

GRUPA EUROCASH

Raport Społecznej Odpowiedzialności Biznesu (CSR) za rok 2017

Raport stanowi integralną część raportu rocznego

CZĘŚĆ B

RAPORT Z DZIAŁALNOŚCI NIEFINANSOWEJ
- SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU

KOMORNIKI, 22 marca 2018 r.

SPIS TREŚCI

LIST OD CZŁONKA ZARZĄDU	80
1. O GRUPIE	81
1.1 LICZBA PLACÓWEK.....	83
1.2 WIELKOŚĆ I STRUKTURA SPRZEDAŻY.....	84
1.3 POWIĄZANIA KAPITAŁOWE GRUPY EUROCASH.....	86
1.4 STRUKTURA ZARZĄDCZA.....	88
1.5 STRUKTURA NADZORCZA.....	88
1.6 STRATEGIA GRUPY EUROCASH.....	89
1.7 WARTOŚCI GRUPY EUROCASH.....	91
1.8 CZŁONKOSTWO W STOWARZYSZENIACH.....	92
1.9 INTERESARIUSZE GRUPY.....	92
2. RAPORT	94
3. KLIENCI I DOSTAWCY	96
3.1 CHARAKTERYSTYKA ŁAŃCUCHA DOSTAW.....	97
3.2 SYSTEM BEZPIECZEŃSTWA ŻYWNOŚCI ŁAŃCUCHA DOSTAW.....	97
3.3 WSPARCIE BIZNESOWE KLIENTÓW.....	98
3.4 UMOWY OKOŁOBIZNESOWE DLA KLIENTÓW.....	98
3.5 AKADEMIA UMIEJĘTNOŚCI.....	99
3.6 STUDIA PODYPLOMOWE „ZARZĄDZANIE PRZEDSIĘBIORSTWEM W HANDLU DETALICZNYM”.....	100
3.7 HEROSI POLSKIEJ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI – PLEBISCYT HANDLU DETALICZNEGO.....	101
3.8 KOMUNIKACJA I DIALOG Z KLIENTAMI.....	102
3.9 REKLAMACJE I ROZSTRZYGANIE SPORÓW.....	102
4. PRACOWNICY	103
4.1 STRUKTURA ZATRUDNIENIA*.....	103
4.2 BEZPIECZEŃSTWO I HIGIENA PRACY.....	104
A) PROGRAMY PREWENCYJNE.....	105
B) SZKOLENIA Z PIERWSZEJ POMOCY.....	105
4.3 ZDROWIE PRACOWNIKÓW.....	105
4.4 STYPENDIA NAUKOWE FUNDACJI EUROCASH.....	106
4.5 SZKOLENIA I ROZWÓJ.....	106
4.6 POLITYKA ZARZĄDZANIA WYNIKAMI PRACY.....	108
4.7 ŚCIEŻKI KARIERY.....	109
A) PROGRAMY MENEDŻERSKIE.....	109
B) PROGRAM PRAKTYK LETNICH.....	110
C) REKRUTACJA WEWNĘTRZNA I AWANSE.....	111

4.8 DIALOG Z PRACOWNIKAMI I PARTYCYPACJA.....	111
A) BADANIE OPINII PRACOWNICZEJ.....	112
B) PLATFORMA WORKPLACE BY FACEBOOK.....	112
C) CZAT Z ZARZĄDEM.....	112
D) COTYGODNIOWY NEWSLETTER "UDANEGO TYGODNIA!".....	113
E) PUDEŁKO POMYSŁÓW.....	113
4.9. MOTYWACJA I INTEGRACJA.....	113
4.10. PRAWA PRACOWNIKÓW.....	114
A) POLITYKA ANTYMOBBINGOWA.....	114
B) LINIA ZAUFANIA.....	115
C) RÓŻNORODNOŚĆ W MIEJSCU PRACY.....	115
4.11. KODEKS ETYKI.....	115
5. ŚRODOWISKO	117
5.1 GOSPODAROWANIE ODPADAMI.....	118
A) WSPÓŁPRACA Z BANKAMI ŻYWNOSCI.....	118
5.2 ZUŻYCIE ENERGII I EMISJA CO ₂	118
A) AUDYT EFEKTYWNOŚCI ENERGETYCZNEJ.....	119
B) WYMIANA OŚWIETLENIA LED.....	119
C) EKOLOGICZNY BUDYNEK BIURA W WARSZAWIE.....	119
5.3 TRANSPORT.....	119
A) PROGRAM ZWIĘKSZENIA BEZPIECZEŃSTWA I EKOLOGII JAZDY.....	120
B) FLOTA AUT HYBRYDOWYCH.....	120
5.4 EKOBIURO.....	121
5.5 EDUKACJA EKOLOGICZNA.....	121
6. SPOŁECZEŃSTWO	122
6.1 WSPÓŁPRACA ZE ZWIĄZKIEM DUŻYCH RODZIN 3+.....	122
6.2 WSPÓŁPRACA Z UCZELNIAMI.....	122
6.3 ZBIÓRKI I AKCJE DLA POTRZEBUJĄCYCH.....	123
6.4 CHOINKA PEŁNA ŻYCZEŃ.....	123
6.5 DZIAŁ PORTALU PRACOWNICZEGO "POMÓŻ!".....	123
6.6 BIEGI CHARYTATYWNE.....	124
6.7 ODPOWIEDZIALNE PRODUKTY I USŁUGI.....	124
A) BIOLOVE.....	124
B) ABC NA KOŁACH.....	125
6.8 PROGRAMY DLA BEZPIECZEŃSTWA DROGOWEGO.....	125
6.9 PROMOCJA NIEMARNOWANIA ŻYWNOSCI.....	125

LIST OD CZŁONKA ZARZĄDU



Szanowni Państwo,

Odpowiedzialność od lat należy do kluczowych wartości Grupy Eurocash. Mamy świadomość jak ważnym i integralnym elementem prowadzenia biznesu w dzisiejszych czasach jest jego społeczna odpowiedzialność. Dla nas to fundament i zasady, na jakich opieramy naszą strategię biznesową. Rok 2017 był znaczący pod względem zrozumienia wpływu i związanej z nim odpowiedzialności naszej organizacji na otoczenie w wymiarze nie tylko ekonomicznym, ale również społecznym i środowiskowym. Dlatego też zdecydowaliśmy się opracować niniejszy raport zgodnie z międzynarodowymi wytycznymi Global Reporting Initiative.

Główną siłą Eurocash są nasi pracownicy, to oni zapewniają nam sprawne funkcjonowanie i rozwój. Dlatego jako priorytet traktujemy ich bezpieczeństwo oraz satysfakcję

z pracy. Konsekwencją tego podejścia jest zapewnienie im możliwości wszechstronnego rozwoju, korzystania z atrakcyjnych pakietów sportowych, wielopłaszczyznowego wsparcia dla rodzin, a od niedawna darmowej prywatnej opieki medycznej. Często słuchamy ich pomysłów i prowadzimy ciągły dialog poprzez projekty typu Pudełko Pomysłów czy okresowe czaty z Zarządem. Pracownicy sami od siebie również starają się pomagać innym, od lat zapewniają prezenty świąteczne dla wychowanków rodzinnych domów dziecka oraz organizują i włączają się w liczne zbiórki dla potrzebujących.

Nadrzędnym celem Grupy Eurocash jest wspieranie naszych klientów - niezależnych przedsiębiorców zarządzających sklepami detalicznymi. Koncentrujemy się na zwiększaniu ich konkurencyjności i oferowaniu im wartości dodanej.

Zapewniamy im przede wszystkim niezbędną wiedzę i jej ciągły rozwój poprzez nasz autorski projekt – Akademię Umiejętności Eurocash, w której łącznie wzięło udział już ponad 50 tys. właścicieli firm. W roku 2017 poszerzyliśmy ją o specjalnie zaprojektowany przez nas kierunek na studiach podyplomowych w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie. Nie zapominamy również o wspieraniu ich działań społecznych. W roku 2017 zorganizowaliśmy Plebiscyt Handlu Detalicznego „Herosi Polskiej Przedsiębiorczości”, w którym między innymi promowaliśmy i nagrodziliśmy przedsiębiorców prowadzących działania na rzecz swoich lokalnych społeczności.

Grupa Eurocash ma istotny wpływ na rozwój polskiej gospodarki poprzez obrót towarami o wartości ponad 23 mld zł, zapewnianie miejsca pracy dla kilkunastu tysięcy osób czy wspieranie rozwoju ponad 14 tysięcy sklepów detalicznych skupionych w sieciach franczyzowych i partnerskich. Szeroka skala naszych działań wiąże się niestety z wpływem na środowisko, m.in. poprzez spaliny aut czy generowanie odpadów. Na tym polu staramy się w jak największym stopniu zminimalizować nasze negatywne oddziaływanie - ograniczamy zużycie energii, optymalizujemy spalanie paliw w samochodach, a terminującą się żywność oddajemy potrzebującym.

