie energii w społecznościach wiejskich poprzez współpracę z Kołami Gospodyń Wiejskich oraz o roli naszych sklepów i narzędziach, którymi dysponują do inicjowania, wzmacniania i kierowania energią społeczną wśród klientów sieci.



Forum Ekonomiczne w Karpaczu

Jak co roku byliśmy także obecni na Forum Ekonomicznym w Karpaczu, tym razem pod hasłem „Biedronka wyzwala dobrą energię”. Oprócz udziału naszych przedstawicieli w panelach dyskusyjnych podczas tegorocznego 32. Forum tradycyjnie miał premierę nasz Raport Zrównoważonego Rozwoju, w którym podsumowaliśmy działania sieci Biedronka w obszarze zrównoważonego rozwoju w 2022 roku.

Wydarzenia organizowane przez nas

Konferencja Energia Życia

„Energia życia” była motywem przewodnim konferencji na temat zrównoważonego rozwoju, zorganizowanej przez sieć Biedronka i Grupę Jerónimo Martins, która miała miejsce 28 listopada 2023 roku w Warszawie. Na wydarzeniu, które odbyło się pod patronatem Akademii Leona Koźmińskiego, zasiadało ponad 400 osób na widowni, a ponad 6 tys. uczestników obserwowało ją online. W trakcie konferencji miały miejsce prezentacje i dyskusje panelowe z udziałem naukowców oraz branżowych ekspertów, którzy omawiali temat energii w trzech aspektach: wyzwaniach związanych ze środowiskiem, propagowania zdrowych nawyków żywieniowych oraz wzmacniania kapitału społecznego w lokalnych społecznościach.



Prelegentami byli m.in. Scott W. Tinker – geolog, ekspert ds. energetyki i twórca filmów dokumentalnych, Jerzy Owsiak – założyciel Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy, Dominika Langer-Gnińska ze Stowarzyszenia WIOSNA, ks. Marcin Iżycki z Caritas



Polska, prof. Bolesław Rok, dyrektor Centrum Badań Przedsiębiorczości Pozytywnego Wpływu w Akademii Leona Koźmińskiego, pływaczka Otylia Jędrzejczak oraz prof. Grzegorz Mazurek, rektor Akademii Leona Koźmińskiego.

Pierwszy panel „Moc żywienia i radość z jedzenia” zwrócił uwagę na ogromne znaczenie zbilansowanej diety oraz korzyści zdrowotnych wynikających z wprowadzania zmian w produktach spożywczych. Eksperti zauważyli, że nasze nawyki żywieniowe odzwierciedlają dynamicznie zmieniający się rynek oraz rosnący trend „czystej etykiety”, który skupia się na transparentności składu i eliminacji sztucznych dodatków. Podkreślali również, jak istotne jest świadome podejście do wyborów żywieniowych i ich wpływu na zdrowie oraz dobrostan konsumentów.

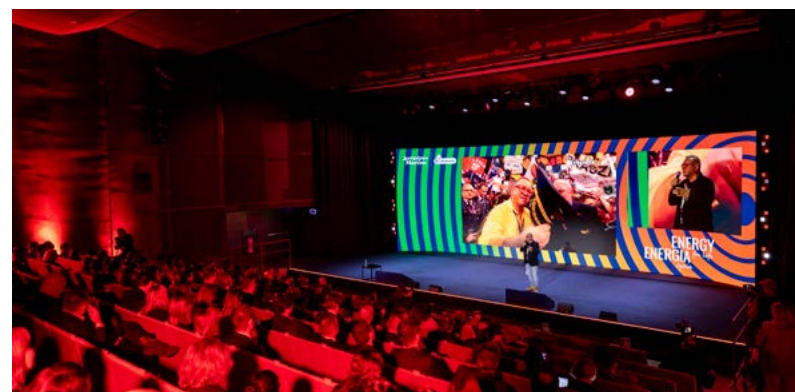
W panelu „Energia a środowisko” eksperci podkreślili konieczność zielonej transformacji jako kluczowego elementu zachowania konkurencyjności na rynku. Dyskutowano o istotnej roli odnawialnych źródeł energii i dekarbonizacji w osiągnięciu celów zrównoważonego rozwoju. Przedstawiono przykłady, jak adaptacja procesów produkcyjnych do nowych regulacji i norm środowiskowych może decydować o sukcesie przedsiębiorstw w przyszłości. Eksperti zwrócili uwagę na potrzebę inwestycji w nowoczesne

