

5

Poszanowanie środowiska naturalnego

- 01 Zmniejszamy nasz wpływ środowiskowy
- 02 Przeciwdziałanie zmianom klimatu
- 03 Woda
- 04 Zachowanie bioróżnorodności
- 05 Zarządzanie materiałami i opakowaniami
- 06 Gospodarowanie odpadami
- 07 Edukacja i partnerstwa na rzecz ochrony środowiska
- 08 Zobowiązania zrównoważonego rozwoju Biedronki na lata 2024-2026



Trzy kwestie środowiskowe, tj. zmiany klimatyczne, projektowanie opakowań w celu wykorzystywania zasobów w sposób zrównoważony oraz marnowanie żywności, znalazły się wśród kluczowych tematów zidentyfikowanych w badaniu istotności przeprowadzonym przez nas w 2023 roku. Więcej o badaniu istotności Biedronki w rozdziale **O Raporcie** ▶

3 DOBRE ZDROWIE I JAKOŚĆ ŻYCIA



6 CZYSTA WODA I WARUNKI SANITARNE



7 CZYSTA I DOSTĘPNA ENERGIA



9 INNOWACYJNOŚĆ, PRZEMYSŁ I INFRASTRUKTURA



11 ZRÓWNOWAŻONE MIASTA I SPOŁECZNOŚCI



12 ODPOWIEDZIALNA KONSUMPCJA I PRODUKCJA



13 DZIAŁANIA W DZIEDZINIE KLIMATU



14 ŻYCIE POD WODĄ



15 ŻYCIE NA LĄDZIE



17 PARTNERSTWA NA RZECZ CELOW





Agnieszka Koc,
Dyrektorka Działu Ochrony Środowiska
i Zrównoważonego Rozwoju

Eksperci uczestniczący w naszej konferencji „Energia Życia” zgodnie uznali, że zielona transformacja to olbrzymia szansa dla firm. Aby ją jednak wykorzystać, potrzebne są odpowiednie strategie i konsekwentne działanie. W Biedronce, w ramach strategii zrównoważonego rozwoju, w każdym z czterech priorytetów obszaru ochrony środowiska: opakowania i materiały, zmiany klimatu, bioróżnorodność oraz zarządzanie odpadami, przyjmujemy trzyletnie zobowiązania. Otwarcie o nich mówimy, monitorujemy i co roku komunikujemy postępy w ich realizacji. W tym roku opublikowaliśmy nasze zobowiązania na lata 2024-2026, w tym ambitne cele dotyczące zmniejszenia emisji CO₂, zużycia energii, wody i tworzyw sztucznych.

Aby je wypełnić, inwestujemy w edukację, podnosimy świadomość pracowników, współpracujemy z rynkiem i partnerami. Wspólnie z nimi wdrażamy nowe technologie i rozwiązania, które przyspieszają naszą transformację i budujemy bardziej przyjazne otoczenie dla nas wszystkich. Wierzymy, że zintegrowane podejście i współpraca na każdym poziomie pozwolą nam osiągnąć nasze ambitne cele i zadbać o zrównoważoną przyszłość.

Kluczowe liczby w 2023 roku:

Ograniczyliśmy całkowite zużycie energii o

0,9%

pomimo naszego wzrostu działalności
(203 nowe sklepy Biedronka w 2023 r.)

Całkowite zużycie energii ze źródeł odnawialnych wzrosło ponad

6 razy

w porównaniu z poprzednim rokiem

Zwiększyliśmy liczbę sklepów z panelami fotowoltaicznymi sześciokrotnie, dzięki czemu wprowadziliśmy o

13 050 ton CO₂e

mniej do atmosfery

Przeprojektowanie opakowań pozwoliło nam zredukować wykorzystanie tworzyw sztucznych o

829 ton

(pomimo ogólnego zwiększenia ilości wykorzystania tego surowca)


91,5%






odpadów wytworzonych przez Biedronkę zostało przekazanych do odzysku

47%

wyniósł udział materiałów pochodzących z recyklingu w opakowaniach produktów marki własnej i opakowaniach sklepowych

Zobowiązania zrównoważonego rozwoju Biedronki na lata 2021-2023

Zobowiązanie	Postęp w realizacji w 2023 roku	Etap realizacji	Strona w raporcie
1. Utrzymanie liczby lokalizacji z certyfikacją środowiskową (16 centrów dystrybucyjnych oraz fabryka zup) oraz zapewnienie certyfikacji środowiskowej dla nowych lokalizacji (centra dystrybucyjne i jednostki przemysłowe) otwieranych w latach 2021-2023.	17 centrów dystrybucji i fabryka zup z certyfikacją ISO 14001 (razem 18 lokalizacji).	100% 	Str. 66
2. Ograniczenie śladu węglowego (zakres 1 i 2) o co najmniej 30% w latach 2021-2023 (na 1000 euro sprzedaży) w porównaniu z rokiem 2017.	Ograniczenie śladu węglowego (zakres 1 i 2) o 57% w porównaniu z rokiem 2017.	100% 	Str. 71
3. Ograniczenie zużycia energii o 12% w latach 2021-2023 (na 1000 euro sprzedaży) w porównaniu z rokiem 2017.	Ograniczenie zużycia energii o 48% (na 1000 euro sprzedaży) w porównaniu z rokiem 2017.	100% 	Str. 75
4. Ograniczenie zużycia wody o 10% w latach 2021-2023 (na 1000 euro sprzedaży) w porównaniu z rokiem 2017.	Ograniczenie zużycia wody o 39% (na 1000 euro sprzedaży) w porównaniu z rokiem 2017.	100% 	Str. 77
5. Ograniczenie marnowania żywności do 16,1 kg na każdą tonę sprzedanej żywności w latach 2021-2023.	Współczynnik marnowania żywności 19,6 kg na każdą tonę sprzedanej żywności.	Częściowo zrealizowane	Str. 86
6. Zapewnienie, żeby co najmniej 13% opakowań produktów marki własnej było zaprojektowanych zgodnie z zasadami ekoprojektowania w okresie 2021-2023 w odniesieniu do liczby opakowań z asortymentu z 2020 roku.	65% opakowań produktów marki własnej zaprojektowanych zgodnie z zasadami ekoprojektowania w odniesieniu do liczby opakowań z asortymentu z roku 2020.	100% 	Str. 79

Zobowiązanie	Postęp w realizacji w 2023 roku	Etap realizacji	Strona w raporcie
7. Zapewnienie rocznego poziomu odzysku odpadów na poziomie co najmniej 91% ilości wytworzonych odpadów.	91,5% odzyskanych odpadów.	100% 	Str. 84
8. Wspieranie co najmniej jednego projektu ochrony przyrody i coroczne prezentowanie jego rezultatów.	Wsparcie dla 3 projektów ochrony przyrody.	100% 	Str. 78
9. Zmniejszenie o 7% w okresie 2021-2023 zużycia plastiku mierzonego w tonach opakowań plastikowych na 1 mln euro obrotu w porównaniu z 2018 rokiem.	Zmniejszenie o 44% zużycia plastiku mierzonego w tonach opakowań plastikowych na 1 mln euro obrotu w porównaniu z 2018 rokiem.	100% 	Str. 80-82
10. Zwiększenie do roku 2023 zawartości plastiku pochodzącego z recyklingu do 10% w stosowanych przez nas opakowaniach z tworzyw sztucznych.	11,9% zawartości plastiku pochodzącego z recyklingu w opakowaniach z tworzyw sztucznych.	100% 	Str. 80-82
11. Zmniejszenie emisji dwutlenku węgla wynikającej z transportu towarów do sklepów o 5% (w tonach CO ₂ e na 1000 przewiezionych palet), w okresie 2021-2023, w stosunku do 2020 roku.	Zmniejszenie emisji dwutlenku węgla wynikającej z transportu towarów o 6,5%, w stosunku do 2020 roku.	100% 	Str. 76

Zmniejszamy nasz wpływ środowiskowy

Jesteśmy świadomi wpływu, jaki nasza działalność wywiera na środowisko, dlatego podejmujemy konkretne kroki, aby go ograniczyć. Wdrażamy działania mające na celu przeciwdziałanie zmianom klimatu poprzez redukcję emisji gazów cieplarnianych i optymalizację zużycia energii. Inwestujemy w najnowsze technologie energooszczędnych systemów chłodzenia i oświetlenia, a także w odnawialne źródła energii. Wierzymy, że działania te nie tylko przyczyniają się do zmniejszenia wpływu na środowisko, ale także inspirują naszych pracowników, klientów i partnerów do podejmowania odpowiedzialnych decyzji w tym obszarze. W tym celu także zapraszamy do dialogu i dzielimy się z nimi wiedzą, tak jak podczas konferencji „Energia życia”, poświęconej tematyce zrównoważonego rozwoju. Panel „Energia a środowisko – jak wydobyć pozytywną energię na każdym etapie łańcucha wartości” skupił się na energii odnawialnej, dekarbonizacji i podejściu do procesu zielonej transformacji w kontekście wyzwań, ale też szans dla polskiej gospodarki.

Ochrona środowiska to jeden z filarów strategii zrównoważonego rozwoju Grupy. Działamy w oparciu o **Strategię ochrony środowiska**, zgodnie z którą:

Traktujemy kwestie **ochrony środowiska** jako jedno z kryteriów biznesowych we wszystkich operacjach i procesach decyzyjnych związanych z zarządzaniem.

Chcemy **być liderem** na rynku w zakresie ochrony środowiska.

Promujemy działania środowiskowe w całym łańcuchu wartości – od produktu do konsumenta.

