

## 4

# Zrównoważony łańcuch dostaw

- 01 Współpraca z dostawcami
- 02 Zaangażowanie lokalnych dostawców
- 03 Promowanie zrównoważonych praktyk produkcyjnych
- 04 Walka z wylesianiem
- 05 Dobrostan zwierząt
- 06 Zobowiązania zrównoważonego rozwoju Biedronki na lata 2024–2026



Zgodnie z przeprowadzonym badaniem podwójnej istotności, **zrównoważone i odpowiedzialne kryteria w łańcuchu dostaw** znalazły się wśród istotnych dla naszej sieci tematów zrównoważonego rozwoju. W praktyce oznacza to wspieranie pozytywnego społecznego i środowiskowego wpływu w całym łańcuchu wartości, przy minimalizacji ryzyka i konsekwentne wybieranie partnerów biznesowych, którzy przestrzegają standardów etycznych. Zobacz więcej w rozdziale **O Raporcie** ▶





**Grzegorz Pytko,**  
Dyrektor Działu  
Zakupów

*W Biedronce odpowiedzialnie podchodzimy do naszego wpływu społecznego i środowiskowego, dlatego wybieramy partnerów biznesowych, którzy przestrzegają norm etycznych, minimalizują wpływ na środowisko oraz dbają o dobre warunki pracy. Stawiamy wymagania naszym partnerom, ale jednocześnie aktywnie wspieramy ich działania na rzecz zrównoważonego rozwoju.*

*Stawiamy na polskich dostawców, aby wspierać lokalną gospodarkę i dostarczać do konsumentów żywność z jak najbliższych sklepów odległości. Skracając przebytą drogę, zapewniamy produktom dłuższą świeżość i unikamy wytworzonych emisji CO<sub>2</sub>.*

*W 2023 roku kontynuowaliśmy starania, aby wytwarzać nasze produkty z zapewnieniem dobrostanu zwierząt i odpowiedniej certyfikacji potwierdzającej zrównoważone pozyskiwanie surowców. W kolejnych latach, zgodnie z naszymi zobowiązaniami, będziemy dążyli do tego, aby oferowane przez nas produkty w marce własnej i produktach świeżych nie przyczyniały się do wylesiania i przekształcania.*

## Kluczowe liczby w 2023 roku:

Współpracowaliśmy z

# 1 758

dostawcami

# 100%

nowych dostawców zostało ocenionych pod kątem środowiskowym przy rozpoczęciu współpracy

o ponad

# 50%

wzrosły łączne zakupy owoców i warzyw od lokalnych dostawców w porównaniu do roku 2022

# 100%

jaj sprzedawanych jako osobny produkt i wykorzystywanych jako składnik produktów marki własnej pochodziło od kur z chowu bezklatkowego

# 741

produktów z certyfikatami zrównoważonego rozwoju

# 93%

wszystkich produktów żywnościowych pochodzi od polskich dostawców<sup>4</sup>

<sup>4</sup> Dostawcy zarejestrowani w Polsce, która jest głównym rynkiem dla naszej działalności.

## Zobowiązania zrównoważonego rozwoju Biedronki na lata 2021-2023

Zobowiązanie	Postęp realizacji strategii	Etap realizacji	Strona w raporcie
1. Zagwarantowanie, aby co najmniej 90% produktów spożywczych zakupionych przez Biedronkę pochodziło od lokalnych dostawców.	93% produktów spożywczych pochodziło od lokalnych dostawców.	100% 	Str. 55
2. Zwiększenie sprzedaży produktów oraz opakowań marki własnej i/lub produktów świeżych z certyfikatami zrównoważonego rozwoju do 7% całkowitej sprzedaży w tych kategoriach produktów do 2023 roku.	16,2% marek własnych oraz produktów świeżych miało certyfikat zrównoważonego rozwoju.	100% 	Str. 57
3. Przeprowadzenie audytów środowiskowych u co najmniej 20% dostawców marki własnej i produktów świeżych o wartości zakupów przekraczającej 1,1 mln euro rocznie w okresie 2021-2023.	Audyty środowiskowe przeprowadzono u 22% dostawców marki własnej i produktów świeżych.	100% 	Str. 53
4. Zapewnienie corocznego wdrożenia Podręcznika Zrównoważonego Rolnictwa w nowych gospodarstwach rolnych w Polsce, gwarantującego uzyskanie minimalnego średniego wskaźnika zrównoważonego rozwoju na poziomie 3,7 punktu (w skali od 1 do 5, gdzie 5 jest oceną maksymalną) dla gospodarstw, które były oceniane co najmniej dwa razy.	Realizacja celu została przesunięta na kolejne lata.	Częściowo zrealizowane	

Zobowiązanie	Postęp	Etap realizacji	Strona w raporcie
<p>5. Przyczynianie się do realizacji zobowiązań Forest Positive Coalition of Action działającej w ramach Consumer Goods Forum (CGF). W zakresie naszych marek własnych i produktów świeżych i dla każdego z rozpatrywanych towarów zdefiniowano następujące cele:</p>			
<p><b>Olej palmowy:</b> kontynuacja działań mających na celu zapewnienie 100% oleju palmowego z certyfikatem RSPO oraz stopniowe włączanie produktów pochodnych.</p>	100% oleju palmowego posiada certyfikat RSPO.	<p>100%</p> 	Str. 58
<p><b>Soja:</b> ograniczenie wykorzystania soi o nieznanym źródle pochodzenia do 20% oraz soi z krajów zagrożonych wylesieniem do 20% lub zapewnienie, że posiada ona certyfikat RTRS lub ProTerra.</p>	6% soi nieznanego pochodzenia oraz 73% soi z krajów zagrożonych wylesieniem bez certyfikacji RTRS lub ProTerra.	Częściowo zrealizowane	Str. 58
<p><b>Papier i drewno:</b> stosowanie certyfikowanych włókien pierwotnych (FSC, PEFC lub SFI) w przypadku:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>co najmniej 85% włókien pierwotnych stosowanych w produktach,</li> <li>71% włókien pierwotnych stosowanych w opakowaniach.</li> </ul>	95% certyfikowanych włókien pierwotnych w produktach i 73% w opakowaniach.	<p>100%</p> 	Str. 57
<p><b>Wołowina:</b> ograniczenie wykorzystania wołowiny nieznanego pochodzenia do poziomu poniżej 8%, a jeśli wołowina pochodzi z Brazylii, podjęcie współpracy z dostawcami w celu upewnienia się, że stosują oni politykę przeciwdziałania wylesianiu.</p>	0% wołowiny z Brazylii. 100% wołowiny marki własnej JMP jest znanego pochodzenia.	<p>100%</p> 	Str. 58

## Współpraca z dostawcami

Chcemy zapewnić naszym klientom dostęp do produktów wysokiej jakości w przystępnych cenach i zachęcać do przestrzegania zdrowych nawyków żywieniowych i zdrowego trybu życia. Kładziemy nacisk nie tylko na dostarczanie wysokiej jakości, bezpiecznych i wartościowych produktów, ale również na troskę o cały cykl życia produktów, ochronę zarówno pracowników, jak i środowiska podczas procesów produkcyjnych. Współpracujemy z dostawcami, którzy mogą wykazać, że stosują dobre praktyki w zakresie zrównoważonego rozwoju i oczekujemy uwzględniania w swojej działalności zasad społecznych, środowiskowych i etycznych.

2-6

Jesteśmy największą siecią handlową w Polsce. Na rynku działamy od niemal 30 lat. Naszą przewagę konkurencyjną budujemy na stosunkowo prostym i krótkim łańcuchu dostaw, który zapewnia wysoką jakość produktów, przystępne ceny, terminową dystrybucję oraz ekonomiczne, środowiskowe i społeczne korzyści dla partnerów biznesowych. Współpracujemy bezpośrednio z rolnikami i producentami, aby ograniczyć liczbę pośredników, co również obniża koszty. Produkty trafiają do naszych siedemnastu centrów dystrybucyjnych w Polsce, skąd o określonych porach i najkrótszymi trasami są dostarczane do sklepów, przestrzegając rygorystycznych poziomów usług.



3-3



W relacjach z naszymi dostawcami kierujemy się zasadami Grupy opisanymi w „Polityce zrównoważonego pozyskiwania zasobów”<sup>5</sup>, tj. zgodnością z prawem, uczciwym handlem, unikając przy tym nieuczciwych praktyk biznesowych. Dbamy o przestrzeganie praw człowieka i praw pracowniczych, więc wykluczamy współpracę z podmiotami stosującymi pracę przymusową lub pracę dzieci oraz mającymi niskie standardy bezpieczeństwa i higieny pracy.

Stale doskonalimy nasze działania i zachęcamy dostawców do wdrażania dobrych praktyk, aby stopniowo zmniejszać negatywny wpływ na środowisko i zapobiegać jakimkolwiek niezgodnościom w zakresie społecznym.

<sup>5</sup> <https://www.jeronimomartins.com/wp-content/uploads/01-DOCUMENTS/Responsibility/Sourcing-Responsibility/EN/Sustainable-Sourcing-Policy.pdf> 


W Biedronce promujemy otwartą i przyjazną postawę wobec zarówno wieloletnich, jak i nowych dostawców. Od początku komunikujemy jednak jasne i zrozumiałe zasady nawiązywania relacji biznesowych. Podpisanie umowy z każdym dostawcą zobowiązuje go do przestrzegania postanowień „Kodeksu postępowania dla dostawców”<sup>6</sup>, tj.:

- przestrzegania prawa,
- zapewnienia odpowiedniej jakości i bezpieczeństwa produktów,
- ochrony środowiska naturalnego,
- racjonalnego wykorzystywania zasobów,
- wynagradzania pracowników zgodnie z lokalnymi uwarunkowaniami,
- zapewnienia przestrzegania prawnie określonych godzin pracy,
- dbania o bezpieczeństwo pracowników,
- zapewnienia pracownikom wolności zrzeszania się i prawa do umów zbiorowych,
- niezatrudniania dzieci i niekorzystania z pracy przymusowej,
- przeciwdziałania jakiegokolwiek dyskryminacji,
- zakazu oferowania prezentów wykraczających poza te o charakterze symbolicznym.

Inny dokument, „Kodeks postępowania Grupy Jerónimo Martins”<sup>7</sup> określa fundamentalne zasady obowiązujące w relacjach ze wszystkimi interesariuszami, w tym z innymi pracownikami, organami władzy, partiami politycznymi, dostawcami itp. Obejmują one kwestie kształcenia, przeciwdziałania dyskryminacji, bezpieczeństwa, zdrowia i dobrostanu, wolności zrzeszania się, poszanowania prywatności pracowników i ich życia osobistego. Dokument ten reguluje także kwestie konfliktu interesów, poufności informacji, lojalności, a także sprzeciwu wobec pracy przymusowej oraz pracy dzieci.

## Audyty środowiskowe i społeczne dostawców

Chcemy współpracować z partnerami, którzy nie tylko przestrzegają przepisów prawa, lecz także dzielają wartośći społeczne i środowiskowe określone w naszych polity-

kach odpowiedzialności korporacyjnej. Aby to zapewnić, regularnie przeprowadzamy audyty wybranych dostawców i usługodawców, w szczególności dostawców produktów świeżych oraz produktów oferowanych pod marką własną, niezależnie od tego, jak długo z nami współpracują. Przeprowadzamy trzy rodzaje audytów: audyty bezpieczeństwa i jakości żywności (więcej w rozdziale **Promowanie zdrowych nawyków żywieniowych** ) , audyty środowiskowe oraz audyty społeczne. Audyty środowiskowe i społeczne prowadzone są przez niezależne podmioty zewnętrzne.


3-3


308-1


Wszystkich nowych dostawców na początku współpracy oceniamy pod kątem kryteriów środowiskowych, za pomocą ankiet. Zakres ankiety obejmuje certyfikację i pozwolenia środowiskowe, gospodarkę wodno-ściekową, zarządzanie odpadami, emisje do atmosfery oraz wykorzystywane paliwa. Dzięki tym informacjom możemy upewnić się, że nasi dostawcy spełniają standardy środowiskowe, a także ustalić, jakie elementy ich działalności wymagają poprawy.

W 2023 roku przeprowadziliśmy 39 audytów środowiskowych u dostawców produktów oferowanych pod marką własną i produktów świeżych. Oprócz tego, przeprowadziliśmy audyty 26 dostawców usług, które mają duży wpływ na środowisko, takich jak usługi transportowe, chłodnicze i klimatyzacyjne, usługi zarządzania odpadami, instalacji i konserwacji systemów oczyszczania, usługi poligraficzne, a także producentów i dostawców sprzętu.

**Audyt środowiskowy** obejmuje około 100 kryteriów, podzielonych na dziewięć obszarów dotyczących między innymi: zużycia wody, zużycia energii, gospodarki odpadami, emisji, redukcji hałasu czy składowania substancji niebezpiecznych. Dodatkowo sprawdzamy wielkość zakupów dokonywanych przez firmy oraz istotność wpływu środowiskowego wynikającą z ich działalności.

Aby pogłębić naszą wiedzę na temat praktyk naszych dostawców, w 2023 roku rozpoczęliśmy audytowanie ferm drobiu, z których pochodzą jaja oferowane w naszej sieci (więcej na ten temat w podrzdziale **Dobrostan Zwierząt** ) .

<sup>6</sup> <https://www.jeronimomartins.com/wp-content/uploads/01-DOCUMENTS/Responsibility/Sourcing-Responsibly/EN/Code-of-Conduct-for-Suppliers.pdf> 

<sup>7</sup> [https://www.jeronimomartins.com/wp-content/uploads/01-DOCUMENTS/Responsibility/Code-of-Conduct/JMRH\\_Codigo\\_Conducta\\_Oficial\\_EN\\_2023.pdf](https://www.jeronimomartins.com/wp-content/uploads/01-DOCUMENTS/Responsibility/Code-of-Conduct/JMRH_Codigo_Conducta_Oficial_EN_2023.pdf) 

407-1

408-1

414-1

414-2

Podczas **audytów społecznych**, sprawdzamy zgodność działań dostawców z polskimi i międzynarodowymi przepisami dotyczącymi praw człowieka oraz przestrzeganie najlepszych praktyk opracowanych przez Consumer Goods Forum. Niezależne jednostki audytujące sprawdzają 120 kryteriów w 12 kategoriach obejmujących między innymi: prawa człowieka, kwestie etyczne, zatrudnianie nieletnich, wolność zrzeszania się, przygotowanie na nagłe wypadki, bezpieczeństwo pracy, zapobieganie dyskryminacji czy zasady wynagradzania i rozliczania godzin pracy.

W 2023 roku przeprowadziliśmy

# 14

audytów społecznych.

Po przeprowadzeniu audytów, zarówno środowiskowych, jak i społecznych, dostawcom, u których zidentyfikowaliśmy niezgodności, przekazujemy plan działań naprawczych. Plan wymaga od nich podjęcia konkretnych kroków, które poprawią ich praktyki, i musi zostać zrealizowany w trakcie maksymalnie od sześciu do dwunastu miesięcy, w zależności od rodzaju niezgodności. Po upływie tego okresu i przedstawieniu rezultatów przez dostawcę, przeprowadzamy drugi audyt i oceniamy stan wdrożenia działań naprawczych. Jeżeli dostawca nie wdrożył planu działań naprawczych, możemy zawiesić z nim współpracę.

Aspekty społeczne badamy także przy okazji **audytów jakościowych nowych i obecnych dostawców** – w tym przypadku z wykorzystaniem podejścia opartego na ryzyku, m.in. w odniesieniu do aspektów produktu, kraju pochodzenia. Podczas audytu weryfikujemy praktyki pracownicze, takie jak m.in. stosowanie odpowiedniej odzieży ochronnej, dostępność środków higieny oraz stan pomieszczeń socjalnych i sanitariatów. W 2023 roku zaudytowaliśmy pod tym kątem 86 nowych dostawców marki własnej oraz 103 nowych dostawców produktów świeżych.

Te kryteria oceniliśmy także u wszystkich **563 dostawców produktów oferowanych pod marką własną, niezależnie od długości współpracy**. Oceniliśmy również ponad

**347 dostawców produktów świeżych**, co stanowi 49% wszystkich dostawców tego rodzaju produktów. Wśród przebadanych nie zidentyfikowaliśmy dostawców mających znaczące rzeczywiste i potencjalne negatywne skutki społeczne, w tym w obszarze praw swobody do zrzeszania się oraz pracy dzieci. Pomagamy dostawcom zrozumieć nasze wymogi i się do nich dostosować.

Ważną rolę w budowaniu świadomości i podnoszeniu kompetencji dostawców mają także organizowane przez nas szkolenia. W 2023 roku odbyło się kilka sesji szkoleniowych, koncentrujących się na takich tematach jak bezpieczeństwo i jakość żywności, reformulacje i rozwój produktów (w szczególności wegetariańskich i wegańskich), food defense<sup>9</sup> i dobrostan zwierząt. Przeprowadziliśmy również szkolenia dotyczące audytów środowiskowych i społecznych, ekoprojektowania opakowań, śladu węglowego i zmian klimatycznych oraz innych tematów związanych ze zrównoważonym rozwojem. W sumie w tych sesjach uczestniczyło w Polsce ponad 1930 przedstawicieli dostawców marek własnych i produktów świeżych.



<sup>9</sup> Ochrona produktów żywnościowych przed ich celowym skażeniem czynnikami fizycznymi, chemicznymi, biologicznymi lub radiologicznymi.

# Zaangażowanie lokalnych dostawców

Zawsze, kiedy warunki lokalne pozwalają, kupujemy od polskich dostawców, co sprzyja rozwojowi regionalnej gospodarki poprzez wspieranie miejscowych firm. Stawiamy na lokalnych dostawców<sup>9</sup>, którzy dostarczają produkty w bliskich odległościach, również w zgodzie z sezonowymi preferencjami. Krótsze trasy transportowe pomagają zmniejszyć emisje dwutlenku węgla oraz koszty związane z transportem. Ponadto, produkty spożywcze dostarczane w bliższym zasięgu trafiają na półki sklepowe szybciej i częściej, co zmniejsza ryzyko marnotrawstwa żywności.

204-1

Od polskich dostawców pochodzi:

93%

wszystkich produktów żywnościowych

85%

produktów świeżych

94%

produktów oferowanych pod marką własną

## Współpraca z lokalnymi producentami i rolnikami

Kontynuowaliśmy program dla lokalnych dostawców owoców i warzyw, aby mogli oni dostarczać swoje produkty do sklepów lub centrów dystrybucyjnych znajdujących się blisko miejsca produkcji. W 2023 roku dzięki tej inicjatywie nawiązaliśmy relacje handlowe z około 200 dostawcami, którzy dostarczyli ponad 123 tys. ton owoców i warzyw, czyli o 36 tys. ton więcej niż w 2022 roku. W ramach programu zakupiliśmy produkty od ponad 60 rodzinnych gospodarstw rolnych.

Aby ułatwić współpracę mniejszym producentom, dostosowaliśmy wymogi techniczne i formalne do ich możliwości. Jednak niezmiennie pozostają najwyższe standardy jakości, których oczekujemy od dostawców niezależnie od skali ich działalności.

### We współpracy z lokalnymi producentami owoców i warzyw

#### Nie wymagamy:

- minimalnej skali produkcji ani powierzchni upraw,
- specjalistycznego taboru samochodowego w przypadku owoców dostarczanych bezpośrednio do sklepów,
- zautomatyzowanej linii do pakowania.

#### Oferujemy:

- krótkie, zazwyczaj 21-dniowe terminy płatności,
- indywidualnie ustalone sposoby dostawy, pakowania i cenę.



<sup>9</sup> Lokalny dostawca – dostawca, który ma zarejestrowaną działalność na terenie Polski.



W 2023 roku łączne zakupy owoców i warzyw od lokalnych dostawców wzrosły o ponad

**50%**

w porównaniu z 2022 rokiem i osiągnęły



**130 mln kg/sztuk**

w porównaniu z 85 milionami kilogramów/sztuk w poprzednim roku. Współpracowaliśmy z 372 dostawcami owoców i warzyw, przy czym liczba lokalnych producentów wzrosła z 226 (w 2022 roku) do 289 (w 2023 roku). Wspólnie z lokalnymi producentami zaplanowaliśmy dostawy warzyw i owoców na poziomie 28 milionów kilogramów/sztuk.

Od 2021 roku w naszej sieci działa system umożliwiający lokalnym rolnikom dostarczenie truskawki bezpośrednio do sklepów. W 2023 roku w 270 sklepach uruchomiliśmy pilotażowy program bezpośrednich dostaw malin, a w kilku sklepach w Warszawie – także jeżyn.



## Promowanie zrównoważonych praktyk produkcyjnych

Staramy się dostarczać naszym konsumentom żywność najwyższej jakości, produkowaną z poszanowaniem środowiska naturalnego i zapewniającą bezpieczne i godne warunki pracy. Aktywnie współpracujemy z dostawcami i partnerami biznesowymi w celu promowania standardów etycznych i środowiskowych w łańcuchu dostaw. Wymagania stosowane w naszym łańcuchu wartości są opisane m.in. w „[Polityce zrównoważonego pozyskiwania zasobów](#)” i „[Kodeksie postępowania dla dostawców](#)”.

Ponadto, oczekujemy od naszych dostawców gwarancji uczciwego traktowania pracowników, przestrzegania norm dotyczących godzin pracy i wolności zrzeszania się, zgodnie z zasadami Consumer Goods Forum<sup>10</sup>. Jeśli jakkolwiek dostawca nie przestrzega tych zasad, zastrzegamy sobie prawo do podjęcia działań, takich jak zawieszenie współpracy lub zakończenie relacji biznesowych.

Aby dowiedzieć się więcej na temat naszych zasad, zajrzyj do podrozdziału [Współpraca z dostawcami](#).

### Certyfikacja produktów

Oferujemy konsumentom produkty świeże i marki własnej z certyfikatami zrównoważonego rozwoju i do tego samego zachęcamy naszych dostawców marek zewnętrznych. Chcemy w ten sposób odpowiednio komunikować konsumentom o pochodzeniu produktów, np. o ich wytworzeniu z surowców pozyskanych w sposób odpowiedzialny, zapobieganiu wylesianiu, zapewnieniu uczciwych stosunków handlowych oraz praw człowieka i praw pracowniczych, a także zapewnieniu dobrostanu

<sup>10</sup> <https://www.theconsumergoodsforum.com/infographics/priority-industry-principles-infographic/>

zwierząt. Co roku wprowadzamy kolejne produkty z certyfikatami takimi jak m.in. Zrównoważone Rolnictwo UE, FSC, PEFC, Rainforest Alliance czy MSC.


W 2023 roku osiągnęliśmy lepszy wynik niż zakładaliśmy –

# 16,2%

sprzedanych produktów i/lub opakowań w tych kategoriach posiadało certyfikaty zrównoważonego rozwoju.