technologie oraz współpracę międzysektorową, aby przyspieszyć wdrażanie rozwiązań przyjaznych dla środowiska.

Podsumowując panel „Energia społeczna. Jak przekuć ludzką potrzebę wspólnotowości w długoterminowe wsparcie akcji społecznych?”, eksperci zauważyli, że Polacy potrafią mobilizować się do charytatywnych działań, które przynoszą realne efekty. Ważne jest jednak wzmacnianie kapitału społecznego w lokalnych społecznościach i utrzymywanie regularnego wsparcia, aby zapewnić potrzebującym długoterminową pomoc oraz stabilność działań.

Oprócz paneli dyskusyjnych podczas konferencji miały miejsce wystąpienia indywidualne, w tym otwierające spotkanie wystąpienie Pedro Soaresa dos Santos, Prezesa Grupy Jerónimo Martins, który podkreślił kluczowe znaczenie klientów, dostawców i pracowników dla działalności Grupy. Wspomniał także o rosnącym zaangażowaniu Grupy w zrównoważony rozwój poprzez odpowiedzialną produkcję, redukcję plastiku, obniżanie śladu węglowego oraz wsparcie dla lokalnych społeczności.

W wystąpieniu na temat potrzeby aktywizmu korporacyjnego prof. dr hab. Grzegorz Mazurek, Rektor Akademii Leona Koźmińskiego, omówił kluczowe aspekty odpowiedzialności społecznej i ekologicznej, podkreślając rolę szerokiej debaty publicznej w edukacji i działaniach na rzecz zrównoważonego rozwoju.



Scott Tinker, geolog stanowy Teksasu i ekspert ds. energetyki na Uniwersytecie Teksańskim, omawiał kluczową rolę energii dla postępu ludzkości. Jego wystąpienie podkreślało, że energia nie tylko fizycznie ogrzewa, chłodzi i napędza ludzkość, ale także pełni rolę metaforycznego silnika dla społeczno-gospodarczego rozwoju.

W swojej energetycznej prezentacji Jerzy Owsiak pokazał, jak wspólna mobilizacja społeczna i transparentne zarządzanie funduszami mogą wspierać rozwój opieki zdrowotnej w Polsce i na świecie. Przez 33 lata działalności Fundacja Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy zademonstrowała, że zaangażowanie społeczne może przyczynić się do znaczącej poprawy dostępu do nowoczesnego sprzętu medycznego.

Konferencję zakończyło wystąpienie Luisa Araujo, dyrektora generalnego sieci Biedronka, który podsumował dotychczasowe oraz zadeklarował kolejne zobowiązania sieci w zakresie zrównoważonego rozwoju. Podkreślił, że wynikają one z poczucia odpowiedzialności za planetę i lokalne społeczności, w których żyjemy i odzwierciedlają zaangażowanie Biedronki w ochronę „Energii dla Życia” w Polsce.



Promowanie zrównoważonego rozwoju poza organizacją

W 2023 roku otrzymaliśmy wiele dowodów uznania dla naszych działań biznesowych, HR oraz związanych ze zrównoważonym rozwojem.

Nagrody i wyróżnienia biznesowe i branżowe

Laur Konsumenta

Laur Konsumenta „Lider XX-lecia (2004-2024)” za konsekwencję i determinację, z jaką Biedronka działa na rzecz jak najlepszych doświadczeń zakupowych swoich klientów.