Przestrzegamy obowiązujących przepisów oraz dążymy do redukcji emisji zanieczyszczeń i minimalizowania wpływu na środowisko.

Dlatego priorytetami w tym obszarze są dla nas:



walka ze zmianami klimatu – poprzez ograniczenie zużycia energii i emisji gazów cieplarnianych, inwestowanie w odnawialne źródła energii i promowanie odpowiedzialnych postaw,



zachowanie bioróżnorodności – na poziomie lokalnym, krajowym i globalnym,



gospodarowanie odpadami – prowadzenie odpowiedzialnej gospodarki odpadami, w zgodzie z zasadami gospodarki cyrkularnej,



materiały i opakowania – dążenie do optymalizacji wykorzystania zasobów i domykanie obiegu materiałów, podnoszenie świadomości wśród interesariuszy – pracowników, klientów i dostawców.

Chcemy osiągnąć zrównoważoną produkcję, dystrybucję i konsumpcję, a wzrost gospodarczy łączyć z ochroną środowiska. Propagujemy efektywność ekologiczną oraz eko innowacje w całym łańcuchu dostaw, a nasze działania reguluje przyjęta **Polityka środowiskowa**. ▶

Od 2015 roku posiadamy certyfikat systemu zarządzania środowiskiem zgodny z międzynarodową normą **ISO 14001:2015**, zapewniając go w naszych obecnych i przyszłych lokalizacjach (centrach dystrybucyjnych i innych przemysłowych podmiotach, np. w fabryce zup).

Od 2021 roku w Biedronce działa **Komitet Ochrony Środowiska (KOŚ)**, który kształtuje odpowiednią kulturę organizacyjną oraz wspiera wdrażanie strategii ochrony środowiska. Członkowie Komitetu aktywnie wspierają inicjatywy, np. jako wolontariusze podczas sprzątanía terenów cennych przyrodniczo w projektach Czyste Tatry czy Czysty Bałtyk. W 2023 roku KOŚ to:

- 33 ambasadorów, reprezentujących 23 różne obszary biznesowe firmy,
- 8 regularnych spotkań poświęconych: edukacji, zarządzaniu, innowacji i komunikacji,
- szkolenia i warsztaty, np. „ESG w Praktyce”.

Regularnie przeprowadzamy wśród wszystkich pracowników **ankietę dotyczącą ochrony środowiska**. Jej tegoroczne wyniki wykazały, że niemal 90% ankietowanych jest świadomych wpływu swoich codziennych obowiązków na środowisko, a 88% wskazało, że każdy jest za nie odpowiedzialny. Ponad 60% respondentów oceniło pozytywnie nasze działania środowiskowe, zwłaszcza w kontekście gospodarowania odpadami, co uznano za najbardziej interesujący obszar strategii środowiskowej firmy.




STANDARDY BIEDRONKI

Już czwarty rok z rzędu Grupa Jerónimo Martins uzyskała od **CDP (Disclosure Insight Action)** maksymalną liczbę punktów (A) za wyniki i przejrzystość sprawozdawczości dotyczącej walki ze zmianami klimatu, a także za zarządzanie wodą jako zasobem krytycznym i przeciwdziałanie wylesianiu. Nasza sieć ma istotny udział w uzyskanym wyniku Grupy, co wynika z konsekwentnie realizowanej strategii i skutecznych działań w obszarze ochrony środowiska.

Przeciwdziałanie zmianom klimatu


3-3

W 2023 roku Grupa opublikowała **Climate Transition Plan¹²** , czyli **plan transformacji klimatycznej**, który obejmuje środki, inicjatywy i inwestycje wymagane do zapewnienia zgodności oraz ograniczenia wzrostu średniej globalnej temperatury do 1,5°C powyżej poziomu sprzed epoki przemysłowej oraz zachowanie i przywrócenie różnorodności biologicznej.

Plan określa strategię i ambicje Grupy dotyczące redukcji emisji dwutlenku węgla w łańcuchu wartości¹³. Aby osiągnąć cele redukcyjne, współpracujemy z dostawcami, zwłaszcza produktów świeżych i produktów oferowanych pod marką własną, propagujemy gospodarkę o obiegu zamkniętym, zrównoważone praktyki rolne i ustanawiamy strategię do walki z wylesianiem w naszym łańcuchu wartości.

W 2021 roku dołączyliśmy do inicjatywy **Science Based Targets (SBTi)**, a w 2023 roku zgłosiliśmy do weryfikacji cele redukcji emisji oparte na naukowych podstawach. Zgodnie z metodologią i kryteriami SBTi, rok 2021 został wybrany jako rok bazowy, ze względu na najbardziej kompletne dane dotyczące emisji w zakresie 1, 2 i 3.

Wyznaczone cele zostały zwalidowane przez SBTi w 2024 roku. Grupa Jerónimo Martins jest jednym z pierwszych sprzedawców detalicznych żywności na świecie, który uzyskał tę walidację.

¹² W kwietniu 2024 roku Plan został zaktualizowany, aby osiągnąć cele krótkoterminowe – zmieniono ich rok realizacji z 2031 na 2033; <https://www.jeronimomartins.com/wp-content/uploads/01-DOCUMENTS/Responsibility/Environment/EN/jm-climate-transition-plan-20240401.pdf> 

¹³ Łańcuch wartości rozumiemy jako ogół procesów biznesowych, które przekształcają surowce i materiały w produkty lub usługi o wartości wyższej niż koszty pierwotnych składników. Obejmuje on wszystkie etapy produkcji i użytkowania: od pozyskania surowców poprzez procesy przetwarzania, dystrybucję, aż do dostarczenia finalnego produktu lub usługi do klienta końcowego, użytkownika i wycofania z użytkowania.

Cele Grupy w kierunku neutralności emisyjnej:


Krótkoterminowe:

55%



Do 2033 roku redukcja bezwzględnej emisji w zakresach 1 i 2 (energia i przemysł) o **55%** w porównaniu z rokiem bazowym 2021.

60%



Zapewnienie, aby do 2030 roku **60%** zużywanej energii pochodziło z odnawialnych źródeł.

33%



Do 2033 roku redukcja bezwzględnych emisji w zakresie 3 (energia i przemysł) o **33%** w porównaniu z rokiem 2021.

39%



Do 2033 roku redukcja bezwzględnych emisji w zakresach 1 i 3 (leśnictwo, grunty, rolnictwo – FLAG) o **39%** w porównaniu z rokiem 2021.

100%

Do 2025 roku wyeliminowanie ryzyka wylesiania w łańcuchu głównych składników naszych produktów.


Długoterminowe:

90%



Do 2045 roku redukcja bezwzględnych emisji w zakresie 1 i 2 (energia/przemysł) o **90%** w porównaniu z rokiem 2021.

90%



Do 2050 roku redukcja bezwzględnych emisji w zakresie 3 (energia/przemysł) o **90%** w porównaniu z rokiem 2021.

72%



Do 2050 roku redukcja emisji w zakresach 1 i 3 (leśnictwo, grunty, rolnictwo – FLAG) o **72%** w porównaniu z rokiem 2021.

100%

Do 2050 roku zneutralizowanie pozostałych emisji gazów cieplarnianych poprzez projekty spełniające rygorystyczne kryteria kwalifikowalności, zgodnie z najlepszymi praktykami międzynarodowymi.

Ryzyka klimatyczne

Aby dokładniej identyfikować ryzyka i szanse związane z klimatem w naszym łańcuchu wartości, lepiej je oceniać i nimi zarządzać, od 2020 roku wdrażamy rekomendacje TCFD (Grupy Zadaniowej ds. Ujawnień Finansowych związanych z klimatem)¹⁴. W 2023 roku ocena ryzyka klimatycznego miała na celu głównie:

- identyfikację i ocenę środków łagodzenia i adaptacji wdrożonych przez dostawców produktów oferowanych pod marką własną, np. wołowiny, kawy, owoców i warzyw oraz innych składników;
- identyfikację ryzyk i szans klimatycznych dla produktów świeżych, zwłaszcza owoców, warzyw i mięsa;
- ocenę wpływu niedoborów wody na produkty marek własnych i produkty świeże oraz identyfikację dobrych praktyk zarządzania wodą w naszych operacjach i łańcuchu dostaw;
- ocenę ryzyka podnoszenia się poziomów mórz dla portów morskich, z których usług korzystamy, oraz planów działań klimatycznych opracowanych przez kraje, w których porty morskie są zagrożone tym zjawiskiem;
- identyfikację narzędzi do oceny narażenia sklepów i centrów dystrybucji na ryzyko zalania wybrzeży i obszarów śródlądowych w różnych horyzontach czasowych.

Chociaż większość naszych dostawców jeszcze nie przeprowadziła oceny ryzyka klimatycznego zgodnie z wytycznymi TCFD, wielu z nich planuje wprowadzenie środków adaptacyjnych, takich jak: zwiększenie pojemności magazynowej produkcji, inwestowanie w bardziej odporne produkty lub przeniesienie produkcji z regionów dotkniętych zmianami klimatycznymi w inne miejsca.

W 2023 roku poprosiliśmy kilkunastu dostawców produktów, takich jak kawa, mięso, warzywa, owoce i pszenica, aby podzielili się informacjami na temat wdrożonych i planowanych środków adaptacyjnych. Nasi dostawcy inwestowali w instalacje do produkowania energii odnawialnej na potrzeby własne, związane z przetwarzaniem (np. palenie ziaren kawy lub rafinacja cukru) i produkcją surowców. Zwiększali przy tym wykorzystanie paliw niskoemisyjnych w maszynach rolniczych oraz odzyskiwali odpady do produkcji tych paliw.