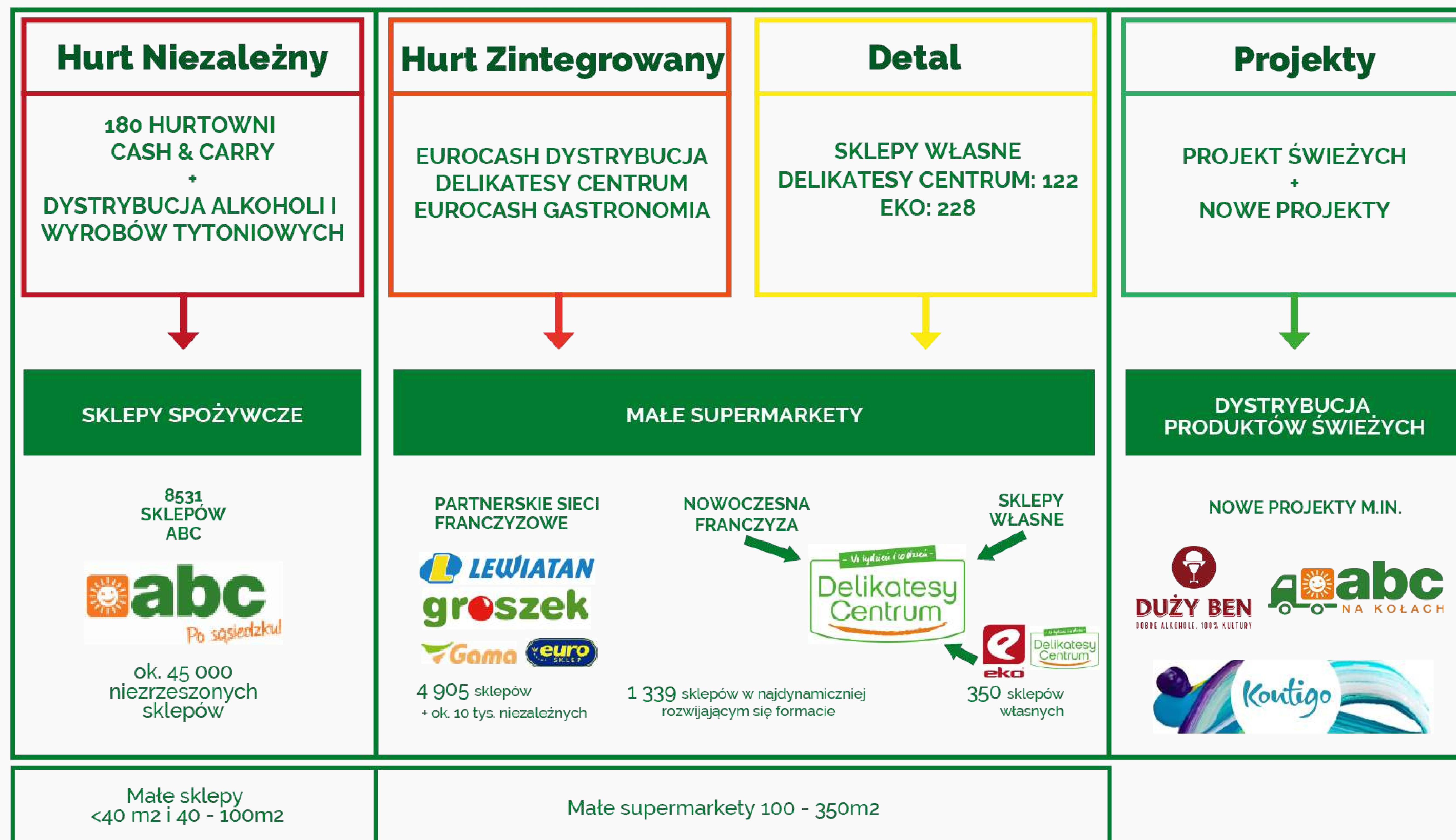
Dzięki ciągłemu doskonaleniu naszych działań, jesteśmy przekonani, że w przyszłorocznym raporcie będziemy mogli przedstawić kolejne strategiczne projekty, które przyczynią się do rozwoju naszych pracowników i klientów, obniżą nasz negatywny wpływ na środowisko oraz zwiększą nasz pozytywny wpływ społeczny. Tymczasem serdecznie zapraszam do lektury raportu CSR za rok 2017.

Jacek Owczarek
CZŁONEK ZARZĄDU
Jacek Owczarek

1. O GRUPIE

Grupa Eurocash to największa polska firma zajmująca się hurtową dystrybucją produktów żywnościowych oraz wsparciem marketingowym dla niezależnych polskich przedsiębiorców prowadzących działalność detaliczną. Wspierane przez Eurocash sieci franczyzowe i partnerskie zrzeszają ponad 14 tysięcy niezależnych sklepów działających pod takimi markami jak abc, Groszek, Delikatesy Centrum, Lewiatan, Euro Sklep czy Gama.

Poprzez szereg formatów dystrybucji, Grupa Eurocash koncentruje swoją działalność na hurtowej dystrybucji towarów do klientów ze wszystkich istotnych segmentów tradycyjnego rynku hurtowego, w szczególności dla tradycyjnych sklepów detalicznych (małe supermarkety i sklepy spożywcze), sklepów convenience, segmentu stacji benzynowych oraz sieci restauracji, hoteli i kawiarni.



Wykres 1 Wsparcie sklepów małych formatów

Źródło: Opracowanie własne

Poniżej prezentujemy aktualny podział na segmenty i formaty dystrybucji Grupy Eurocash:

Hurt Niezależny - sprzedaż realizowana przez formaty dystrybucji, których klienci nie posiadają stałych umów z Grupą Eurocash

- **Cash&Carry** – ogólnopolska sieć dyskontowych hurtowni typu Cash & Carry pod marką „Eurocash Cash & Carry”, w ramach której funkcjonuje program lojalnościowy dla sklepów detalicznych należących do sieci „abc”,
- **Papierosy i produkty impulsowe** – aktywna dystrybucja wyrobów tytoniowych i produktów impulsowych za pośrednictwem Eurocash Serwis,
- **Eurocash Alkohole** – hurtowa i detaliczna dystrybucja na terenie całej Polski napojów alkoholowych,
- **Inne** – przychody ze sprzedaży spółki PayUp S.A.

Hurt Zintegrowany - sprzedaż realizowana przez formaty dystrybucji, których klienci posiadają długoterminowe umowy z Grupą Eurocash, np.: systemy franczyzowe lub klienci z segmentu HoReCa

- **Delikatesy Centrum** – system franczyzowy dla sklepów detalicznych pod marką „Delikatesy Centrum”,
- **Eurocash Gastronomia** – zaopatrzenie dla sieci restauracji, hoteli oraz niezależnych punktów gastronomicznych,
- **Eurocash Dystrybucja** – w skład, której wchodzi:
 - Spółki prowadzące aktywną dystrybucję (Eurocash S.A. po połączeniu z Tradis Sp. z o.o., DEF Sp. z o.o., AMBRA Sp. z o.o.), oraz
 - Spółki organizujące i wspierające sieci franczyzowe i partnerskie sklepów detalicznych: Euro Sklep S.A., Lewiatan Holding S.A., Lewiatan Podlasie Sp. z o.o., Lewiatan Śląsk Sp.

z o.o., Lewiatan Zachód Sp. z o.o., Lewiatan Północ Sp. z o.o.,
Lewiatan Opole Sp. z o.o., Lewiatan Wielkopolska Sp. z o.o.,
Lewiatan Podkarpacie Sp. z o.o., Lewiatan Kujawy Sp. z o.o.,
Lewiatan Orbita Sp. z o.o.,
- Detal Podlasie Sp. z o.o. (spółka organizująca sklepy własne sieci Lewiatan).

Detal - sprzedaż detaliczna Spółek z Grupy Eurocash

- **sklepy własne w sieci Delikatesy Centrum** – sprzedaż detaliczna spółek, w których Eurocash posiada 50% udziałów: Firma Rogala Sp. z o.o., FHC-2 Sp. z o.o., Madas Sp. z o.o.,
- **EKO** – sprzedaż detaliczna sklepów pod marką Delikatesy Centrum i EKO zarządzane przez EKO Holding S.A.,
- **Inmedio** – sprzedaż detaliczna kiosków z prasą działających pod marką Inmedio.

Projekty

- Przychody ze sprzedaży realizowane przez nowe projekty prowadzone przez Eurocash S.A. oraz spółki zależne: 1minute, Kontigo, abc na kołach, Duży Ben, 4Vapers, Sushi To Go oraz sprzedaż świeżych produktów do sklepów Delikatesy Centrum realizowana przez Eurocash Detal Sp. z o.o.

Inne

Przychody ze sprzedaży oraz koszty m.in. działów centralnych ponoszone przez Grupę, nie przypisane do żadnego segmentu.

Tabela 1 Grupa Eurocash: Podstawowe dane finansowe

	mln zł	2017	2016
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów		23 271,08	21 219,90
Wynagrodzenia		1 024,01	780,93
Zysk brutto na sprzedaży		2 440,98	2 112,12
EBITDA		360,71*	440,49
Zysk netto		84,84*	190,02

*wyłączając wpływ uiszczonych kosztów potencjalnych zobowiązań z tytułu podatku VAT na zysk netto

Główna siedziba Grupy Eurocash mieści się w Komornikach pod Poznaniem. Grupa Eurocash prowadzi działalność wyłącznie na terenie Polski, który pod względem warunków ekonomicznych i ryzyka prowadzenia działalności można uznać za obszar jednorodny.

1.1 LICZBA PLACÓWEK

Na dzień 31 grudnia 2017 r. sieć handlu hurtowego Grupy Eurocash obejmowała 180 Hurtowni Cash & Carry, do sieci Delikatesów Centrum należało 1 171 supermarketów, natomiast sieć „abc” obejmowała 8 531 lokalnych sklepów spożywczych, w sieciach franczyzowych i partnerskich Eurocash Dystrybucja zrzeszonych było 4 905 sklepów. W tabeli na następnej stronie przedstawiono informacje na temat liczby Hurtowni Cash & Carry, Delikatesów Centrum, sieci sklepów „abc”, salonów Inmedio oraz sklepów zrzeszonych w ramach Eurocash Dystrybucja.

Tabela 2 Liczba hurtowni Cash & Carry, Delikatesów Centrum, sieci sklepów „abc”, salonów Inmedio oraz sklepów zrzeszonych w ramach Eurocash Dystrybucja

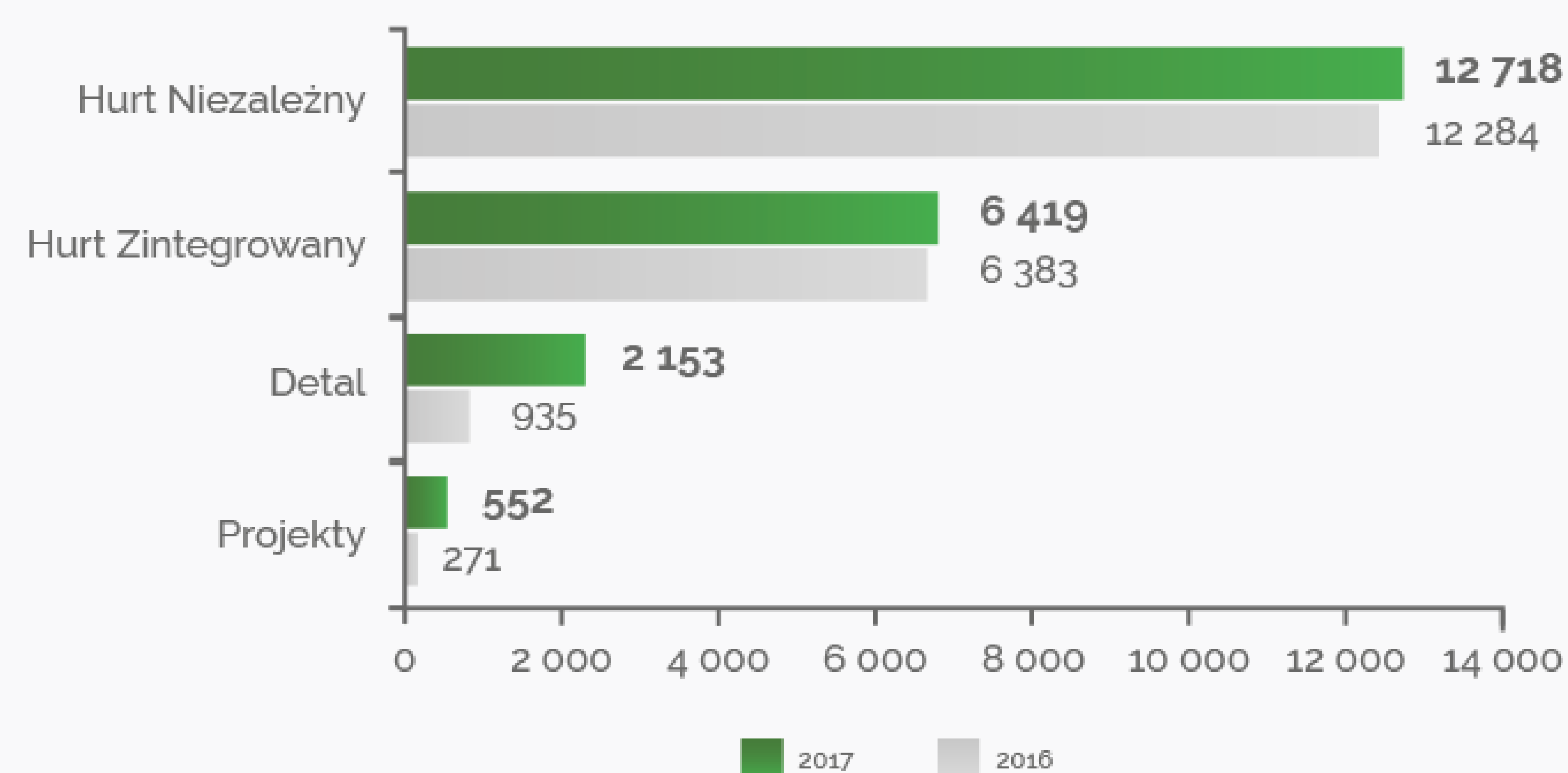
	stan na 31.12.2017	stan na 31.12.2016
Hurtownie Cash & Carry	180	190
Delikatesy Centrum	1 171	1 086
Sieć sklepów „abc”	8 531	8 605
Salony Inmedio	452	476
Sieci franczyzowe i partnerskie*	4 905	4750

*Groszek, Euro Sklep S.A., Lewiatan, PSD

1.2 WIELKOŚĆ I STRUKTURA SPRZEDAŻY

Strukturę sprzedaży w podziale na segmenty (w mln zł) za rok 2016 i 2017 przedstawia poniższy wykres.

Wykres 2 Sprzedaż produktów w poszczególnych formatach (mln zł)



Źródło: Opracowanie własne

W 2018 roku Grupa Eurocash w ramach aktualizacji strategii oraz w celu poprawienia przejrzystości raportowania będzie prezentować wyniki w podziale na dwa główne segmenty: Hurt i Detal.

W segmencie hurtowym uwzględnione zostaną formaty dystrybucji:

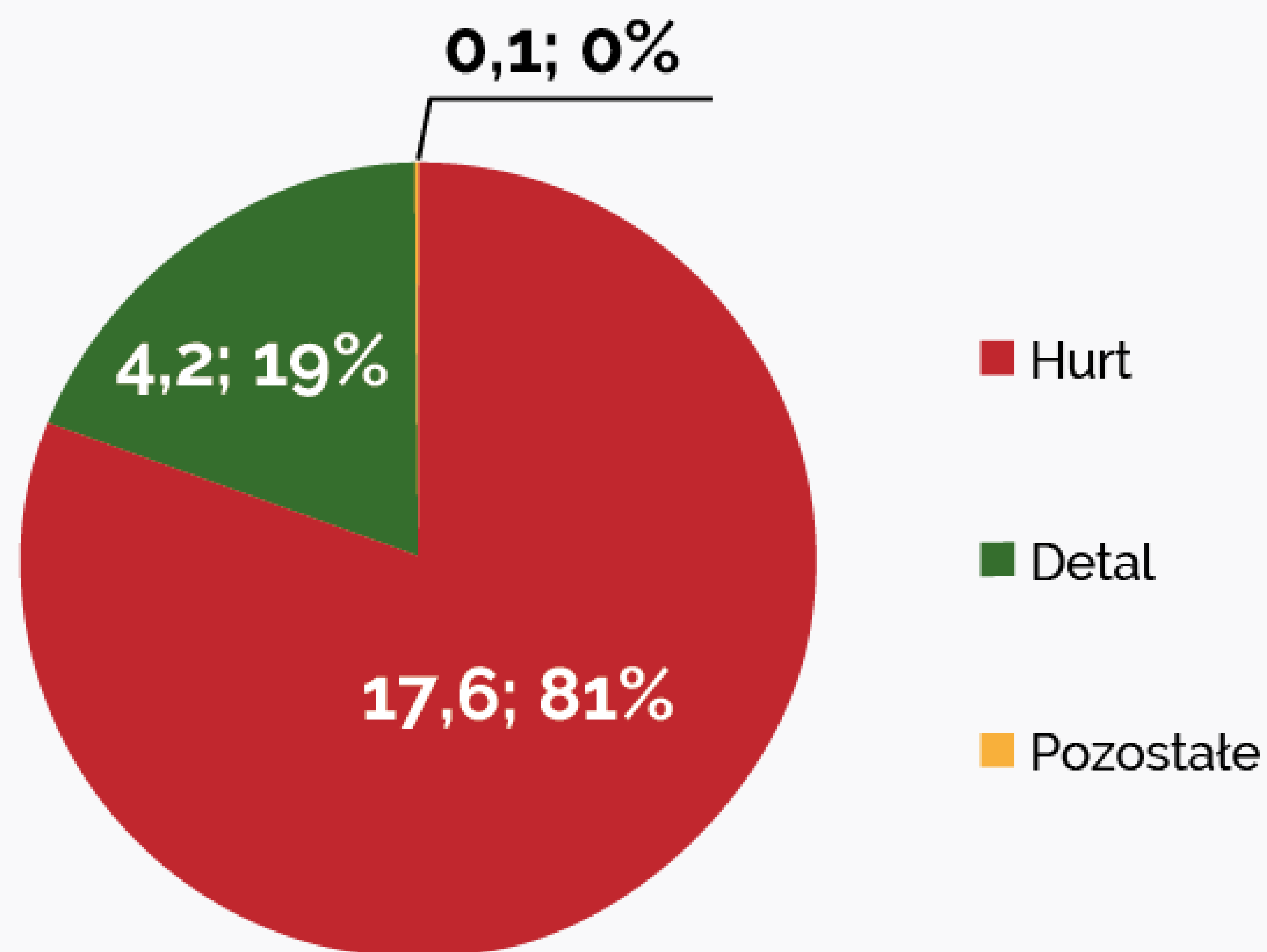
- Eurocash Dystrybucja,
- Eurocash Serwis,
- Eurocash Alkohole,
- Eurocash Cash&Carry,
- Eurocash Gastronomia,
- Pay Up.

W segmencie detalicznym uwzględnione zostaną formaty dystrybucji:

- Delikatesów Centrum – sprzedaż hurtowa do sklepów franczyzowych z uwzględnieniem sprzedaży Projektu Świeże do sieci Delikatesy Centrum,
- Delikatesów Centrum własnych – sprzedaż detaliczna spółek Firma Rogala, FHC-2, Madas oraz EKO Holding,
- Inmedio – sprzedaż detaliczna saloników prasowych Inmedio.

Poniżej prezentujemy podział przychodów ze sprzedaży towarów za 2017 rok w podziale na nowe segmenty działalności.

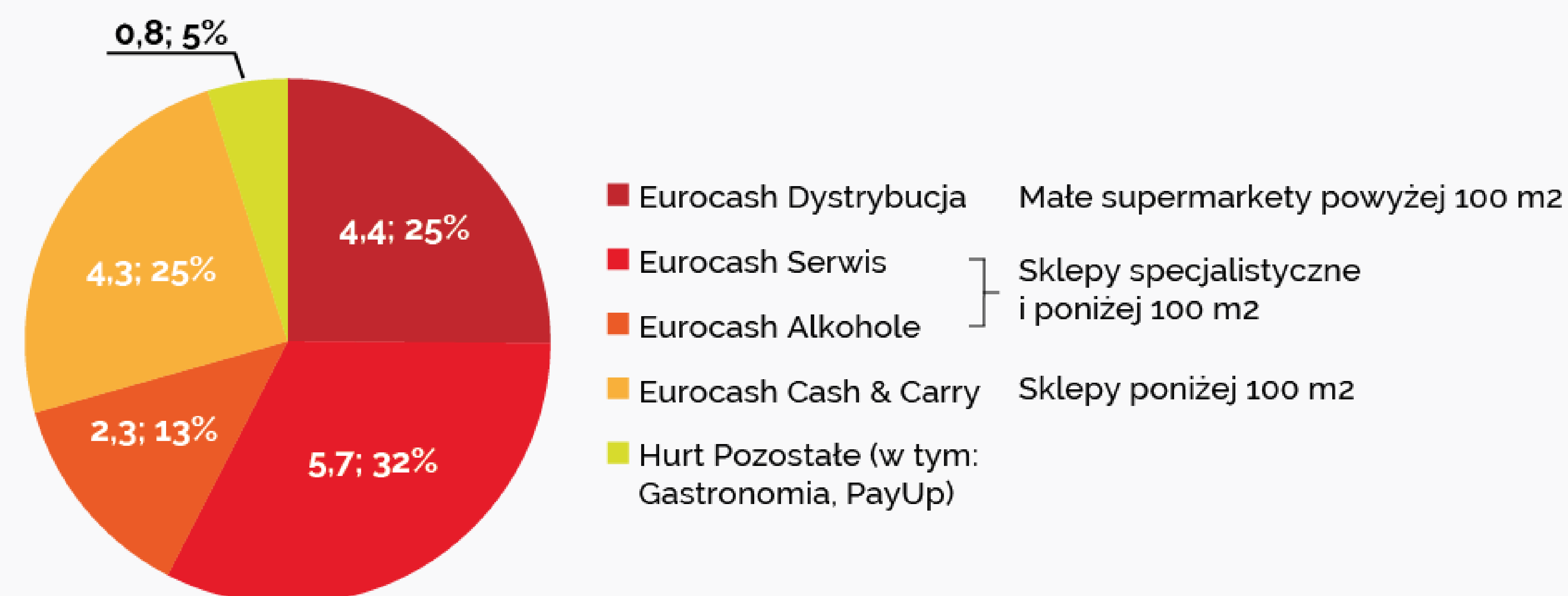
Wykres 3 Grupa Eurocash: Prezentacja segmentów Grupy w podziale na segmenty detaliczne i hurtowe (mld zł)



Źródło: Opracowanie własne

Segment detaliczny stanowił w Grupie Eurocash blisko 19%, podczas gdy segment hurtowy odpowiedzialny był za 81% przychodów ze sprzedaży Grupy Eurocash.

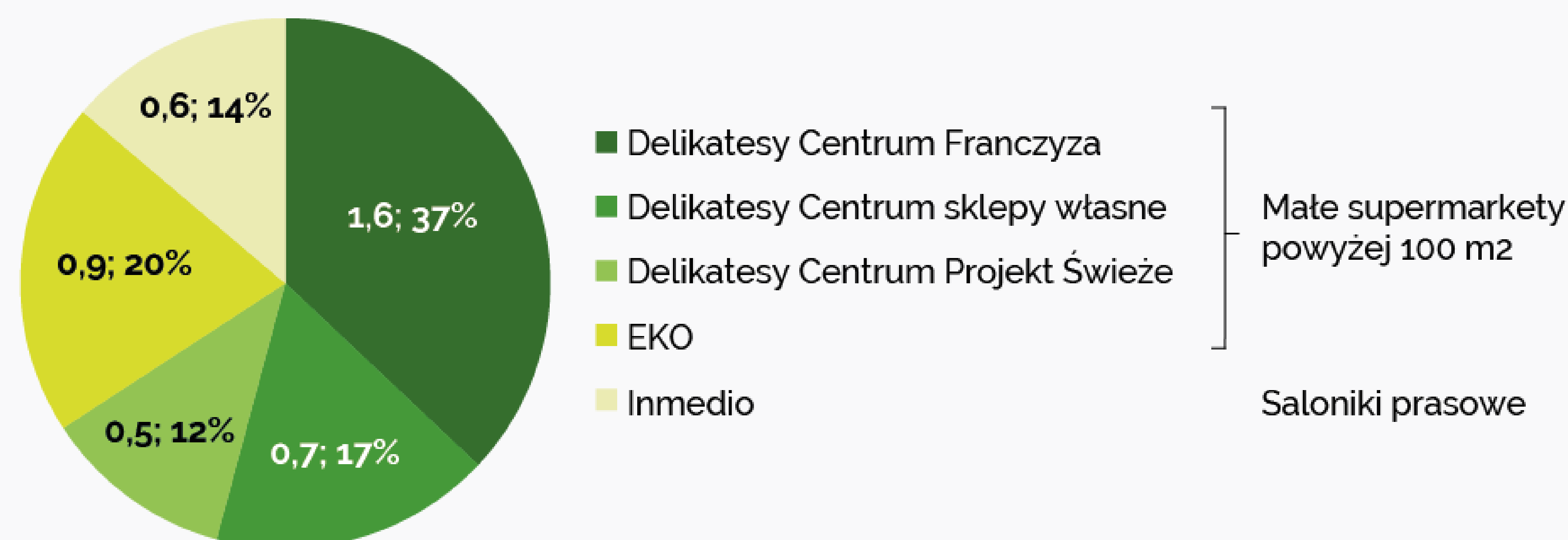
Wykres 4 Grupa Eurocash: Sprzedaż segmentu hurtowego w podziale na poszczególne segmenty (mld zł)



Źródło: Opracowanie własne

Największy udział w sprzedaży segmentu hurtowego stanowią przychody ze sprzedaży generowane przez Eurocash Serwis - 32%, następnie Eurocash Dystrybucja i Eurocash Cash&Carry – po 25% sprzedaży segmentu hurtowego. Sprzedaż segmentu Eurocash Alkohole stanowi ok. 13% sprzedaży.