## Rolnictwo ekologiczne





Wspieramy rolnictwo ekologiczne, dzięki czemu nie tylko dostarczamy naszym klientom produkty wysokiej jakości, lecz także przyczyniamy się do ochrony ekosystemów i zrównoważonego rozwoju. Rolnictwo ekologiczne sprzyja utrzymaniu bioróżnorodności, żyzności gleby, podtrzymaniu naturalnego obiegu materii i energii w przyrodzie i w ten sposób minimalizuje negatywny wpływ na środowisko.

W 2023 roku sieć Biedronka oferowała 52 produkty ekologiczne marki własnej i sprzedała ponad 22 tysiące ton produktów ekologicznych<sup>11</sup>. Jednym z wprowadzonych produktów był Kurczak BIO. Więcej informacji na [naszej stronie](#) .

Certyfikujemy proces wypieku bio-pieczyswa, aby zapewnić najwyższą jakość produktów oraz zgodność z naszymi standardami dotyczącymi składników, technologii produkcji, higieny oraz bezpieczeństwa żywności. W 2023 roku liczba sklepów posiadających certyfikat pozwalający wypiekać bio-pieczyswo wzrosła o 14 placówek do 489 wszystkich certyfikowanych. Aby zachować najwyższe standardy, przeprowadzono audyty zewnętrzne w 22 sklepach oraz trzy kontrole dotyczące magazynowania produktów ekologicznych, w tym pieczywa w centrach dystrybucyjnych.

<sup>11</sup> Zgodnie z definicją produktów ekologicznych wynikającą z rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady UE 2018/848 z dnia 30 maja 2018 r. 

## Liczba dostępnych produktów świeżych i produktów marki własnej z certyfikatem zrównoważonego rozwoju


Certyfikacja	2022	2023
 FSC	106	401
 PEFC		
 Rolnictwo ekologiczne	68	52
 MSC	8	11
 Blue Angel	14	13
 KAT	1	0
 Global Recycled Standard Global Organic Textile Standard OEKO-TEX Made in Green	84	243
 Fairtrade	22	21
UTZ		
Rainforest Alliance		
<b>Razem</b>	<b>303</b>	<b>741</b>

## Walka z wylesianiem

Od 2014 roku wraz z Grupą Jerónimo Martins monitorujemy surowce przyczyniające się do wylesiania, takie jak: soję, wołowinę, olej palmowy, papier i drewno wykorzystywane w produktach marki własnej oraz w produktach świeżych. Chcemy zwiększyć możliwość śledzenia tych składników w łańcuchach dostaw i zapewnić, że producenci przestrzegają zasad zrównoważonego rozwoju. Grupa Jerónimo Martins należy do Forest Positive Coalition of Action, organizacji założonej przez Consumer Goods Forum w celu przeciwdziałania wylesianiu. Zachęcamy kluczowych dostawców produktów oferowanych pod marką własną i produktów świeżych, aby zobowiązali się do walki z wylesianiem poprzez promowanie ochrony ekosystemów na obszarach narażonych na wylesianie, z których pozyskiwane są te surowce. Realizujemy to poprzez udział w lokalnych inicjatywach oddolnych oraz publikowanie danych o czynnikach ryzyka przyczyniających się do wylesiania i przekształcania obszarów o wysokiej wartości przyrodniczej.

### Olej palmowy

Osiągnęliśmy cel, jakim było zapewnienie, że w spożywczych produktach marki własnej znajduje się wyłącznie olej palmowy ze zrównoważonych upraw, certyfikowany przez Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO). Wymagamy tej certyfikacji i weryfikujemy ją u wszystkich dostawców marki własnej.

Od 2017 roku jesteśmy również jednym z aktywnych członków założycieli **Polskiej Koalicji na Rzecz Zrównoważonego Oleju Palmowego** , której celem jest eliminacja z polskiego rynku oleju palmowego z produkcji niezrównoważonej.

### Soja

Zgodnie z podjętymi zobowiązaniami, do końca 2023 roku planowaliśmy o połowę ograniczyć wykorzystanie soi pochodzącej z nieznanymi źródłami w produktach marek własnych, tak aby jej udział nie przekraczał 20% wszystkich źródeł. Udało nam się



osiągnąć lepszy wynik niż zakładaliśmy, ograniczając w 2023 roku wykorzystanie soi pochodzącej z nieznanymi źródłami do jedynie 6%. Jednocześnie, nie udało nam się zrealizować celu dotyczącego ograniczenia do 20% wykorzystania soi pochodzącej z krajów zagrożonych wylesianiem lub zapewnienia jej certyfikacji RTRS lub ProTerra – obecnie wciąż 73% soi pochodzi z tych krajów.