Food & Retail Award 2023

Wyróżnienie za trafną identyfikację potrzeb konsumentów oraz oferowanie rozwiązań i usług, które ze względu na skalę firmy stały się szeroko dostępne, zwłaszcza w obszarach elektromobilności, usług cashback i gospodarki odpadami.

Nagrody HR i Employer branding

Employer Branding Stars 2023

Wyróżnienie dla 7 kluczowych procesów związanych z HR, m.in.: candidate experience, employee advocacy, rozwój pracowników czy planowanie ścieżek kariery.

Employer Branding Excellence Award 2023

Wyróżnienie w kategorii kampania online za projekt kampanii skierowanej do pracowników sezonowych.

Solidny Pracodawca 2023

Po raz piąty z rzędu wyróżnienie za wzorcowo prowadzoną politykę personalną oraz wyznaczanie trendów w obszarze HR.

Friendly Workplace 2023

Wyróżnienie za nowoczesne podejście do obszaru polityki personalnej i rozwoju pracowników, za wspieranie modelu work-life balance i tworzenie zdrowego i przyjaznego środowiska pracy.

Siła Przyciągania 2022

Nagroda główna za kampanię marketingu rekrutacyjnego w obszarze rekrutacji pracowników wakacyjnych.

HR dream team

Nagroda portalu Pracuj.pl za rozwijanie talentów pracowników poprzez program Ambasada Rozwoju.

Digital Impact Award

Pierwsze miejsce w kategorii „Najlepszy intranet” dla portalu dlanaswjm.pl dla pracowników Biedronki.

Nagrody związane z rozwojem marek własnych

Roślinny Game Changer

Nagroda dla marki własnej GoVege w plebiscycie organizowanym przez portal Roślinniejemy.

Czytamy Etykiety

Nagrody w kategoriach: „Spożywcze Odkrycie Roku 2023” dla jogurtu Fruvita Pure z topperem, „Spożywczy Produkt Roku w kategorii Lody” dla lodów Marletto z belgijską czekoladą oraz „Spożywczy Produkt Roku w kategorii Produkty proteinowe” dla proteinowego serka ze skyrem Go Active.

Nagrody związane z działaniami na rzecz zrównoważonego rozwoju

Ranking Odpowiedzialnych Firm

Drugie miejsce w klasyfikacji branżowej (handel) w 17. edycji Rankingu Odpowiedzialnych Firm. W klasyfikacji generalnej osiągnęliśmy najwyższy awans wśród firm biorących udział w zestawieniu, w porównaniu do zeszłego roku, plasując się aż o 7 miejsc wyżej.

Złoty Listek CSR

Złoty Listek CSR Tygodnika „Polityka”, przyznawany przez Tygodnik „Polityka” we współpracy z Deloitte oraz Forum Odpowiedzialnego Biznesu, w uznaniu za postępy w realizacji strategii zrównoważonego rozwoju.

Dobroczynca Roku

Nagroda dla sieci i Fundacji Biedronki za pomoc Ukrainie i uchodźcom, którzy przybyli w celu znalezienia schronienia do Polski. Biedronka i Fundacja Biedronki zostały nominowane do nagrody przez Caritas Polska, która współpracowała z nami przy wspieraniu Ukrainy.

Złoto w konkursie Liderzy ESG

Złota Nagroda w kategorii Program Edukacyjny w konkursie Liderzy ESG organizowanym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie i PwC Polska. Nagroda została przyznana za program „Olimpiada Zdrowia PCK z Biedronką”, który w istotny sposób przyczynia się do kształtowania świadomego podejścia do zdrowego stylu życia i angażuje społeczności szkolne i lokalne w całym kraju.

Badanie Diversity in Check

Jedyna sieć sklepów spożywczych na liście najbardziej zaawansowanych pracodawców w Polsce pod względem różnorodności w zestawieniu na podstawie badania przeprowadzonego przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu.