

Promowanie zdrowych nawyków żywieniowych

Zobowiązania zrównoważonego rozwoju Biedronki na lata 2024-2026

- Wzmocnienie oferty produktów na bazie roślin, dla wegan, wegetarian oraz produktów dla osób o specjalnych potrzebach żywieniowych, takich jak produkty bezglutenowe, bez laktozy czy produkty o obniżonej zawartości węglowodanów, bez dodatku cukru, o obniżonej zawartości cukrów, produkty dla osób powyżej 50. roku życia.
- Zapewnienie, że produkty skierowane do dzieci mają wyższy lub co najmniej tak samo dobry profil żywieniowy jak lider segmentu (lub najlepszy produkt w danym segmencie).
- Przeprowadzenie co najmniej jednego programu w roku promującego zdrowe nawyki żywieniowe (w oparciu o zalecenia lokalnych ekspertów).
- Edukacja w zakresie informacji umieszczonych na etykiecie produktów celem ułatwienia konsumentom podejmowania bardziej świadomych decyzji zakupowych.
- Upewnienie się, że oznakowanie Nutri-Score jest stosowane na 100% produktów, w ramach dedykowanych marek własnych.
- Usunięcie lecytyny sojowej z co najmniej 50% produktów marki własnej zawierających ten składnik do końca 2026 r.
- Upewnienie się, że do końca 2026 r. głównym zbożowym składnikiem płatków śniadaniowych będą pełnoziarniste produkty zbożowe (z wyjątkiem płatków zbożowych na bazie kukurydzy).
- Upewnienie się, że do 2026 r. 100% naszego portfolio żywności marki własnej nie będzie zawierało acesulfamu i opracowanie wraz z dostawcami alternatywnych rozwiązań w celu zastąpienia aspartamu naturalnymi substancjami słodzącymi.
- Wzmocnienie oferty produktów kosmetycznych marki własnej bez składników pochodzenia zwierzęcego dla konsumentów o szczególnych preferencjach.
- Zapewnienie, że co najmniej 95% regularnego asortymentu produktów higieny osobistej marki własnej nie zawiera mikroplastiku.
- Wzmocnienie oferty wybranych produktów kosmetycznych marki własnej zawierających co najmniej 90% składników pochodzenia naturalnego zgodnie z normą ISO 16128.
- Opracowanie detergentów marki własnej, które jednocześnie zawierają naturalne substancje zapachowe, nie zawierają konserwantów i posiadają certyfikat Ecolabel.
- Wprowadzenie oznaczenia „Jedz ryby dwa razy w tygodniu” dla 100% świeżych ryb w wybranych przetworzonych produktach marek własnych i wybranych rybach świeżych do 2026 r.
- Dążenie do zapewnienia, aby w skali roku liczba przypadków wycofania produktów spożywczych z potencjalnym zagrożeniem dla zdrowia publicznego (poziom I dotkliwości), których przyczynę można przypisać Spółkom Jerónimo Martins, wynosiła zero. W razie wystąpienia przypadków na poziomie I dotkliwości, zgodnie z „Polityką Jakości i Bezpieczeństwa Produktów Jerónimo Martins”, zapewnienie wszelkimi dostępnymi środkami, że wycofanie produktów spożywczych ze sklepów i Centrów Dystrybucyjnych jest w 100% skuteczne.
- Utrzymanie liczby lokalizacji z certyfikatem ISO 22000 (16 centrów dystrybucyjnych w 2023 r.) oraz zapewnienie, że nowe centra dystrybucyjne, które zostaną otwarte w latach 2024-2026, uzyskają certyfikat w ciągu dwóch lat od rozpoczęcia działalności.

Zrównoważony łańcuch dostaw

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.

Poszanowanie środowiska naturalnego

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 zgodne z Globalnymi Ramami Różnorodności Kunmigi-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.

Bycie godnym zaufania pracodawcą

Globalne zobowiązania HR na lata 2024-2026

Promowanie poszanowania praw człowieka i praw pracowniczych.

- Moduł szkoleniowy dotyczący „Kodeksu Postępowania” dostępny dla wszystkich pracowników.
- Wspólny dla całej Grupy program szkoleniowy dotyczący praw człowieka i praw pracowniczych dostępny dla wszystkich menedżerów.
- Wdrożenie wewnętrznej polityki Grupy JM i procesu zapobiegania i przestrzegania praw pracowniczych, odzwierciedlających obowiązujące wytyczne dotyczące podstawowych zasad pracy.

Wzmocnienie promocji równości płci w całej Grupie.

- Przeprowadzenie diagnozy praktyk HR w Grupie w celu zidentyfikowania wszelkich potencjalnie istniejących nierówności płci oraz podjęcie pracy nad zidentyfikowanymi obszarami do poprawy.
- Zapewnienie wskaźnika równości wynagrodzeń ze względu na płeć na poziomie +/- 3% w porównaniu do wskaźnika parytetu (100%), na poziomie całej Grupy oraz poszczególnych spółek.
- Udostępnienie wszystkim menedżerom wspólnego dla całej Grupy programu szkoleniowego na temat nieświadomych uprzedzeń.