¹⁴ TCFD to inicjatywa promowana przez sektor finansowy, która pomaga firmom w ilościowym określeniu i ujawnianiu ryzyk i możliwości finansowych związanych z klimatem oraz odpowiadających im planów działania.

Ryzyko klimatyczne w odniesieniu do grup produktowych oraz zidentyfikowane i wdrożone w 2023 roku środki adaptacyjne:

Grupa produktowa	Etap łańcucha dostaw	Ryzyko klimatyczne	Przykład wdrożonego środka adaptacyjnego
 Banan	Produkcja	<ul style="list-style-type: none"> Niedobory wody Zmiany opadów Ekstremalne temperatury 	<ul style="list-style-type: none"> Instalacja systemów zamkniętego obiegu wody na plantacjach Wdrożenie praktyk higienicznych w zakresie (np. przyjęcie wytycznych standardu bezpieczeństwa biologicznego TR4)
	Logistyka	<ul style="list-style-type: none"> Transformacja energetyczna 	<ul style="list-style-type: none"> Optymalizacja ładunków transportowych w celu uniknięcia niepełnych załadunków
 Pomidory	Produkcja	<ul style="list-style-type: none"> Niedobory wody Występowanie okresów bardzo niskich temperatur Transformacja energetyczna 	<ul style="list-style-type: none"> Prowadzenie uprawy w ogrzewanych szklarniach w celu zapewnienia całorocznej produkcji z wykorzystaniem zapylaczy oraz naturalnych drapieżników Produkcja zlokalizowana w pobliżu elektrowni ciepłych w celu wykorzystania ich ciepła odpadowego w szklarniach Inwestycje w oświetlenie LED i panele fotowoltaiczne
 Kawa	Produkcja	<ul style="list-style-type: none"> Zmiany w opadach 	<ul style="list-style-type: none"> Dywersyfikacja źródeł pochodzenia kawy (zmiana lokalizacji plantacji)
	Przetwarzanie	<ul style="list-style-type: none"> Transformacja energetyczna 	<ul style="list-style-type: none"> Przejsięcie na piece na biomasę (z wykorzystaniem resztek poprodukcyjnych)
 Ziemniaki	Produkcja	<ul style="list-style-type: none"> Niedobory wody Transformacja energetyczna 	<ul style="list-style-type: none"> Dywersyfikacja źródeł pochodzenia ziemniaków, co wpływa na czas zbiorów Korzystanie z wód gruntowych oraz wydajnych systemów do nawadniania i wdrożenie systemów zamkniętego obiegu wody Ochrona upraw przed przymrozkami za pomocą stosowania okrycia Zwiększona pojemność magazynowa w okresach ekstremalnego chłodu Inwestycje w oświetlenie LED i panele fotowoltaiczne
 Wieprzowina	Produkcja	<ul style="list-style-type: none"> Wysokie temperatury Transformacja energetyczna 	<ul style="list-style-type: none"> Prowadzenie hodowli w pomieszczeniach Bardziej odporna rasa, odzyskiwanie ciepła oraz instalacja paneli fotowoltaicznych Zastąpienie konwencjonalnych źródeł energii źródłami niskoemisyjnym (biogaz)

Zmiany klimatu niosą ze sobą nie tylko ryzyka, ale też potencjalne szanse. Wynikają one głównie ze wzrostu temperatury, a co za tym idzie – wydłużenia okresu wegetacyjnego roślin i dłuższego okresu zbiorów owoców.

Wybrane szanse dla naszej działalności:

Grupa produktowa	Etap łańcucha dostaw	Szansa biznesowa
Różne (owoce, cukier, mięso)	Produkcja	Produkcja odmian odpornych na klimat.
Różne (mięso, owoce, warzywa)	Produkcja	Produkcja roślinna w szklarniach i produkcja zwierzęca w zadaszonych pomieszczeniach w okresach mniej korzystnych warunków pogodowych.
Kawa	Produkcja	Dywersyfikacja źródeł, włączając regiony o wyższej produktywności, mając na uwadze wpływ zmian klimatycznych, tak aby zachowane zostały smak i aromat produktów.

Na poziomie Grupy **zarządzanie ryzykiem klimatycznym monitoruje Rada Dyrektorów**. Dzięki temu kwestie związane z klimatem są zintegrowane z naszą strategią korporacyjną, w szczególności ze strategią zrównoważonego rozwoju, zarówno w naszej własnej działalności, jak i w łańcuchu dostaw.

Ślad węglowy

Ślad węglowy, czyli całkowita ilość gazów cieplarnianych emitowanych bezpośrednio lub pośrednio w wyniku danej działalności, jest jednym z kluczowych wskaźników oceny jej wpływu na klimat. Zgodnie z Protokołem GHG emisje gazów cieplarnianych dzielą się na trzy zakresy. **Zakres 1** obejmuje emisje kontrolowane przez Biedronkę, czyli np. emisje gazów cieplarnianych wynikające ze zużycia paliw wykorzystywanych przez flotę samochodową (olej napędowy, benzyna) oraz gazy chłodnicze z chłodzi w naszych sklepach i w agregatach zamontowanych w naczepach. **Zakres 2** odnosi się do pośrednich emisji gazów cieplarnianych, które pochodzą przede wszystkim z zakupionej energii elektrycznej, ciepła i chłodu. Emisje zakresu 1 i 2 stanowią 5% emisji, reszta to zakres 3.

Zakres 3 to emisje gazów cieplarnianych, które nie są bezpośrednio związane z naszą działalnością i powstają w wyniku działań stron trzecich, takich jak dostawcy, konsumenci oraz pracownicy. Zakres obejmuje m.in. produkcję zakupionych materiałów, produktów i usług, zagospodarowanie odpadów, transport produktów do sklepów, podróże służbowe pracowników firmy czy korzystanie z produktów przez użytkowników końcowych. Jest najtrudniejszy do kontrolowania i zarządzania, ale istotny dla całkowitej oceny śladu węglowego firmy.

Mając na uwadze zalecenia **GHG Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard**, usprawniliśmy sposób obliczania emisji związanych ze zużyciem energii elektrycznej. Skorzystaliśmy z określonych współczynników emisji oraz miksów energetycznego, który udostępniają i corocznie aktualizują dostawcy energii elektrycznej w Polsce. Na podstawie informacji udostępnionych przez podmioty sektora energetycznego w Polsce za poprzednie lata, przeliczyliśmy także nasze emisje pośrednie zakresu 2 dla lat 2021 i 2022.

W 2023 roku kontynuowaliśmy projekt opracowania narzędzia do obliczania śladu węglowego dla produktów marki własnej i produktów świeżych. Dane gromadziliśmy zgodnie ze standardem The GHG Protocol Product Life Cycle Accounting and Reporting Standard. Opracowaliśmy kalkulatory dla pięciu głównych kategorii produktów – papieru, wkładek i chusteczek, mięsa świeżego, towarów podstawowych,

nabiału i tłuszczów oraz owoców i warzyw – obejmujące emisje gazów cieplarnianych z produkcji surowców i ich transportu, produkcji gotowych wyrobów, zagospodarowania odpadów oraz transportu produktów do magazynów. Ponadto przeprowadziliśmy szkolenia dla dostawców, w których wzięło udział łącznie 320 osób. Kalkulatory były testowane zarówno wewnątrz, jak i przez wybranych dostawców, a prace nad kalkulatorami dla kolejnych kategorii trwają.

Spośród trzech zakresów emisji, spadek w 2023 roku dotyczył emisji bezpośrednich, które ograniczyliśmy o 5,1%. Największa redukcja odnosi się do emisji związanych z wyciekiem substancji chłodniczych, dzięki wdrożeniu nowych technologii w tym zakresie. W przypadku emisji pośrednich odnotowaliśmy największy wzrost w zakresie 3, wynikający z zakupu produktów i usług, co było związane z rozszerzeniem asortymentu oraz działalnością Biedronki.

305-1**Bezpośrednie emisje gazów cieplarnianych (zakres 1) [t CO₂e]**

Emisje bezpośrednie	[t CO ₂ e] ¹		[%]
	2022	2023	Δ 2023/2022
Emisje związane ze zużyciem paliw ^{2,3} (wraz ze sklepami agencyjnymi)	32 643	32 392	+0,8%
Zużycie CO ₂ w systemach chłodniczych stosowanych w sklepach i centrach dystrybucyjnych	25 316	28 623	+13,1%
Emisje związane z wyciekiem gazów chłodniczych	55 058	45 196	-17,9%
Emisje związane ze zużyciem paliw w osobowych samochodach służbowych	10 422 ⁴	10 956	+5,1%
Emisje bezpośrednie razem	123 439⁴	117 167	-5,1%

¹ Wartości podano w zaokrągleniu

² W tym gaz, olej napędowy i inne paliwa

³ Emisje szacowane według metodologii opracowanej i stosowanej przez Grupę JM

⁴ Zwiększenie ilości w 2022 roku wynika z korekty i uzupełnienia danych

305-2**Pośrednie emisje gazów cieplarnianych (zakres 2) [t CO₂e]**

Emisje pośrednie	[t CO ₂ e] ¹		[%]
	2022	2023	Δ 2023/2022
Pośrednie emisje związane z wytwarzaniem energii elektrycznej (market-based) ²	571 213	616 093	+7,9%
Pośrednie emisje związane z wytwarzaniem energii elektrycznej (location-based) ³	604 061	617 848	+2,3%
Pośrednie emisje związane z wytwarzaniem ciepła	19 282	14 028	-27,2%
Emisje pośrednie razem	590 495⁴	630 122	6,7%

¹ Wartości podano w zaokrągleniu

² Zastosowano dane dotyczące struktury paliw i emisji GHG przedstawione przez lokalnych dostawców energii elektrycznej (ponad 88%); w przypadku braku danych od dostawcy lokalnego (sklepy franczyzowe i najmowane przez Biedronkę) stosowany jest średni wskaźnik dla Polski z organizacji Association of Issuing Bodies

³ Emisje nie wliczane do sumy, ponieważ są ujęte w emisjach market-based; zastosowano średni wskaźnik dla Polski z organizacji Międzynarodowej Agencji Energetycznej

⁴ Dane zweryfikowane na podstawie współczynników emisji oraz miks energetycznego udostępnianych przez dostawców energii elektrycznej



305-3

Inne pośrednie emisje gazów cieplarnianych (zakres 3) [t CO₂e]

Emisje pośrednie	[t CO ₂ e] ¹		[%]
	2022	2023	Δ 2023/2022
Zakupione produkty i usługi	17 268 036	19 735 015	+14,3%
Dobra kapitałowe	292 847 ²	325 616	+11,2%
Działania związane z paliwami i energią	219 297	206 052	-6,0%
Transport i dystrybucja (upstream)	175 318	168 719	-3,8%
Gospodarka odpadami	26 664	29 641	+11,2%
Podróże służbowe	985	1 182	+20,0%
Dojazdy pracowników do pracy	12 572	12 654	+0,7%
Upstream – aktywa w leasingu	-	-	-
Downstream – transport i dystrybucja	-	-	-
Przetwarzanie sprzedanych produktów	-	-	-
Wykorzystanie sprzedanego produktu	1 423 254	1 408 682	+1,0%
Postępowanie ze sprzedanymi produktami po zakończeniu ich eksploatacji	869 204	1 007 529	+15,9%
Downstream – wynajęte aktywa	-	-	-
Franczyzy	-	-	-
Inwestycje	-	-	-
Całkowity poziom emisji pośredniej (total)	20 288 177	22 895 090	+12,8%

¹ Wartości podano w zaokrągleniu

² Wartości skorygowane w celu lepszego dostosowania do metodologii protokołu gazów cieplarnianych

305-4

305-5

Intensywność emisji gazów cieplarnianych w 2023 roku wyniosła 0,035 tCO₂e w przeliczeniu na 1 000 euro sprzedaży. Oznacza to redukcję emisji w porównaniu z rokiem 2022 o 14,4%.

Remonty sklepów

Zmiany, które wprowadzamy podczas remontów sklepów, przyczyniają się do ograniczenia naszego wpływu na środowisko. Zakres prac remontowych jest szeroki i obejmuje wszelkie działania zmniejszające zużycie energii cieplnej oraz elektrycznej. Zarówno w remontowanych, jak i w nowo budowanych placówkach wprowadzamy szereg rozwiązań minimalizujących zużycie energii, m.in.:

- montujemy zamykane chłodziarki i zamrażarki;
- instalujemy lub wymieniamy oświetlenie na energooszczędne oświetlenie LED;
- montujemy nowe instalacje grzewcze (np. pompy ciepła) i wentylacyjne z odzyskiem ciepła;
- izolujemy dachy i ściany;
- wdrażamy system zarządzania budynkiem (tzw. system BMS), który umożliwia odpowiednią regulację oświetlenia, wentylacji, klimatyzacji i pozwala na dostosowanie czasu działania do dni i godzin otwarcia oraz rejestrowanie, analizę i kontrolę zużycia energii w naszych obiektach.

W 2023 roku zmodernizowaliśmy 375 sklepów, zmniejszając w nich w ten sposób łączne zużycie energii o 13% – zaoszczędzając 6 GWh energii.

Efektywność operacyjna sklepów

Aby udoskonalić efektywność sklepów, podjęliśmy szereg działań, które optymalizują procesy oraz zmniejszają zużycie zasobów, co przekłada się na redukcję kosztów i korzyści środowiskowe. W 2023 roku w czterech sklepach w Polsce przeprowadziliśmy testy wprowadzania elektronicznych etykiet cen, których wdrożenie przełożyło się na szybszą aktualizację cen, ograniczenie błędów, oszczędność czasu personelu

i zwiększenie satysfakcji klientów. W 2024 roku będziemy kontynuować testy w ponad tysiącu sklepów. Wprowadziliśmy także rozwiązania z zakresu sztucznej inteligencji w kasach samoobsługowych, mające na celu wspieranie klientów. Zapewnia to szybszą obsługę i tym samym poprawia wydajność sklepu dzięki redukcji kolejek. Ponadto, wymieniliśmy wózki paletowe i piece do wypieku pieczywa, co przyczynia się między innymi do optymalizacji organizacji pracy w naszych sklepach.

Zużycie energii

Nasza strategia energetyczna składa się z czterech filarów mających na celu ograniczenie zużycia energii:

- Zielony Miks Energetyczny – umowy PPA w zakresie energii ze słońca i wiatru;
- Zrównoważone chłodnictwo – przejście na gazy naturalne w systemach chłodniczych, remonty sklepów;
- Zielone źródła energii onsite – fotowoltaika na dachach sklepów i centrów dystrybucyjnych;
- Efektywność energetyczna.

Planujemy nadal obniżać zużycie energii pozyskiwanej ze źródeł konwencjonalnych – o 15% rocznie dla każdego sklepu – i chcemy to osiągnąć dzięki instalacjom paneli fotowoltaicznych.

Ponadto, dzięki podpisanej w grudniu 2023 roku **umowie z Europejskim Bankiem Inwestycyjnym** na zielony kredyt w wysokości 1,5 mld złotych będziemy mogli sfinansować rozwiązania techniczne poprawiające efektywność energetyczną sklepów, w tym właśnie panele fotowoltaiczne czy zamknięte systemy chłodnicze oparte na gazach naturalnych.

W wyniku współpracy z Grow Energy zwiększyliśmy około sześciokrotnie liczbę sklepów z panelami – z 118 do 728 na koniec 2023 roku. Wyprodukowały one 68 887 GJ energii i pozwoliły uniknąć emisji 13 050 ton ekwiwalentu dwutlenku węgla. Z kolei na dachu Centrum Dystrybucyjnego Stawiguda zainstalowaliśmy system fotowoltaiczny o mocy 700 kWp składający się z 1 728 paneli o zdolności wytwarzania mocy 405 W każdy.



PARTNERSKA WSPÓŁPRACA

Wspieranie elektromobilności

W 2023 roku rozpoczęliśmy współpracę z firmą Powerdot w zakresie systemu zwiększania dostępności do stacji ładowania samochodów elektrycznych. Każda stacja dysponuje mocą 120 kW, co oznacza możliwość szybkiego naładowania elektryka (z baterią o pojemności 50 kWh) w czasie ok. 20-30 minut, czyli mniej więcej tyle, ile wynosi czas zakupów w sklepie Biedronka.



Pod koniec roku mieliśmy 56 takich stacji w ponad 50 miejscowościach w Polsce, m.in. w Warszawie, Łodzi, Bydgoszczy, Lublinie, ale również w mniejszych miastach. Planowane jest postawienie ładowarek w około 600 lokalizacjach naszych sklepów.

Do 2023 roku projekt „Dobra Energia” zmniejszył zużycie energii elektrycznej w sklepach średnio

o 4%, co jest wynikiem lepszym niż zakładany plan oszczędności o 3%.



Program efektywności energetycznej „**Dobra energia – oszczędzanie mamy w planie**” objął swoim zasięgiem prawie 81 tys. pracowników Biedronki. Opracowaliśmy:



podręcznik dobrych praktyk oszczędzania energii w sklepach;



interaktywne szkolenia dla wszystkich pracowników sklepów (EduAkcja);



raporty z monitoringu zużycia energii elektrycznej;



specjalny chatbot ułatwiający codzienną pracę;



specjalny kod – energia, który uruchamiał natychmiastowe działania po stronie działu technicznego, w rezultacie czego rozwiązaliśmy 161 zgłoszeń ze sklepów.

Systemy chłodzenia i klimatyzacji mają ogromne znaczenie dla zapewnienia jakości, bezpieczeństwa i zachowania świeżości produktów spożywczych i odgrywają decydującą rolę w walce z marnowaniem żywności. Aby zmniejszyć emisje dwutlenku węgla związane z użytkowaniem gazów chłodniczych w tych systemach, zainstalowaliśmy technologie kontroli wycieków oraz tam, gdzie to możliwe, wybieraliśmy naturalne gazy chłodnicze (w instalacjach chłodniczych przemysłowych) lub o niskim potencjale tworzenia efektu cieplarnianego (w instalacjach ogrzewania, wentylacji i klimatyzacji).

302-1**Bezpośrednie i pośrednie zużycie energii przez organizację**

Zużycie energii wg rodzaju	Całkowite zużycie energii [GJ] ¹		[%]
	2022	2023	
	4 391 749	4 353 187	Δ 2023/2022
Energia elektryczna (łącznie ze sklepami agencyjnymi i franczyzowymi)	3 501 471	3 504 029	+0,1%
Paliwa	694 012	703 785	+1,4%
Ciepło (łącznie ze sklepami agencyjnymi i franczyzowymi)	196 267	145 373	-25,9%
Energia odnawialna z sieci elektrycznej i ciepłowniczej oraz wytwarzana	840 557	785 824	-6,5%
Energia elektryczna	821 126	767 507	-6,5%
Ciepło	19 430	18 317	-5,7%

¹ Wartości podano w zaokrągleniu

W 2023 roku całkowite zużycie energii w naszej sieci spadło o 0,9%, z 4 391 749 do 4 353 187 GJ.

302-3**Intensywność zużycia energii**

Intensywność zużycia energii [GJ/'000PLN] ¹		
2022	2023	Δ 2022/2023
0,250	0,202	-19,2%

¹ Całkowite zużycie energii [GJ] / Sprzedaż [EUR]

302-4

W 2023 roku Biedronka zwiększyła liczbę placówek z instalacjami fotowoltaicznymi ze 118 do 728, które wyprodukowały 19,1 mln kWh (68 887 GJ) i pozwoliły uniknąć emisji 13 050 ton CO₂e. Ponadto nadal wykorzystywaliśmy geotermalne pompy ciepła. Dzięki wirtualnej umowie zakupu energii (VPPA) zagwarantowaliśmy produkcję 198 000 GJ energii słonecznej z ogniw fotowoltaicznych i uniknęliśmy emisji 37 500 ton CO₂e do atmosfery.

Całkowite zużycie energii wytworzonej we własnym zakresie lub zakupionej, w podziale na energię elektryczną i ciepło [GJ]¹

	2022	2023	Δ 2022/2023
Energia elektryczna (panele słoneczne)	9 786	68 887	+603,9%
Energia termalna (w tym zużycie pary i chłodu)	6 311	5 884	-6,8%
Wirtualna umowa zakupu energii (VPPA)	0	198 000	-

¹ Wartości podano w zaokrągleniu

Optymalizacja logistyki

Dążymy do jak najlepszego zorganizowania łańcucha dostaw, ciągle doskonaląc procesy i ściśle współpracując z partnerami biznesowymi. Staramy się nie tylko zapewnić szybkość i terminowość, ale także redukcję kosztów i minimalizację wpływu na środowisko poprzez zastosowanie takich rozwiązań jak floty pojazdów niskoemisyjnych oraz optymalizacja zużycia opakowań.

1250

pojazdów dostawczych realizowało transport towarów do sklepów

181 793 000

przejechanych km (w tym magazyn dla produktów wolno rotujących i na potrzeby spedycji)

Zmniejszenie emisji z transportu towarów do sklepów o

4,49 ton

CO₂e na 1 000 przewiezionych palet

1 288 073

zrealizowanych kursów¹⁵

W 2023 roku sukcesywnie wdrażaliśmy w kolejnych centrach dystrybucji **system Rotyn**, służący do optymalnego planowania tras dostaw, uwzględniającego pożądaną godzinę dostaw oraz równomierne obciążenie pracy magazynów. Ponadto, system pozwala na optymalizację pokonywanych kilometrów oraz lepsze wykorzystanie przestrzeni ładunkowej pojazdów.

W dalszym ciągu rozwijamy współpracę z naszymi dostawcami w zakresie **backhau-lingu**, który polega na odbiorze towarów od dostawców przez flotę dostarczającą towar do sklepów. Pozwala to na minimalizację dystansu związanego z dostarczaniem

towarów do centrów dystrybucji oraz redukcję nieefektywnych przebiegów, na przykład przekierowywanie pustych ciężarówek powracających ze sklepów.

Ograniczamy też zużycie papieru poprzez cyfryzację i automatyzację procesów magazynowych. Dzięki wdrożeniu systemu Extended Warehouse Management (EWM) w trzech Centrach Dystrybucji, działania takie jak przyjmowanie, przechowywanie i wydawanie towarów, mogą być rejestrowane elektronicznie. Redukuje to konieczność drukowania dokumentów i pozwala na oszczędność zużytego papieru. Łącznie podczas korzystania z nowego systemu wydrukowaliśmy 152 086 listów przewozowych, a dzięki systemowi zużyliśmy o 912 516 kartek mniej, co oznacza, że na każdym liście oszczędziliśmy średnio 6 kartek A4.

Kontynuujemy również rozwój poolingu paletowego. Nawiązaliśmy współpracę z kolejnym, czwartym operatorem, firmą **FHG IPP** w zakresie obrotu paletami w trzech standardowych rozmiarach, aby dać naszym partnerom jeszcze większy wybór akceptowalnych nośników. Tym samym udział palet w systemie wynajmu wyniósł ponad 70% wszystkich palet przyjętych do centrów dystrybucji Jeronimo Martins Polska.

W 2023 roku emisja dwutlenku węgla związana z transportem towarów do sklepów w przeliczeniu na tysiąc palet spadła o **6,5%** w porównaniu z 2020 rokiem.



DOBRA PRAKTYKA


Wymieniliśmy 90 pojazdów ciężarowych na nowoczesne pojazdy spełniające europejskie normy emisji EURO 6 zamiast poprzednich EURO 4 i EURO 5. Skrócenie dystansów do sklepów i wymiana floty na mniej awaryjną pozwoliły na **ograniczenie o 53 łącznej liczby pojazdów używanych przez przewoźników.**

¹⁵ Liczba kursów i przejechanych km obejmuje: dostawy do sklepów, odbiory zwrotów ze sklepów, odbiory towarów od dostawców i obsługę zewnętrznego magazynu.

PARTNERSKA WSPÓŁPRACA



Biedronka jako członek programu Lean&Green

Jesteśmy członkiem **Lean&Green**, platformy mającej na celu redukcję emisji dwutlenku węgla w procesach logistycznych. Korzystając z tego forum wymiany wiedzy i współpracy, czerpiemy inspiracje od międzynarodowych ekspertów, co pozwala nam wdrażać innowacje i poprawiać efektywność naszego logistycznego łańcucha dostaw. Dzięki uczestnictwu w tej inicjatywie, mamy dostęp do wiedzy na temat zaawansowanych narzędzi oraz sprawdzonych metod redukcji emisji, co pozwala nam skutecznie ograniczać negatywny wpływ na środowisko. Dowiedz się więcej na <https://lean-green.pl/> 

Woda

303-1

Znaczenie gospodarki wodnej i oszczędzania wody jako zasobu pitnego wzrasta i staje się coraz pilniejszym problemem. Śledzimy nasze zużycie wody i staramy się je ograniczyć poprzez inicjatywy, w których wykorzystujemy zarówno techniki i technologie budowlane, jak i inne dobre praktyki środowiskowe.

Aby zmniejszyć ryzyko niedoboru wody w naszych działaniach:

- montujemy regulatory przepływu i automatyczne sensory,
- zbieramy deszczówkę do późniejszego wykorzystania.

303-3



W 2023 roku łączny pobór wody wyniósł

941 megalitrów,

czyli mniej o **1,6%** w porównaniu z 2022 rokiem (956,3 megalitra).

303-5

W 2023 roku zużyliśmy 188,2 megalitra wody, co w porównaniu z 191,3 megalitra w 2022 roku stanowi spadek o 1,6%. Ograniczamy zużycie wody w całej sieci poprzez:



montaż na kranach reduktorów przepływu w sklepach i centrach dystrybucyjnych;



wyposażenie myjni naczej i kontenerów w każdym centrum dystrybucyjnym w specjalne układy, dzięki którym używana woda krąży częściowo w obiegu zamkniętym;



przyznawanie dodatkowych punktów za minimalizację zużycia wody oraz redukcję zanieczyszczeń w odprowadzanych ściekach – w toku corocznych audytów środowiskowych prowadzonych u dostawców (audyty zewnętrzne) oraz usługodawców (audyty wewnętrzne).

Zachowanie bioróżnorodności

Bioróżnorodność odgrywa istotną rolę dla firm z branży spożywczej, ponieważ zapewnia stabilność środowiska naturalnego poprzez pełnienie usług ekosystemowych. Pomaga w utrzymaniu jakości gleby, zapylaniu roślin oraz naturalnej kontroli szkodników, co jest kluczowe dla wydajności i bardziej zrównoważonych upraw. Chcemy, aby nasze łańcuchy dostaw dostarczały zdrowe i różnorodne produkty, jednocześnie minimalizując negatywny wpływ naszej działalności na przyrodę.

Od 2021 roku współpracujemy z Polskim Towarzystwem Ochrony Przyrody „Salamandra”, zajmującym się m.in. ochroną różnych gatunków i siedlisk przyrodniczych. Dzięki naszym dotacjom w 2023 roku Towarzystwo kontynuowało działania na rzecz ochrony morświnów, wilków, rysi, żubrów, jeży oraz sówecek, m.in.:

- zakupiono sprzęt i narzędzia do badań i działań ochronnych,
- przeszkolono zespoły ratownicze,
- prowadzono akcje ratunkowe i monitoring,
- zwalczano kłusownictwo,
- zatrudniono opiekunów w hodowlach ochronnych,
- dbano o zgodną koegzystencję zwierząt i ludzi,
- oferowano pomoc merytoryczną specjalistów z dziedziny weterynarii, teriologii i ochrony przyrody.

W 2023 roku dwie inicjatywy, sfinansowane dzięki współpracy z naszą siecią, zasługiwały na szczególną uwagę: wsparcie ośrodków rehabilitacji zwierząt ratujących jeże (m.in. zakup sprzętu) oraz rozwój strony internetowej Polskiej czerwonej listy gatunków, przygotowywanej przy współpracy Polskiego Komitetu Międzynarodowej Unii Ochrony Przyrody (IUCN), Polskiego Towarzystwa Ochrony Przyrody „Salamandra” oraz Instytutu Ochrony Przyrody Polskiej Akademii Nauk.