W 2023 roku w naszych markach własnych i produktach świeżych wykorzystaliśmy bezpośrednio 2 551 ton, a pośrednio (np. w paszy dla zwierząt) 351 285 ton soi.

### Wołowina

99% wołowiny obecnej w naszych markach własnych pochodzi z Polski, a pozostałe 1% – z Unii Europejskiej.

# Dobrostan zwierząt

W 2022 roku wdrożyliśmy standard Animal Welfare, opracowany przez Grupę Jerónimo Martins. Zobowiązuje on dostawców produktów oferowanych pod marką własną oraz produktów świeżych do zapewnienia zwierzętom odpowiednich warunków życia, w obszarze m.in. stałego dostępu do świeżej wody i paszy, zapewnienia odpowiedniego miejsca wypoczynku i schronienia, profilaktyki zdrowotnej i szybkiego leczenia, odpowiedniej opieki i eliminacji czynników stresogennych, zapewnienia odpowiedniej przestrzeni oraz towarzystwa tego samego gatunku. Więcej na ten temat można przeczytać w [Raportcie Zrównoważonego Rozwoju sieci Biedronka za 2022 rok](#). ▶

Wprowadziliśmy także oddzielny standard Animal Welfare dla ryb, o którym więcej można przeczytać w podrozdziale [Zrównoważone rybołówstwo](#) ▶



## DOBRE PRAKTYKI

### Audyty ferm drobiu

W 2023 roku postanowiliśmy skontrolować wszystkie farmy drobiu, z których pochodzą jaja oferowane w naszej sieci. Była to nasza własna inicjatywa, dzięki której chcieliśmy pogłębić naszą wiedzę na temat łańcucha dostaw i lepiej poznać warunki, w jakich hodowane są zwierzęta. Na koniec 2023 roku osiągnęliśmy pułap 70% zaudytowanych ferm, pozostałe 30% planując na kolejny rok. Po ich przeprowadzeniu będziemy mogli w pełni ocenić nasz łańcuch dostaw w tej kategorii.

## Zrównoważone rybołówstwo

Nasze polityki zrównoważonego pozyskiwania surowców dotyczą również produktów rybnych. Co roku przeprowadzamy przegląd naszej „Strategii zrównoważonego rybołówstwa” ▶. Dbamy o to, by nasza działalność nie przyczyniała się do nadmiernej eksploatacji, zubożenia środowiska czy wyginięcia gatunków ryb. Co roku oceniamy liczebność sprzedawanych przez nas gatunków ryb i owoców morza. Analiza wyników pozwala nam dostosowywać zamówienia tak, aby nie oferować gatunków, które są pod presją połowową.

Nasze produkty świeże oceniamy zgodnie z wytycznymi organizacji IUCN (Lista Gatunków Zagrożonych International Union for Conservation of Nature), uznaną klasyfikacją oceniającą ryzyko wyginięcia gatunków roślin i zwierząt. W 2023 roku w Biedronce oferowaliśmy 30 gatunków ryb – w ten sposób kontynuowaliśmy dywersyfikację naszego asortymentu, aby zmniejszać presję na najczęściej spożywane gatunki ryb.

Nie prowadzimy sprzedaży żywych karp. Ryby te sprzedajemy wyłącznie w platach i filetach przechowywanych w lodówkach.

Jesteśmy pierwszą siecią w Polsce, która wprowadziła certyfikat MSC (Marine Stewardship Council) w produktach marki własnej, w kategorii produktów świeżych w opakowaniach MAP (pakowane w atmosferze ochronnej). Oznakowanie MSC certyfikuje ryby i owoce morza spełniające standardy i wymagania w zakresie zrównoważonych połowów. Pod koniec 2023 roku nasza oferta obejmowała 11 produktów z certyfikatem MSC.





## STANDARDY BIEDRONKI

### Dobrostan dla ryb

W 2023 roku rozszerzyliśmy standard Animal Welfare o ryby – wprowadziliśmy dodatkowe kryteria i procedury, aby zapewnić rybom hodowlanym lepsze warunki życia i opieki. Audyty w ramach tego projektu rozpoczęły się pod koniec 2023 roku. Bazują one na standardach uwzględniających zarówno obowiązujące przepisy dotyczące dobrostanu, jak i specjalistyczną wiedzę oraz doświadczenie w pracy z rybami.