Wzmocnienie zdolności przywódczych przyszłych pokoleń i stymulowanie transferu wiedzy.

- Organizacja co najmniej czterech globalnych sesji rocznych z udziałem ekspertów, dostępnych dla wszystkich młodych talentów.
- Zapewnienie spójnego doświadczenia dla całej populacji młodych talentów w Grupie JM za pomocą nowej polityki stażowej Grupy.

- Zapewnienie, że 90% menedżerów weźmie udział w co najmniej jednej inicjatywie w zakresie rozwoju przywództwa do końca 2026 r.
- Wbudowanie wartości Grupy i powiązanych z nimi zachowań w procesy zarządzania ludźmi – co najmniej dwa globalne procesy zostaną poddane przeglądowi, co wpłynie na wszystkich im podlegających pracowników.
- Wdrożenie mechanizmu pomiaru wpływu przywództwa w Grupie.

Wzmocnienie naszych mechanizmów doceniania i promowanie większej przejrzystości w zakresie wynagrodzeń.

- Zapewnienie co najmniej jednego mechanizmu doceniania zachowań we wszystkich spółkach (rozwoj istniejących lub wdrożenie nowych mechanizmów doceniania), obejmującego wszystkich pracowników do 2026 r.
- Udostępnienie oświadczenia o całkowitym pakiecie wynagrodzeń (wynagrodzenie stałe i zmienne oraz świadczenia dodatkowe) wszystkim pracownikom do 2026 r.

Zwiększenie zatrudnienia wśród osób znajdujących się w mniej uprzywilejowanej sytuacji pod względem dostępu do rynku pracy (osoby z niepełnościami, migranci i uchodźcy, osoby o podwyższonym ryzyku wykluczenia społecznego) i pozytywny wkład w zwiększanie świadomości nt. integracji społecznej w Grupie i poza nią. Zapewnienie co najmniej czterech okazji rocznie do dzielenia się dobrymi praktykami w tym zakresie.

¹ Różnica w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn w pracownikach Grupy Jerónimo Martins, w oparciu o porównywalne realia. Jest ona wyrażana przez biorąc pod uwagę średnie wynagrodzenie kobiet jako procent średniego wynagrodzenia mężczyzn, przy czym 100% jest wskaźnikiem wynagrodzenia, który reprezentuje całkowitą równość płci

Wzmocnienie wewnętrznych możliwości rozwoju i mobilności, zwiększając ich atrakcyjność i skuteczność.

- Tworzenie osobistych planów rozwoju dla co najmniej 95% kwalifikujących się menedżerów.
- Ewolucja procesu definiowania planu rozwoju osobistego, dostosowanie go do potrzeb indywidualnych i biznesowych oraz zapewnienie kontynuacji działań (przez menedżerów liniowych i działu HR) menedżerom z puli talentów.
- Publikowanie wszystkich kwalifikujących się wakatów wewnętrznych i zwiększenie średniej liczby aplikacji na wakat.
- Wdrożenie globalnego programu poleceń.

Wspieranie bezpiecznych warunków pracy.

- Inwestycja w certyfikację co najmniej trzech nowych miejsc pracy zgodnie z normą ISO 45001.
- Zmniejszenie obecnego wskaźnika częstotliwości i ciężkości wypadków do odpowiednio 12,00 i 0,29.

Promowanie elastycznego i zdrowego środowiska pracy w całej Grupie.

- Pilotaż co najmniej jednego działania w zakresie nowych sposobów pracy i/lub zatrudniania.
- Udostępnienie wszystkim menedżerom szkoleń w zakresie well-beingu, zapewniających narzędzia do identyfikowania i zarządzania kwestiami osobistymi oraz wsparcia swoich zespołów.
- Zapewnienie wszystkim pracownikom dostępu do ustrukturyzowanego programu wellbeingowego.
- Wspieranie pracowników znajdujących się w trudnej sytuacji z powodu nagłych wydarzeń losowych i/lub rodzinnych w całej Grupie, zapewniając co najmniej taki sam poziom inwestycji w program „Mozesz Liczyć na Biedronkę” w Polsce.

Wspieranie lokalnych społeczności

Zobowiązania zrównoważonego rozwoju Biedronki na lata 2024-2026

- Monitorowanie i ujawnianie co najmniej 70% (wartościowo) wpływu społecznego wynikającego z oferowanego przez Biedronkę corocznego wsparcia, zgodnie z modelem Business for Societal Impact (B4SI) i dostosowanego do kryteriów istotności finansowej.
- Wzmocnienie zaangażowania w projekty społeczne skierowane do dzieci, młodzieży i osób starszych z wrażliwych środowisk, mające na celu bezpośredni wpływ na 1 milion osób rocznie do 2026 roku.