STANDARDY BIEDRONKI

Zwracamy uwagę na rolę dzikich zapylaczy w otaczającym nas środowisku. Przy współpracy z Lasami Państwowymi zrealizowaliśmy projekt „**Hotele dla zapylaczy**”, które mają poprawić warunki ich bytowania, zadbać o ich dobrostan oraz zachęcać społeczności lokalne do podejmowania inicjatyw na rzecz owadów. Hotele dla zapylaczy to miejsca nie tylko sprzyjające tym owadom, lecz także ukazujące ich nieocenioną rolę w kształtowaniu natury. W ramach projektu postawiliśmy hotele w **10 nadleśnictwach oraz we wszystkich centrach dystrybucyjnych sieci**.



Hotele w DC



Hotele w



Las Państwowe



Miasta wojewódzkie

Zarządzanie materiałami i opakowaniami

Nasza strategia przejścia na gospodarkę o obiegu zamkniętym obejmuje cały łańcuch wartości i uwzględnia takie działania, jak ograniczenie wykorzystania materiałów z tworzyw sztucznych czy ekoprojektowanie opakowań.

Zasady ekoprojektowania

3-3

Podczas **analiz kategorii marek własnych** wnikliwie badamy opakowania w celu zapewnienia optymalizacji i cyrkularności. Na tej podstawie tworzymy manuale i wytyczne dla dostawców w formie listów dla dostawców i gromadzimy istotne dane. Naszym głównym punktem odniesienia jest „Podręcznik ekoprojektowania” Biedronki, stanowiący podstawę kolejnych dokumentów dotyczących konkretnych kategorii i marek własnych. Opracowaliśmy **dziesięć manuali po polsku i angielsku**. Dla kolejnych pięciu kategorii przeprowadziliśmy oceny, jednak nie stworzyliśmy jeszcze pełnych manuali. W 2023 roku wysłaliśmy także cztery listy z wytycznymi do dostawców i zaktualizowaliśmy trzy inne manuale.

Stosujemy Dziewięć Złotych Zasad Projektowania wprowadzonych przez Consumer Good Forum we współpracy z partnerami (jednym z nich była nasza grupa Jerónimo Martins). W 2022 roku wydana została wersja zasad adaptowana na rynek polski przez Polski Pakt Plastikowy, które mają na celu zmienić sposób projektowania opakowań, aby wydłużyć pozostanie w obiegu jak najdłużej.

Ponadto, wiosną 2023 roku zorganizowaliśmy webinar **dla dostawców i partnerów biznesowych** poświęcony ekoprojektowaniu opakowań. Wzięło w nim udział około 1000 osób z Polski i z zagranicy. Po wydarzeniu opublikowaliśmy materiały szkoleniowe dla jeszcze szerszego grona odbiorców.

Wytyczne środowiskowe dotyczące opakowań, którymi się kierujemy, są ujęte w **czterech kluczowych dokumentach nadrzędnych**:

- „**Manual opakowań – palety**”, który określa wytyczne dotyczące dostaw towarów do centrów dystrybucyjnych – na odpowiednich paletach i zabezpieczonych w zrównoważony sposób;
- „**Mini brand book opakowań zbiorczych**”, zawiera wytyczne dotyczące projektowania opakowań zbiorczych zgodnie z naszymi wartościami i standardami;
- „**Manual opakowań – standy ekspozycyjne**”, który definiuje zasady projektowania i wykorzystania standów ekspozycyjnych w sposób zrównoważony;
- „**Podręcznik ekoprojektowania**”, to przewodnik projektowania zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju, zawiera rekomendowane surowce, oznaczenia, wytyczne dotyczące dodatku recyklatu i piktogramy ułatwiające segregację.

W 2024 roku planujemy aktualizację wszystkich tych dokumentów, aby nadążać za najnowszymi trendami i innowacjami w dziedzinie zrównoważonego projektowania opakowań.



STANDARZY BIEDRONKI

Wewnętrzne raporty dotyczące cen surowców i dostępności materiałów opakowaniowych to narzędzie, dzięki któremu nasi pracownicy są na bieżąco z trendami, statusem dostępności i cenami surowców, co ułatwia im dialog i strategiczne rozmowy z dostawcami. Publikujemy również newslettery poświęcone najważniejszym informacjom z obszaru opakowań. W 2023 roku opublikowaliśmy **osiem wydań** newslettera opakowaniowego.

Zamykanie obiegu produktów i materiałów

Dążymy do tego, by proces projektowania opakowań był zgodny z założeniami gospodarki o obiegu zamkniętym. Optymalizujemy formaty opakowań i dokonujemy zmian w materiałach opakowaniowych, aby umożliwić ich recykling. Redukujemy wagę opakowań oraz wykorzystujemy materiały pochodzące z recyklingu i w ten sposób zmniejszamy zużycie różnych materiałów opakowaniowych.

Aby zmniejszyć wykorzystanie tworzyw sztucznych, stosujemy **nowe formaty**, takie jak np. nowe uchwyty i etykiety w pięciolitrowej butelce wody Oaza, dzięki której w ciągu roku zredukowaliśmy ilość plastiku o ponad 160 ton.



Przykładowo, we współpracy z dostawcą lunchboxów zmniejszyliśmy wagę miseczki o 4,7 g na opakowaniu, utrzymując wygląd i funkcjonalność opakowania. W efekcie zaoszczędziliśmy ponad 25 ton plastiku. Ważne są także **zmiany materiałowe**, które zwiększają efektywność recyklingu i umożliwiają ograniczenie zużycia materiału. Zmiana opakowań mrożonych owoców i warzyw w 16 indeksach (z laminatu PE/PE 70 mikronów na monofolię PE o grubości 50 mikronów) przyczyniła się do zmniejszenia zużycia plastiku o ponad 45 ton rocznie. Materiał zmieniliśmy w 23 produktach.

W 2023 roku zredukowaliśmy wagę tworzyw sztucznych w 166 opakowaniach produktów marki własnej, co dało nam

829 ton

mniej plastiku pierwotnego wprowadzonego do otoczenia.



STANDARZY BIEDRONKI

We wszystkich sklepach i centrach dystrybucyjnych naszej sieci prowadzimy zbiórkę papieru, kartonów, tworzyw sztucznych czy drewna związanych z selektywną działalnością operacyjną sklepów – rocznie ponad 90% odpadów jest odzyskiwanych i poddawanych recyklingowi. Warto zaznaczyć, że:

- w styczniu 2023 roku pojawił się pierwszy produkt ze specjalnym oznakowaniem projektu *closed-loop*¹⁶ – opakowania zbiorcze zup marki własnej Zupy z Naszej Kuchni,
- w ciągu roku na półkach dostępnych było ponad **10 milionów** takich opakowań różnych produktów; w projekt aktualnie zaangażowani są dwaj dostawcy, MONDI i EUROBOX,
- nasze torby typu T-shirt wykonywaliśmy w 80% z recyklingowanej folii z naszych sklepów i magazynów, co pozwoliło osiągnąć **o 56%** niższy ślad węglowy niż w przypadku toreb wykonanych z plastiku pierwotnego.

¹⁶ Biedronka rozpoczęła współpracę z firmami Mondi oraz Eurobox polegającą na odbieraniu przez nie sprasowanych zużytych kartonów ze sklepów. Następnie makulatura przetwarzana jest na papier do produkcji tektury, z której powstają opakowania. Tekturowe wykroje trafiają do Fabryki Zup Jerónimo Martins Polska w Brwinowie. Opakowania zbiorcze trafiają na półki sklepów Biedronka w całym kraju, a po ich opróżnieniu cały proces zaczyna się od nowa.

W 2023 roku wyznaczyliśmy cel, aby 71% opakowań wykonanych z papieru pierwotnego posiadało certyfikaty FSC®/PEFC. Udało nam się go osiągnąć i obecnie

73%

naszych opakowań jednostkowych wykonanych jest z papieru certyfikowanego.

W 2023 roku do opakowań marki własnej wykorzystaliśmy mniej o ponad 10% opakowań kartonowych stosowanych do żywności płynnej oraz aluminium. Wzrosło natomiast wykorzystanie pozostałych materiałów i plastiku, co wynikało ze zwiększonej sprzedaży.