Wykres 5 Grupa Eurocash: Sprzedaż segmentu detalicznego w podziale na poszczególne segmenty (mld zł)



Źródło: Opracowanie własne

Segment Detaliczny składa się głównie ze sprzedaży hurtowej do Delikatesów Centrum, która stanowi ok. 49% uwzględniając sprzedaż Projektu Świeże (dystrybucja produktów świeżych takich jak owoce, warzywa, mięso i wędliny). Sklepy własne Delikatesy Centrum prowadzone przez spółki w których Eurocash posiada 50% udziału (Firma Rogala, FHC-2, Madas) stanowią 17% przychodów ze sprzedaży, natomiast sklepy prowadzone przez EKO Holding (zarówno sklepy Delikatesy Centrum jak i EKO) stanowią 20% sprzedaży. Do segmentu detalicznego zaliczana jest również sprzedaż detaliczna saloników prasowych Inmedio, których udział w przychodach segmentu stanowi 14%.

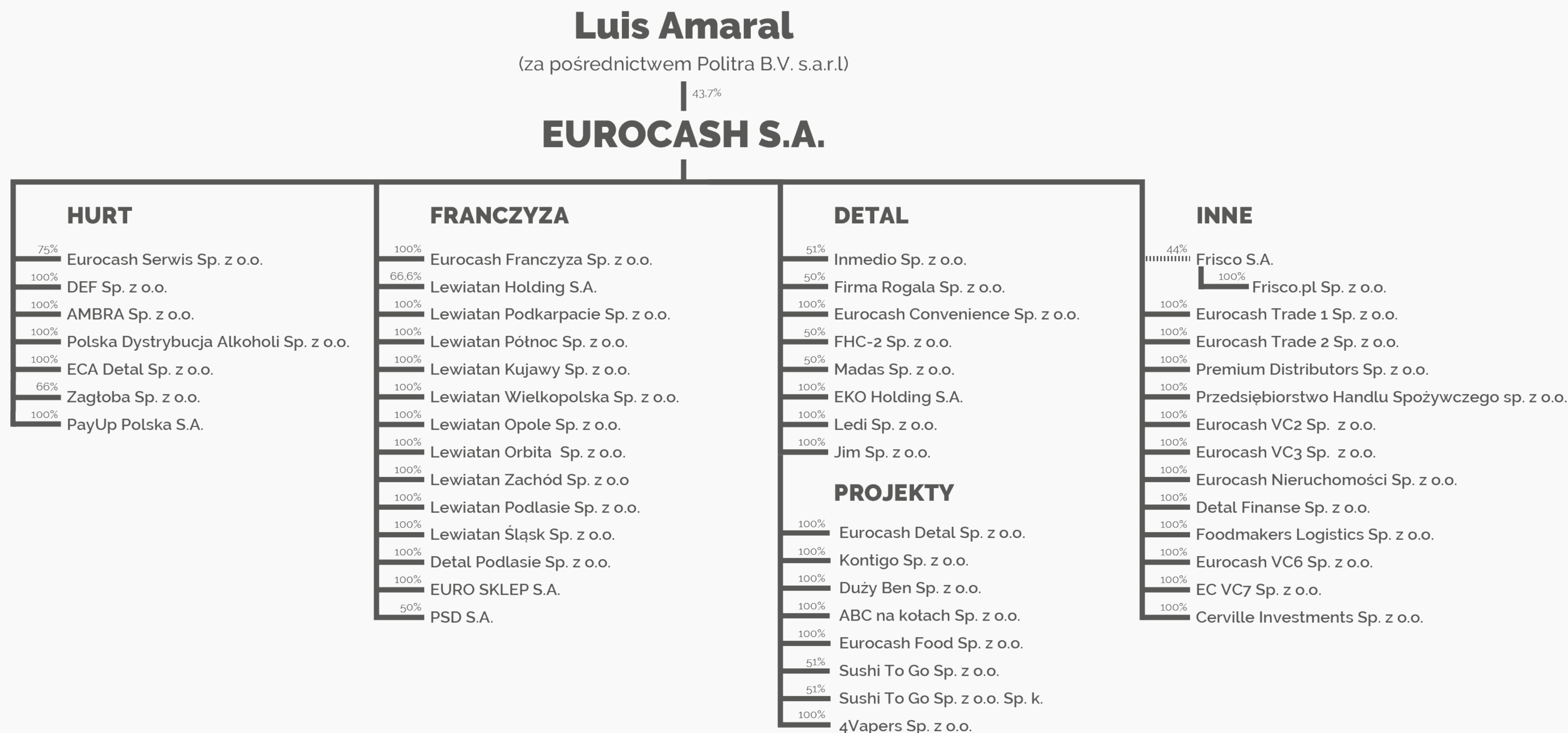
W sprzedaży Grupy Eurocash dominują podstawowe artykuły spożywcze i napoje (w tym napoje bezalkoholowe i alkoholowe). W 2017 roku udział tych produktów wyniósł 68,4% wartości sprzedaży. Drugą pod względem istotności grupą towarową były wyroby tytoniowe, karty telefoniczne i doładowania pre-paid, których udział w 2017 r. sięgnął 29,0%. Udział pozostałych artykułów nieżywnościowych (w tym kosmetyki, chemia gospodarcza, leki OTC oraz pozostałe) wyniósł w 2017 r. 2,6%.

1.3 POWIĄZANIA KAPITAŁOWE GRUPY EUROCASH

Głównym akcjonariuszem Eurocash jest Pan Luis Amaral (bezpośrednio oraz pośrednio poprzez Politra B.V. s.a.r.l) posiadający na dzień 31.12.2017 r. 43,72% akcji Spółki. Pan Luis Amaral pełni funkcję Prezesa Zarządu Spółki. Jednostką dominującą w Grupie jest Eurocash S.A., która realizuje większość sprzedaży Grupy.

Na dzień 22 listopada 2017 r. Azvalor Asset Management S.G.I.I.C. S.A. wraz ze spółkami pośrednio i bezpośrednio zależnymi, posiadał łącznie 7.498.451 akcji stanowiących 5,39% kapitału zakładowego Eurocash S.A. Z akcji tych przysługiwało 7.498.451 głosów stanowiących 5,39% udziału w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu Eurocash S.A.

Strukturę Grupy Eurocash oraz jednostki podporządkowane Grupy na dzień 31.12.2017 r. przedstawiono na następnym stronie.



W dniu 4 stycznia 2017 r. Eurocash nabył 100% akcji w spółce EKO Holding S.A. z siedzibą w Nowej Wsi Wrocławskiej oraz pośrednio 100% udziałów w spółkach Ledi Sp. z o.o. i Jim Sp. z o.o.

W dniu 15 września 2017 r., Grupa Eurocash zawarła przedwstępną umowę zakupu 100% udziałów w kapitale

zakładowym spółki Domelius Limited, a tym samym należącej do niej sieci supermarketów Mila. Ostateczne zawarcie umowy jest uzależnione od spełnienia warunków uzgodnionych w Umowie Przedwstępnej, w szczególności uzyskania przez Eurocash zgody Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

1.4 STRUKTURA ZARZĄDCZA

Organem zarządzającym Eurocash S.A. jest zarząd składający się z 7 członków. Skład Zarządu na dzień 31.12.2017 r. zaprezentowano poniżej:

Tabela 3 Skład zarządu Spółki w roku 2017

Luis Manuel Conceicao do Amaral	Prezes Zarządu
Rui Amaral	Członek Zarządu – Dyrektor Generalny
Arnaldo Guerreiro	Członek Zarządu
Pedro Martinho	Członek Zarządu
Jacek Owczarek	Członek Zarządu – Dyrektor Finansowy
Katarzyna Kopaczewska	Członek Zarządu – Dyrektor Personalny
Przemysław Ciał	Członek Zarządu

Zarząd prowadzi sprawy Spółki i reprezentuje ją. Do składania oświadczeń woli i podpisywania w imieniu Spółki dokumentów wymagane jest współdziałanie dwóch członków Zarządu albo jednego członka Zarządu łącznie z prokurentem.

Pracami Zarządu kieruje Prezes Zarządu. Wszyscy członkowie Zarządu są zobowiązani i uprawnieni do

wspólnego prowadzenia spraw Spółki, w szczególności w zakresie określania i wdrażania strategii rozwoju oraz głównych celów, określanie struktury organizacyjnej i polityki kadrowej.

W pozostałym zakresie poszczególni członkowie Zarządu są odpowiedzialni za samodzielne prowadzenie spraw Spółki wynikających z wewnętrznego podziału obowiązków i funkcji określonego decyzją Zarządu.