## Świeży drób

W 2023 roku nadal sprzedawaliśmy kurczaki z wolnego wybiegu wyhodowanego lokalnie (Kraina Mięś Nature – Kurczak z Wolnego Wybiegu). Minimalny wiek uboju wynosił 70 dni (wyższy niż minimalny wiek przewidziany przepisami UE wynoszący 56 dni), a dostęp do otwartej przestrzeni zapewniany był przy gęstości poniżej 27,5 kg/m<sup>2</sup>, co daje niemal dwukrotnie więcej miejsca niż w przypadku kurcząt hodowanych konwencjonalnie.

W naszej sprzedaży pojawił się również kurczak z chowu bez antybiotyków (Kraina Mięś Select - Kurczak Farmerski). Przyjęte przez nas standardy hodowli drobiu zakładają żywienie wyłącznie paszą roślinną oraz zapobieganie chorobom zamiast podawania kurczętom antybiotyków.

## Jaja

# 100%

jaj sprzedawanych jako osobny produkt oraz wykorzystywanych w produktach naszych marek własnych pochodzi z hodowli ekologicznej, ściółkowej lub z wolnego wybiegu.

# Zobowiązania zrównoważonego rozwoju Biedronki na lata 2024-2026

- Zagwarantowanie, żeby co najmniej 90% zakupów produktów spożywczych Biedronki pochodziło od lokalnych dostawców.
- Zwiększenie sprzedaży marek własnych i/lub produktów świeżych oraz opakowań z certyfikatem zrównoważonego rozwoju do co najmniej 18% całkowitej sprzedaży tych kategorii produktów do 2026 roku.
- Przeprowadzenie audytów środowiskowych u co najmniej 20% wybranych dostawców marki własnej i produktów świeżych, w oparciu o ocenę ryzyka i przy wolumenie zakupów przekraczającym milion euro, w latach 2024-2026.
- Kontrybuowanie w realizacji zobowiązań Forest Positive Coalition of Action działającej w ramach Consumer Goods Forum w zakresie produktów spożywczych marki własnej i produktów świeżych, a także realizacja następujących celów dla każdego z rozpatrywanych towarów:
  - Do 2025 r. zagwarantowanie, że olej palmowy, soja, papier i drewno oraz wołowina w marce własnej i produktach świeżych nie będą przyczyniać się do wylesiania i przekształcania (DCF).
  - Olej palmowy: dalsze zapewnianie, że 100% oleju palmowego posiada certyfikat RSPO i stopniowe rozszerzanie tego zobowiązania na pochodne oleju palmowego.
  - Soja: do 2025 r. zapewnienie, że 100% bezpośredniej i pośredniej soi jest identyfikowalne co najmniej do kraju pochodzenia i że w każdym przypadku, gdy pochodzi z miejsca, w którym ryzyko nie jest znikome, soja jest identyfikowalna z gminą pochodzenia i/lub posiada certyfikat zrównoważonego rozwoju (np. RTRS lub ProTerra).
  - Wołowina: upewnienie się, że 100% wołowiny w naszej marce własnej i produktach świeżych jest identyfikowalne co najmniej do kraju pochodzenia, a identyfikowalność do gospodarstwa pochodzenia jest gwarantowana dla całej wołowiny pochodzącej z krajów o ryzyku, które nie jest znikome.
- Papier i drewno: współpraca z dostawcami marek własnych i produktów świeżych w celu uzyskania zrównoważonej certyfikacji (np. FSC® lub PEFC) dla 95% włókien pierwotnych wykorzystywanych w produktach i 80% włókien pierwotnych wykorzystywanych w naszych opakowaniach do 2026 r.
- Przeanalizowanie stanu zrównoważenia zasobów rybnych w odniesieniu do co najmniej 80% sprzedaży ryb (w kg) z marek własnych i produktów świeżych oraz publiczne ujawnienie postępów w tym zakresie.
- Zapewnienie, że 100% dziko złowionego tuńczyka w naszej marce własnej i produktach świeżych jest identyfikowalne do poziomu statku połowu.
- Zapewnienie, by 100% jaj wykorzystywanych jako składnik naszych produktów marki własnej pochodziło od kur z chowu bezklatkowego.
- Zapewnienie, aby do 2026 r. kryteria dobrostanu zwierząt zostały dołączone do zakresu audytów przeprowadzanych u dostawców produktów świeżych, którzy wytwarzają produkty zawierające co najmniej 80% białka zwierzęcego, oraz publiczne ujawnienie wyników.
- Przeprowadzenie kontroli 100% ferm jaj, z których pochodzą jaja świeże marki własnej Biedronki, do końca 2024 r.
- Począwszy od 2024 r., przeprowadzanie audytów 100% świeżych ryb z akwakultury zgodnie ze standardem „Fish Welfare”.
- Zapewnienie wydłużonej gwarancji z 2 do 3 lat dla wszystkich produktów elektrycznych oraz innych produktów z grupy non-food, dla których ma to zastosowanie.