301-1

Opakowania marki własnej

Rodzaj opakowania	Ilość materiałów, z których wykonane są opakowania produktów marki własnej [t] ^{1, 2}		
	2022	2023	Δ 2023/2022
Plastik	104 614	114 505	+9,4
Papier oraz karton	148 168	159 905	+7,9
Kartonowe opakowania (do żywności płynnej)	12 844	11 549	-10,1
Szkło	64 762	68 529	+5,8
Aluminium	3276	2 923	-10,8
Stal	15 181	15 779	+3,9
Pozostałe (worki jutowe, ceramika, drewno)	1 776	2 015	+13,5

¹ Wartości podano w zaokrągleniu

² Ilości ustalone na podstawie deklaracji materiałowych w Karcie Opakowania Produktu i ilości danego produktu wprowadzonej na rynek

Pozostałe produkty

Rodzaj materiału	Ilość zużytych materiałów [t] ¹		
	2022	2023	Δ 2023/2022
Papier biurowy	419	376	-10,3
Materiały promocyjne	13 111	9 996	-23,7
Torby z tworzywa sztucznego (o grubości powyżej 50 mikrometrów) w 80% wykonane z materiału z recyklingu	5 385	5 743	+6,6
Torby papierowe	2 319	906	-60,9
Opakowania In-Store ²	7 311	8 129	+11,2

¹ Wartości podano w zaokrągleniu

² Opakowania do produktów sprzedawanych luzem w sklepach oraz folia stretch



301-2

W 2023 roku całkowita waga wykorzystanych materiałów pochodzących z recyklingu wyniosła 180 230 ton, w tym:

- **Papier i karton** – 143 568 t
- **Szkło** – 27 421 t
- **Tworzywo sztuczne** – 9 241 t



Udział materiałów pochodzących z recyklingu, tj. tworzywa sztuczne, papier i szkło w opakowaniach produktów marki własnej i opakowań sklepowych wyniósł

47%

301-3

Procent odzyskanych materiałów ze sprzedanych produktów i ich opakowań, według kategorii materiału

Ilość zużytych materiałów [t] ¹	2022	2023	Δ 2023/2022
Ilość materiałów opakowaniowych przekazanych do recyklingu (dotyczy opakowań z papieru, plastiku i drewna) ²	300 100	309 517	+3,1%
Ilość wprowadzonych opakowań produktów marki własnej (wszystkich rodzajów materiałów opakowaniowych)	350 622	375 205	+7,0%
Procent odzyskanych materiałów ze sprzedanych produktów i ich opakowań	85,6%	82,5%	-3,1%

¹ Wartości podano w zaokrągleniu

² Na podstawie dokumentów DPR

Redukcja plastiku w produktach niespożywczych

Dążymy do tego, by kosmetyki marki własnej w asortymencie produktów do mycia były wolne od mikroplastiku. Do końca 2023 roku przeprowadziliśmy reformulację w tym zakresie i wprowadziliśmy na rynek m.in. produkty myjące dla dzieci Pinio. Dzięki podjętym działaniom w 2023 roku zredukowaliśmy uwalnianie mikroplastiku do środowiska o 1,35 t.



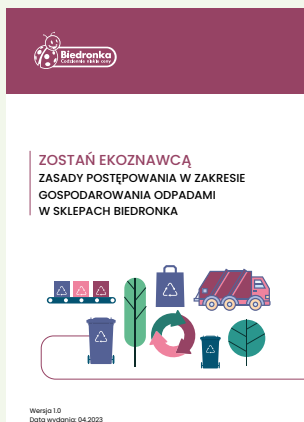
Przykład produktu, z którego usunięto mikroplastik

Gospodarowanie odpadami

Ograniczamy powstawanie odpadów i priorytetowo traktujemy recykling odpadów, których nie udaje się uniknąć. Wszystkie nasze placówki prowadzą selektywną zbiórkę wytwarzanych odpadów, zgodnie z założeniami gospodarki o obiegu zamkniętym. Wdrożyliśmy standard dotyczący opakowań zbiorczych, który wymaga, żeby opakowania w pełni nadawały się do recyklingu, a surowce do ich produkcji pochodziły z certyfikowanych, odpowiedzialnych źródeł FSC® lub PEFC.



STANDARZY BIEDRONKI



W ramach programu „Zostań Ekoznawcą Biedronki” wydaliśmy „Zasady postępowania w zakresie gospodarowania odpadami w sklepach Biedronka”, aby przeszkolić pracowników z zakresu odpowiedzialnego zarządzania odpadami. U uruchomiliśmy e-szkolenie i przygotowaliśmy broszury oraz materiały edukacyjne dla sklepów, w tym tablice zawierające informacje na temat segregacji odpadów, które mają ułatwić wprowadzenie zalecanych praktyk. Aby zapewnić skuteczność tych rozwiązań, do regularnych audytów sklepów wprowadziliśmy dodatkowe pytania dotyczące segregacji odpadów.



DOBRA PRAKTYKA

W listopadzie 2023 roku w wybranych sklepach naszej sieci pojawiły się pierwsze, **testowe butelkomaty/recykłomaty**. Umożliwiają one klientom wrzucanie plastikowych opakowań o pojemności do 3 litrów i puszek aluminiowych o pojemności do 1 litra. W zamian za każde opakowanie oddane do recykłomatu klient Biedronki otrzymuje voucher do wykorzystania na zakupy w sieci Biedronka.



306-2

Zarządzanie znaczącymi skutkami/oddziaływaniami związanymi z odpadami

W 2023 roku wytworzyliśmy ponad 445 tys. ton odpadów, prawie 67% z nich stanowiły odpady z papieru i tektury. Do ponownego użycia, recyklingu lub odzysku energii trafiło blisko 407 311 tys. ton wytworzonych przez nas odpadów, co oznacza, że **91,5%** odpadów wytworzonych przez Biedronkę zostało przekazanych do odzysku. Do ważniejszych działań w zakresie odpadów można zaliczyć:

- **Akcję „Stary sprzęt oddajesz, kartę podarunkową na zakupy w Biedronce dostajesz!”**. W naszych sklepach dostępne są pojemniki na baterie i mały sprzęt RTV/AGD. Aby propagować dobre praktyki we współpracy z firmą Elektrorecykling oraz Fundacją Zaraz Wracam, zorganizowaliśmy darmowe zbiórki elektroodpadów, podczas których informowaliśmy, jak właściwie postępować ze zużytym sprzętem elektrycznym i elektronicznym oraz dlaczego warto prowadzić recykling i ponownie wykorzystywać surowce. W czasie trwania akcji każdy mógł przynieść kompletny, zużyty sprzęt, np. pralkę, lodówkę, telefon czy odkurzacz, a za udział otrzymywał kartę podarunkową na zakupy w Biedronce lub zestaw nasion roślin zielnych.

W sumie zebraliśmy 6,25 tony elektroodpadów¹⁷.



- **Sorteusz** to aplikacja, która pomaga poprawnie sortować odpady powstające w domach, ułatwia monitorowanie harmonogramu odbioru odpadów z posesji oraz kieruje do najbliższego PSZOK-u. Dodatkowo uczy i bawi – osoby korzystające z aplikacji zbierają punkty, rywalizują i mają szansę zdobyć ciekawe nagrody. Aplikacja powstała przy wsparciu Biedronki.

¹⁷ Wartość nie uwzględniona w zestawieniu wytworzonych odpadów.

306-3

Rodzaj odpadów	Wytworzone odpady (rodzaj odpadu)	Całkowita masa wytworzonych odpadów [t] [GRI 306-3] ¹	Masa odpadów niepoddanych unieszkodliwieniu (przekazana do odzysku) [t] [GRI 306-4a] ¹	Masa odpadów poddana unieszkodliwieniu [t] [GRI 306-5a] ¹
Niebezpieczne	Różnego rodzaju odpady niebezpieczne	11	11	-
Inne niż niebezpieczne	Papier i tektura	297 041	297 041	-
	Tworzywa sztuczne	11 071	11 071	-
	Drewno	1 404	1 404	-
	Odpady BIO ²	93 366	93 022	344
	Odpady komunalne ³	39 595	2 170	37 424
	Pozostałe odpady (np. olej, czyściwa, tekstylia, zmieszane odpady opakowaniowe)	2 593	2 593	1,5
Suma masy odpadów innych niż niebezpieczne		445 082	407 311	37 770,5

¹ Wartości podano w zaokrągleniu² Wyliczone na podstawie średniej masy pojemnika odpadów BIO³ Wyliczone na podstawie średniej masy pojemnika odpadów komunalnych

306-4

Odpady skierowane do odzysku

Rodzaj odpadów	Masa odpadów niepoddanych unieszkodliwieniu [t] ^{1,2}	
	2022	2023
Odpady niebezpieczne		
Przygotowanie do dalszego przetwarzania	11	7
Recycling	6	3
Suma odpadów niebezpiecznych	17	10
Odpady inne niż niebezpieczne		
Przygotowanie do dalszego przetwarzania	6 320	5 035

Rodzaj odpadów	Masa odpadów niepoddanych unieszkodliwieniu [t] ^{1,2}	
	2022	2023
Recycling	374 323	385 060
Odzysk (w tym odzysk energii)	17 664	17 205
Suma odpadów innych niż niebezpieczne	398 307	407 301
Suma masy odpadów niepoddanych unieszkodliwieniu	398 324	407 311

⁴ Wartości podano w zaokrągleniu⁵ Wszystkie odpady przekazane do odzysku poza siedzibą (offsite).

306-5

Odpady skierowane do unieszkodliwienia

Odpady inne niż niebezpieczne	Masa odpadów poddanych unieszkodliwieniu [t] ^{1,2}	
	2022	2023
Składowanie	40 142	37 424
Inne procesy bez odzysku	297	346
Suma masy odpadów przekazanych do unieszkodliwienia	40 439	37 770

¹ Wartości podano w zaokrągleniu

² Wszystkie odpady przekazane do utylizacji poza siedzibą (offsite)

Przeciwdziałanie marnowaniu żywności

3-3

W branży produktów spożywczych, szczególnie tam, gdzie znaczną część stanowią świeże artykuły, istnieje zwiększone ryzyko marnowania żywności. Starając się nieustannie minimalizować to wyzwanie, wyznaczyliśmy sobie nowe cele i podjęliśmy szereg inicjatyw.

Wśród naszych zobowiązań na lata 2024-2026 znajduje się ograniczenie rocznego marnowania żywności do 2,5% całkowitej sprzedaży żywności (w tonach). Do 2026 roku planujemy także zwiększenie o 10% ilości uratowanej żywności w naszych operacjach i w łańcuchu dostaw poprzez darowizny żywnościowe, sprzedaż produktów spożywczych z krótką datą przydatności po obniżonej cenie, wykorzystanie niesklasyfikowanej¹⁸ żywności od rolników oraz pozostałości z własnej działalności, a także odzysk zmarnowanej żywności na paszę i bioprzetwarzanie.