Zarząd może podejmować uchwały na posiedzeniu lub poza posiedzeniem w formie pisemnej lub przy wykorzystaniu środków bezpośredniego porozumiewania się na odległość. Uchwały Zarządu zapadają zwykłą większością głosów oddanych przez członków Zarządu i są protokołowane. Do ważności uchwał Zarządu podejmowanych na posiedzeniu Zarządu wymagane jest prawidłowe zawiadomienie o posiedzeniu wszystkich członków Zarządu.

1.5 STRUKTURA NADZORCZA

Rada Nadzorcza składa się z 5 członków, przy czym prawo powoływania i odwoływania trzech członków Rady Nadzorczej przysługuje spółce Politra B.V.s.a.r.l (albo jej następcom prawnym), zaś 2 członków Rady Nadzorczej powołuje i odwołuje Walne Zgromadzenie. Odwołanie członka Rady Nadzorczej jest skuteczne jedynie wówczas, gdy równocześnie z odwołaniem następuje powołanie nowego członka Rady Nadzorczej.

Skład Rady Nadzorczej w okresie od 01.01.2017 r. do 31.12.2017 r. przedstawiał się jak w poniższej tabeli.

Tabela 4 Skład Rady Nadzorczej Spółki w roku 2017 wraz z funkcjami pełnionymi przez jej członków

João Borges de Assuncao	Przewodniczący Rady Nadzorczej
Eduardo Aguinaga de Moraes	Członek Rady Nadzorczej
Francisco José Valente Hipólito dos Santos	Członek Rady Nadzorczej
Hans Joachim Körber	Członek Rady Nadzorczej
Jacek Szwajcowski	Członek Rady Nadzorczej

Status członków niezależnych Rady Nadzorczej posiadają:

- I. Panowie Jacek Szwajcowski i Hans Joachim Körber, jako członkowie Rady Nadzorczej powołani przez Walne Zgromadzenie Spółki oraz
- II. Pan João Borges de Assunção, powołany przez akcjonariusza Politra B.V.s.a.r.l, który złożył oświadczenie, iż spełnia kryteria niezależnego członka Rady Nadzorczej.

Tym samym, 3 z 5 członków Rady Nadzorczej Spółki jest „członkami niezależnymi”.

Rada wybiera spośród swoich członków przewodniczącego Rady. Rada Nadzorcza może również odwołać przewodniczącego Rady z pełnionej funkcji. Rada Nadzorcza wykonuje stały nadzór nad działalnością Spółki we wszystkich dziedzinach jej działania.

1.6 STRATEGIA GRUPY EUROCASH

Zarząd Grupy Eurocash poprzez swoje działania zmierza do zrównoważonego rozwoju działalności Grupy oraz swoich klientów. Nadrzędnym celem Grupy Eurocash jest zapewnienie konkurencyjności niezależnym sklepom detalicznym w Polsce, oferowanie wartości dodanej dla klientów Grupy oraz zwiększanie wartości Grupy dla jej akcjonariuszy.

Swoją strategię Grupa realizuje poprzez:

- zaspokajanie potrzeb klientów przy wykorzystaniu różnorodnych formatów dystrybucji i form współpracy, a także zapewnianie klientom oczekiwanego poziomu jakości i obsługi;
- tworzenie trwałej przewagi konkurencyjnej Grupy poprzez efekt skali;
- systematyczną optymalizację kosztów oraz integrację systemów operacyjnych wszystkich jednostek biznesowych działających w ramach Grupy.

W odpowiedzi na postępujący proces konsolidacji na rynku dystrybucji artykułów żywnościowych w Polsce, w tym na rynku hurtowej dystrybucji produktów FMCG w Polsce, strategia Grupy Eurocash zakłada także dalszy wzrost organiczny w każdym formacie dystrybucji oraz kontynuowanie przejęć innych sprzedawców hurtowych, sieci franczyzowych i sieci detalicznych. Transakcje przejęć innych podmiotów pozwalają na stosunkowo szybkie uzyskanie efektu skali, co przekłada się na możliwość zaoferowania klientom Grupy (niezależny handel detaliczny)

lepszych warunków zakupu towarów, co powinno przyczynić się również do poprawy konkurencyjności i pozycji rynkowej Grupy.

Zgodnie ze zaktualizowaną strategią na 2023 rok, zamiarem Grupy Eurocash jest stworzenie największej w Polsce sieci supermarketów w oparciu o sklepy własne oraz franczyzowe.

Źródłem ekspansji której założeniem jest uruchomienie w ciągu 5 lat 900 nowych sklepów, będzie rozwój sieci w modelu franczyzowym, wspierany kolejnymi przejęciami lokalnych sieci oraz budową sklepów od podstaw (wspólnie z partnerami z sektora nieruchomości). W ten sposób przedsiębiorcy z całej Polski będą mieli dostęp do rozpoznawalnej marki detalicznej oraz narzędzi marketingowych na poziomie kosztowym porównywalnym do sieci sklepów wielkopowierzchniowych.

Misją Grupy Eurocash jest podnoszenie konkurencyjności sklepów detalicznych prowadzonych przez niezależnych przedsiębiorców w Polsce. Doświadczenia wypracowane w sklepach własnych docelowo będą przekazywane franczyzobiorcom.

Jednym z narzędzi udostępnionych dotychczas wszystkim klientom Grupy Eurocash jest Akademia Eurocash – platforma edukacyjna dająca niezależnym przedsiębiorcom wiedzę do jakiej nie mają dostępu pracownicy konkurencyjnych sieci wielkopowierzchniowych. Kolejnym rozwiązaniem wypracowanym już dziś na bazie sieci Delikatesy Centrum jest platforma dystrybucji produktów świeżych, która zostaje udostępniona w pierwszej kolejności franczyzobiorcom i partnerom zrzeszonych w sieciach kooperujących z Eurocash Dystrybucja. W następnej kolejności udostępniony zostanie

System Zarządzania Relacjami z Klientami bazujący na mechanizmach wypracowanych w Delikatesach Centrum (Delikarta). Docelowo również klienci Grupy Eurocash, będą mogli skorzystać z rozwiązań sklepu internetowego stworzonego na bazie doświadczeń Frisco.pl.

W ramach działalności hurtowej, Grupa Eurocash skupi się natomiast na integracji poszczególnych jednostek biznesowych, współdzieleniu najlepszych rozwiązań wypracowanych przez każdy z formatów oraz realizacji synergii grupowych. Zdrowy, zreorganizowany biznes hurtowy, generujący silne przepływy gotówkowe z działalności operacyjnej, będzie głównym źródłem finansowania ekspansji segmentu detalicznego.

W celu zachowania konkurencyjności handlu sklepów niezależnych w Polsce, Grupa Eurocash kontynuuje inwestycje w projekty innowacyjne: Duży Ben, abc na kołach, Kontigo, dystrybucja wysokiej jakości produktów świeżych i inne. Po zrealizowanych z sukcesem w ubiegłych latach projektach: Faktoria Win i PayUp, Spółka zdecydowała o rozwinięciu: konceptu Duży Ben i udostępnieniu go franczyzobiorcom oraz dystrybucji wysokiej jakości produktów świeżych do klientów Eurocash Dystrybucja.

Cel Grupy Eurocash

Celem Grupy Eurocash jest zostanie wiodącym dystrybutorem żywności i innych artykułów FMCG w Polsce. Poprzez połączenie know-how z przedsiębiorczością klientów i pracowników Grupa chce maksymalizować udział rynkowy w dystrybucji produktów codziennej potrzeby dla konsumentów w Polsce.

1.7 WARTOŚCI GRUPY EUROCASH

Wartości, zasady, standardy, normy postępowania organizacji, zebrane zostały w kodeksach postępowania i kodeksach etycznych. Poniżej prezentujemy 8 głównych wartości Grupy Eurocash:

Odpowiedzialność

Każdy z nas ma precyzyjnie wyznaczone cele i jest odpowiedzialny za ich realizację. Dzięki efektywnemu wykorzystaniu dostępnych środków dążymy do osiągnięcia stawianych przed nami wyzwań. Tym samym wszyscy przyczyniamy się do rozwoju Grupy i zwiększania generowanych przez nią zysków.

Rzetelność

Wierzymy, że jesteśmy kowalami własnego losu, a stawiane przed nami wyzwania są okazją do wykazania się i wprowadzenia nowych rozwiązań i udoskonaleń. Wyznajemy filozofię 360 stopni, według której jesteśmy oceniani zarówno przez przełożonego, jak i przez podwładnych, klientów wewnętrznych oraz osoby na stanowiskach równoległych.

Praca zespołowa

W tak złożonej i dynamicznie rozwijającej się organizacji jak Grupa Eurocash możemy osiągać wyniki dzięki efektywnej współpracy, umiejętności dostosowania się do zmian oraz dzięki motywacji wszystkich pracowników. Dynamizm

działania, kreatywność i liczne efekty synergii płynące z pracy w zespole pozwalają nam osiągać wyniki przynoszące satysfakcję zarówno całej firmie, jak i każdemu pracownikowi.