Wzrost ilości zmarnowanej żywności w roku 2023 wynoszący 19,6 kg na tonę sprzedanych produktów spożywczych wynikał ze zwiększenia ilości sklepów z ladą mięsną (40% więcej) oraz z przyjętego podejścia do sprzedaży produktów świeżych. Podejście

to stawia na promowanie zdrowych nawyków żywieniowych, a tym samym sprzedaży większej ilości nieprzetworzonej żywności o krótszym terminie przydatności do spożycia.

306-3

Aby złagodzić skutki marnowania żywności, od kilku lat prowadzimy kampanie edukacyjne i komunikacyjne promujące dobre praktyki w zakresie unikania marnowania żywności. Kampania w 2023 roku obejmowała między innymi plakaty, informacje na naszej stronie internetowej i komunikaty głosowe w sklepach.



PARTNERSKA WSPÓŁPRACA

Dobra Torba – współpraca z Federacją Polskich Banków Żywności (trzecia edycja)

29 września, w Międzynarodowy Dzień Świadomości na Temat Strat i Marnotrawstwa Żywności, wystartowała kampania edukacyjna „Nie marnuję, bo mądrze przechowuję!”, którą zorganizowaliśmy we współpracy z Federacją Polskich Banków Żywności. Z tej okazji w naszej ofercie pojawiła się Dobra Torba – specjalna papierowa torba na zakupy, która ma edukować w zakresie przeciwdziałania marnowaniu żywności. Jej sprzedaż wsparła Banki Żywności, które przekazują żywność osobom potrzebującym. To już trzecia edycja projektu. Więcej informacji na temat Kampanii oraz porady, jak przechowywać żywność, by wydłużyć jej świeżość, do przeczytania na stronie <https://www.biedronka.pl/pl/dobratorba> ▶



Od 2020 roku w Biedronce wprowadzamy **przeceny produktów świeżych ze zbliżającą się datą przydatności do spożycia** oraz ostatnich sztuk wybranych produktów spożywczych, kosmetyków i środków chemicznych. W 2023 roku ta inicjatywa została wdrożona w 440 sklepach Biedronki.

¹⁸ Warzywa o nieregularnym kształcie, niedoskonałe

Kontynuujemy przekazywanie żywności ze zbliżającą się datą przydatności organizacjom pożytku publicznego, współpracując z około 150 organizacjami, m.in. z Federacją Polskich Banków Żywności, Caritas, Markot oraz innymi organizacjami lokalnymi.

Nadal współpracujemy z Too Good To Go¹⁹ – firmą wpływu społecznego, która poprzez aplikację umożliwia użytkownikom zakup niesprzedanej żywności po obniżonych cenach. W 2023 roku dostarczyliśmy ponad milion paczek z 500 sklepów, co pozwoliło zapobiec zmarnowaniu

około 1 600 ton żywności.



STANDARBY BIEDRONKI

W grudniu przeprowadziliśmy specjalną tygodniową akcję mającą na celu wspieranie polskich producentów i podnoszenie świadomości konsumentów na temat spożycia niedoskonałych warzyw, sprzedając w trakcie kampanii blisko 200 ton marchwi.

Edukacja i partnerstwa na rzecz ochrony środowiska

Regularnie angażujemy naszych pracowników i klientów w działania przypominające o znaczeniu ochrony środowiska. W firmie działa Komitet Ochrony Środowiska (KOŚ), który odpowiada za podejmowanie decyzji i koordynację wszelkich proekologicznych zmian funkcjonowania i organizacji firmy. Więcej o KOŚ w podrozdziale **Zmniejszamy nasz wpływ środowiskowy.**

Projekt „**Ekoznacwy Biedronki**” to inicjatywa skierowana do wszystkich pracowników sieci Biedronka mająca na celu podniesienie świadomości na temat ochrony środowiska oraz propagowanie innych przyjaznych środowisku praktyk w miejscu pracy. W 2023 roku na platformie eduAkcja udostępniono nowe e-szkolenie oraz elektroniczny podręcznik pt. „Zostań Ekoznacwą. Zasady postępowania w zakresie gospodarowania odpadami w sklepach Biedronka”.



¹⁹ Too Good To Go to firma wpływu społecznego, posiadająca certyfikat BCorp, której misją jest inspirowanie do działań przeciwko marnowaniu żywności.

EcoInspiration Days to inicjatywa skierowana do pracowników Biedronki obejmująca warsztaty, prezentacje ekspertów i inne aktywności związane z dbaniem o środowisko, w których w 2023 roku wzięło udział ponad 1 000 osób. Wysokie oceny uczestników potwierdziły zainteresowanie i efektywność tej formy edukacji.



DOBRE PRAKTYKI

„ekoWakacje z Biedronką”

To dwumiesięczny ogólnopolski projekt, którego celem jest edukacja w zakresie segregacji i recyklingu odpadów połączona z bezpośrednimi działaniami na rzecz ochrony środowiska. W 2023 roku blisko 30 000 uczestników wzięło udział w wydarzeniach przygotowanych przez Biedronkę. Na pierwszą edycję projektu składała się między innymi edukacyjna trasa śmieciarki Miaci po Polsce, zbiórki plastikowych butelek w 100 sklepach Biedronki oraz współpraca w ramach projektów Czyste Tatry i Czysty Bałtyk. **Podczas akcji zebrano ponad 102 000 butelek plastikowych, co odpowiada 2 550 kg plastiku,** z którego można wyprodukować ponad 116 000 sztuk nowych opakowań marki Polaris o pojemności 1 l lub blisko 320 tysięcy standardowych długopisów.



Aktywnie komunikujemy nasze działania:

- Kontynuowaliśmy publikacje w magazynie Kropka TV, w którym co miesiąc redagowaliśmy Zieloną Stronę Biedronki poświęconą ochronie środowiska. W 2023 roku opublikowaliśmy 26 artykułów.



- W sierpniu we współpracy z Onet ACT NOW przeprowadziliśmy internetową kampanię „Act jak babcia”, w ramach której udostępnialiśmy filmy przedstawiające zrównoważone metody i praktyki stosowane przez starsze pokolenia, aby zwrócić m.in. uwagę na problem marnowania żywności i propagować recykling.



**ACT
JAK
BABCIA**



**Babcia Ci powie,
jak żyć bardziej eko!**



Zobowiązania zrównoważonego rozwoju Biedronki na lata 2024-2026

- Utrzymanie liczby lokalizacji z certyfikatem środowiskowym (17 centrów dystrybucyjnych) i zapewnienie certyfikacji środowiskowej dla nowych lokalizacji (centra dystrybucyjne i jednostki przemysłowe otwarte w latach 2024-2026).
- Wspieranie i/lub realizacja w latach 2024-2026 co najmniej dwóch projektów z zakresu ochrony przyrody i różnorodności biologicznej zgodnie z Globalnymi Ramami Różnorodności Kunmig-Montreal i coroczne ujawnianie ich wyników.
- Zmniejszenie śladu węglowego Grupy w zakresach 1 i 2 w wartościach bezwzględnych o co najmniej 10% do roku 2026 w porównaniu z rokiem 2021. Zobowiązanie to jest zgodne z krótkoterminowym celem naukowym przedstawionym przez Jerónimo Martins organizacji Science Based Targets Initiative.
- Zmniejszenie emisji dwutlenku węgla wynikającej z transportu towarów do sklepów o 5% (w tonach CO₂e na przewiezioną paletę) do 2026 r. w porównaniu z rokiem 2021 r.
- Zaangażowanie w latach 2024-2026 co najmniej 10 dostawców z grona 100 największych dostawców w kategorii zakupionych produktów w celu współpracy nad określeniem strategii redukcji emisji z zakresu 3.
- Zmniejszenie zużycia energii o 10% (na 1000 € sprzedaży) do 2026 r. w porównaniu z rokiem 2021 r.
- Zmniejszenie poboru wody w działalności dystrybucyjnej o 5% (na 1000 € sprzedaży) do 2026 r. w porównaniu z rokiem 2021 r.
- Zapewnienie, aby do 2026 roku przynajmniej 25% opakowań produktów marki własnej było zaprojektowanych zgodnie z zasadami ekoprojektowania, z uwzględnieniem asortymentu z 2023 r.
- Zmniejszenie o 10% do 2025 r. jednostkowego zużycia tworzyw sztucznych mierzone w tonach opakowań plastikowych na milion euro obrotu w porównaniu z rokiem 2018 r.
- Zwiększenie zawartości tworzyw sztucznych pochodzących z recyklingu w opakowaniach plastikowych, za które odpowiadamy (marka własna, opakowania usługowe, torby reklamowe i folia do pakowania) do 25% do 2025 roku.
- Zapewnienie rocznego poziomu odzysku odpadów na poziomie co najmniej 85% wolumenu wytworzonych odpadów do roku 2026.
- Ograniczenie rocznego marnowania żywności do 2,5% całkowitej sprzedaży żywności (w tonach) w latach 2024-2026.
- Do 2026 r. zwiększenie o 10% w stosunku do roku 2023 ilości uratowanej żywności we własnych operacjach i w łańcuchu dostaw poprzez darowizny żywnościowe, sprzedaż produktów spożywczych z krótką datą przydatności po obniżonej cenie, wykorzystanie niesklasyfikowanej żywności od rolników i pozostałości z własnej działalności oraz odzysk zmarnowanej żywności na paszę i bioprzetwarzanie.