Przejrzystość

W Grupie Eurocash kierujemy się wysokimi standardami etycznymi wobec pracowników, klientów oraz dostawców. Każdy powinien działać w zgodzie z przepisami prawa i zasadami uczciwości oraz okazywać szacunek wszystkim, z którymi współpracuje. Przestrzegamy wszystkich zasad ładu korporacyjnego spółek giełdowych, a informacje dotyczące działalności oraz wyników firmy są w pełni dostępne.

Dzielenie się zyskami

Gdy Grupa Eurocash osiąga postawione sobie cele, udział w zysku mają również poszczególni pracownicy. Każdy z nas oceniany jest według realizowanych zadań – osoby osiągające najlepsze wyniki nagradzane są wyżej od pozostałych. Odwaga w podejmowaniu decyzji, elastyczność, nastawienie na zwiększanie efektywności i realizowanie ambitnych wyzwań są wysoko oceniane.

Zorientowanie na klienta

Wierzymy, że jedynie poprzez wychodzenie naprzeciw oczekiwaniom naszych klientów możemy się rozwijać i generować większe zyski. Dla Grupy Eurocash priorytetem jest i będzie zaspokajanie potrzeb klientów i wdrażanie rozwiązań służących zwiększeniu konkurencyjności ich

oferty. Dzięki temu nasi klienci mogą umacniać swoją pozycję rynkową oraz zwiększać dochodowość biznesu.

Zadowolenie z pracy

W Grupie Eurocash dbamy o to, by być atrakcyjnym pracodawcą. Osiągamy to poprzez uczciwie nagradzanie za osiągnięte wyniki. Bardzo ważne jest też, by pracownicy czerpali satysfakcję i radość z realizacji stawianych przed nimi wyzwań. Środowisko pracy w Grupie Eurocash jest nieformalne, daje możliwość rozwoju i zdobywania doświadczeń w ekscytującym, pełnym pasji i energii otoczeniu.

Przedsiębiorczość

Przedsiębiorczość to DNA naszej firmy. Jesteśmy przekonani, że w każdym z nas drzemie zmysł przedsiębiorcy, który - dobrze wykorzystany - pozwala nam osiągać to, co niemożliwe. Aktywnie analizujemy otoczenie, w którym działamy, i identyfikujemy szanse rozwoju dla naszych klientów i naszej firmy. Działamy innowacyjnie i świadomie podejmujemy ryzyko wierząc, że dzięki temu możemy być numerem jeden.

1.8 CZŁONKOSTWO W STOWARZYSZENIACH

Eurocash udziela się w licznych stowarzyszeniach, w których poprzez współpracę i wymianę doświadczeń, przyczynia się do osiągnięcia założonych celów. Organizacje te to m.in.:

- United Nations Global Compact
- Partnerstwo „Razem dla środowiska” UNEP
- Polska Izba Handlu
- Polska Organizacja Francyzodawców
- Polska Rada Biznesu
- Pracodawcy RP



1.9 INTERESARIUSZE GRUPY EUROCASH

Interesariuszy Grupy można podzielić na dwie grupy pod względem istotności: kluczowych i pozostałych.

Tabela 5 *Interesariusze Grupy Eurocash*

Kluczowi	Pozostali
<p>Klienci Ajenci hurtowni Franczyzobiorcy i właściciele niezależnych sklepów Konsumenci</p> <p>Pracownicy</p> <p>Dostawcy i podwykonawcy Produktów Usług (transportowych, sprzątających itp.)</p> <p>Akcjonariusze</p>	<p>Spółeczności lokalne i organizacje pozarządowe Środowisko naturalne Właściciele obiektów Inni kontrahenci Konkurencja Inne spółki EC Instytucje finansowe Sektor edukacji: uczelnie i szkoły branżowe Organizacje branżowe i konsumenckie Organizacje certyfikujące Media Administracja publiczna i instytucje ochrony środowiska</p>

Sposób komunikacji z kluczowymi interesariuszami:

- Klienci
 - biura obsługi klienta, udział w Akademii Eurocash, publikacje własne i branżowe, systemy informatyczne do obsługi zamówień, specjalne wydarzenia, strona internetowa, badania, raporty CSR
- Pracownicy
 - miesięcznik EUROpress, portal pracowniczy, portal społecznościowy workplace, plakaty, tablice informacyjne, spotkania, newsletter, badanie opinii
- Dostawcy i podwykonawcy
 - codzienna współpraca, spotkania, konferencje, newslettery, audyty, strona internetowa, raport CSR
- Akcjonariusze
 - specjalna sekcja na stronie internetowej, raporty finansowe i CSR, komunikaty i konferencje prasowe, dział relacji inwestorskich

Interesariusze Grupy zostali zidentyfikowani na podstawie ich wpływu na Spółkę oraz wpływu Grupy na sytuację interesariuszy.

Najczęstszą formą kontaktu interesariuszy jest kontakt telefoniczny oraz za pośrednictwem elektronicznych środków komunikacji.

Od wielu lat Grupa Eurocash corocznie raportuje kwestie związane ze społeczną odpowiedzialnością. Niniejszy raport dotyczy okresu od 1 stycznia 2017 do 31 grudnia 2017. Poprzedni raport został opublikowany w dniu 17 marca 2017 r.

Metodologia tegorocznego raportu jest oparta o wytyczne międzynarodowego standardu Global Reporting Initiative (GRI), co pozwala ustandaryzować informacje oraz dobrać wskaźniki odpowiednie dla działalności Grupy Eurocash. Wskaźniki GRI G4 zostały zaprezentowane w wersji podstawowej.

W ramach standardu GRI G4 zostały zidentyfikowane następujące istotne aspekty:

Aspekt raportowania		Oddziaływanie aspektu wewnątrz organizacji	Oddziaływanie aspektu na zewnątrz organizacji
Miejsce pracy	<ul style="list-style-type: none"> warunki zatrudnienia bezpieczeństwo etyka i wartości firmy równe szanse w miejscu pracy 	+	
Środowisko	<ul style="list-style-type: none"> zużycie energii zużycie paliw i emisje ze środków transportu gospodarowanie odpadami 	+	+
Jakość i bezpieczeństwo żywności	<ul style="list-style-type: none"> dbałość o jakość i bezpieczeństwo produktów oraz opakowań kryteria doboru dostawców i narzędzia ich weryfikacji 	+	+
Rynek	<ul style="list-style-type: none"> zapewnienie konkurencyjności niezależnym sklepom detalicznym w Polsce odpowiedź na potrzeby klientów, w tym innowacje w produktach do nich skierowanych 	+	+

Tabela 6 Znaczące aspekty Grupy Eurocash

W większości przypadków zidentyfikowane aspekty mają dwustronne oddziaływanie, do wewnątrz i na zewnątrz Grupy oraz różnią się stopniem i charakterem oddziaływania oraz wagą dla poszczególnych interesariuszy.

Nie zostały wprowadzone korekty żadnych informacji zawartych w poprzednim raporcie. Bieżący raport w stosunku do poprzedniego z racji opracowania go w standardzie GRI znacząco rozszerzył swoją zawartość m.in. o pełną charakterystykę firmy, procesu raportowania czy uszczegółowienie wskaźników.

W razie pytań dotyczących niniejszego raportu zapraszamy do kontaktu z Jackiem Zatońskim, pełniącym funkcję specjalisty ds. CSR (csr@eurocash.pl).

3. KLIENCI I DOSTAWCY

Grupa Eurocash współpracuje łącznie z liczbą ok. 79 tys. klientów prowadzących sprzedaż detaliczną produktów szybkozbywalnych oraz z 1817 producentami. Będąc partnerem tak dużej liczby podmiotów Grupa współtworzy istotną część łańcucha dostaw produktów żywnościowych do konsumentów w całej Polsce.

Producenci, dzięki współpracy z Grupą, mogą korzystać z efektywnej dystrybucji swoich produktów poprzez sieć klientów Grupy posiadających sklepy detaliczne zarówno w większych miastach jak i nisko zaludnionych miejscowościach. Dzięki tej współpracy producenci mają możliwość koncentracji swojej działalności na wytwarzaniu produktów oraz budowaniu ich wizerunku wśród konsumentów przy jednoczesnym uniknięciu kosztownych inwestycji w budowę systemu logistycznego. Efektywność kosztowa dystrybucji poprzez Grupę Eurocash uzyskiwana jest dzięki wykorzystaniu infrastruktury logistycznej do dystrybucji towarów wielu producentów jednocześnie, niezależnie od wielkości zamówienia produktów wybranego producenta.

Klienci z kolei współpracując z Grupą korzystają z efektów skali, pozycji negocjacyjnej oraz wsparcia marketingowego, jakiego nie mógłby osiągnąć jeden podmiot działający samodzielnie. Dzięki rozbudowanej strukturze formatów dystrybucyjnych, a także ofercie wielu dobrze rozwiniętych systemów franczyzowych i partnerskich, klienci Grupy mają

możliwość wybrania dedykowanej oferty odpowiadającej na indywidualne potrzeby konsumentów w danym rynku lokalnym. Efekty skali Grupy Eurocash przekładają się finalnie na możliwość korzystania przez dziesiątki tysięcy sklepów detalicznych z systemu logistycznego oraz „know-how” na porównywalnym lub nawet wyższym poziomie niż w przypadku wielkopowierzchniowych sieci detalicznych.

Dzięki wciąż silnej pozycji takiego modelu dystrybucji żywności, przedsiębiorczość w handlu detalicznym jest w Polsce na relatywnie wysokim poziomie w porównaniu do średniej europejskiej, pomimo spadającej w ostatnich latach liczby sklepów. Wciąż bowiem wysokie znaczenie mają podmioty prowadzące niezależne sklepy małego formatu, których udział w dystrybucji produktów szybkozbywalnych w 2017 r. wyniósł ponad 40%.

3.1 CHARAKTERYSTYKA ŁAŃCUCHA DOSTAW

Grupa Eurocash skupia się na dystrybucji produktów, która realizowana jest poprzez dział Logistyki, zatrudniający od 3 500 do 4 000 pracowników, w zależności od sezonu. W roku 2017 najważniejszą inwestycją dotyczącą łańcucha dostaw było otwarcie nowego Centrum Dystrybucyjnego w Sosnowcu. Jest to obecnie najnowocześniejszy obiekt w portfolio Eurocash S.A.

Dystrybucja produktów na skalę ogólnopolską wymaga współpracy z wieloma dostawcami, ich liczbę za lata 2016 i 2017 przedstawia poniższa tabela.

Tabela 7 Liczba dostawców w Grupie Eurocash

	2017	2016
Liczba dostawców	1 817	1 806

Każdy dostawca Grupy Eurocash jest zobligowany do wypełniania wymogów zawartych w dokumencie Ogólne Warunki Dostaw Produktów, który reguluje m.in.: cechy i dokumentację produktów, zasady audytów, ustalenie ceny zakupu, organizację dostaw, zwroty, obieg dokumentów, działalność promocyjną, przepływy finansowe czy kary.

3.2 SYSTEM BEZPIECZEŃSTWA ŻYWNOSCI ŁAŃCUCHA DOSTAW

Zgodnie z obowiązującą polityką bezpieczeństwa żywności, Eurocash S.A. realizuje dostawy spełniające wymagania i oczekiwania klientów z zachowaniem zasad gwarantujących bezpieczeństwo produktów, co w 2017 roku zostało potwierdzone poprzez utrzymanie certyfikatów standardów jakościowych:

- ISO 22000:2005 DEKRA Certification - wszystkie lokalizacje Eurocash S.A. w zakresie magazynowania, dystrybucji i sprzedaży hurtowej artykułów spożywczych.
- BRC Global Standard - Storage and Distribution Lloyd's Register (Polska) Sp. z o.o.- magazyn w Sosnowcu, magazyn w Plewiskach, magazyn w Błoniu
- IFS Logistics DEKRA Certification - magazyn w Sosnowcu, magazyn w Plewiskach, magazyn w Błoniu.

W ramach współpracy z wymagającymi klientami sieciowymi i pozyskiwaniem nowych klientów, oddziały gastronomii Sosnowiec, Plewiska i Błonie, dodatkowo uzyskały certyfikat Łańcucha Dostaw MSC i ASC, co oznacza, że w ofercie sprzedaży tych magazynów znajdują się ryby i owoce morza wyłącznie pochodzące ze zrównoważonych, certyfikowanych łowisk lub hodowli. W ramach nadzoru bezpieczeństwa żywności przeprowadzono 120 audytów magazynu i załadunku oraz 245 audytów transportowych podczas dostaw do klienta, ponadto w zakresie kwartalnych szkoleń cyklicznych przeszkolono 923 osoby.

W celu dostarczenia swoim klientom bezpiecznych produktów Marki Własnej Eurocash Dobry Wybór! o najwyższej i powtarzalnej jakości, w 2017 roku przeprowadzono łącznie 1998 badań laboratoryjnych, dokonano oceny sensorycznej podczas 442-óch degustacji, zatwierdzono łącznie 910 paszportów, etykiet oraz stickerów. Dodatkowo część produktów chemii gospodarczej Dobry Wybór! została poddana certyfikacji zgodnie ze standardem BRC CP. Klienci mogą rozpoznać produkty certyfikowane dzięki obecności na etykiecie logotypów TUV Nord. W ramach zwiększenia nadzoru nad dostawcami produktów marki własnej, zwiększono także liczbę przeprowadzonych audytów do 133.

W zakresie jakości produktów świeżych również zwiększono monitoring dostawców poprzez wprowadzenie badań mikrobiologicznych oraz fizykochemicznych mięsa, dostarczanego do Delikatesów Centrum. Ponadto pracownicy sklepów Delikatesy Centrum oraz działów operacyjnych zostali przeszkoleni z zakresu bezpieczeństwa i rotacji produktów świeżych, czyli owoców, warzyw, mięsa, ryb.

3.3 WSPARCIE BIZNESOWE KLIENTÓW

Klienci bezpośredni mogą liczyć na indywidualne wsparcie ze strony doświadczonych pracowników Grupy Eurocash. W szczególności Francyzobiorcy mają zapewnione wsparcie doświadczonych Doradców Klienta, działu IT i Przedstawicieli Handlowych.

Klienci również mają możliwość korzystania z dedykowanej strategii marketingowej oraz akcji promocyjnych obejmujących gazetki promocyjne, katalogi tematyczne, katalogi Marki Własnej Dobry Wybór!, konkursy oraz programy lojalnościowe.

3.4 UMOWY OKOŁOBIZNESOWE DLA KLIENTÓW

Grupa Eurocash wynegocjowała dla swoich klientów bezpośrednich szereg dedykowanych propozycji, będących opcjonalnym uzupełnieniem oferty sieci francyzowych Grupy Eurocash. W ramach tej działalności klienci mogą skorzystać z preferencyjnych warunków na dostawę m.in. energii, usług telekomunikacyjnych, samochodów, oświetlenia czy polis ubezpieczeniowych.



3.5 AKADEMIA UMIEJĘTNOŚCI

Obecność w sieci pozwala niezależnym właścicielom sklepów i ich pracownikom otrzymać wsparcie niezbędne do przetrwania i rozwoju na rynku, gdzie konkurują z wielkopowierzchniowymi sieciami handlowymi (m.in. hipermarkety i dyskonty). Ważnym elementem jest zapewnienie franczyzobiorcom możliwości zdobywania wiedzy z zakresu pracy i zarządzania sklepem spożywczym w oparciu o aktualne trendy.

Akademia Umiejętności to największy w Polsce kompleksowy program edukacyjno-szkoleniowy wspierający polskie niezależne sklepy detaliczne zrzeszone w sieciach franczyzowych i partnerskich Grupy Eurocash. W jej ramach właściciele i pracownicy sklepów korzystają z platformy e-learningowej, warsztatów i konferencji, dzięki którym mogą zdobywać wiedzę z zakresu pracy i zarządzania sklepem.

Realizując ten projekt Grupa postawiła sobie trzy cele:

- zapewnienie partnerom dostępu do bieżącej wiedzy eksperckiej i specjalistycznej,
- zapewnienie możliwości korzystania z nowoczesnych form i metod kształcenia oraz
- wspieranie bieżącej wymiany doświadczeń.

Akademia Umiejętności Eurocash opiera się również na trzech na filarach:

- interaktywnej platformie edukacyjnej,
- warsztatach oraz
- konferencjach

Platforma edukacyjna dostępna jest pod adresem www.akademiaeurocash.com.pl. Nowa wersja serwisu zapewnia użytkownikom nieograniczony dostęp online do kilkudziesięciu szkoleń e-learningowych dostosowanych do potrzeb sklepów spożywczych. Szkolenia multimedialne umieszczone na platformie łączą w sobie wykłady z praktycznym wykorzystaniem nabytej wiedzy. W 2017 r. z ponad 50 szkoleń multimedialnych skorzystało 13 000 osób.

Przy pomocy spersonalizowanego serwisu użytkownicy mają możliwość zarejestrowania się także na warsztaty realizowane w całej Polsce oraz pobrać materiały z konferencji. Warsztaty to praktyczna część realizowanego przez Akademię Umiejętności Eurocash programu szkoleniowego. Uczestnicy biorą udział w takich szkoleniach, jak np. „Zarządzanie personelem”, „Pracownik sklepu spożywczego” czy „Straty w sklepie spożywczym”. Uzupełnienie wiedzy stanowią miesięczne newslettery z ciekawostkami z rynku i opiniami ekspertów. W latach 2016 i 2017 warsztaty zostały przeprowadzone w ponad 70 miejscowościach i uczestniczyło w nich ok. 11 000 osób.

Konferencje merytoryczne to miejsce spotkań tysięcy przedsiębiorców z całej Polski, w trakcie którego uczestnicy otrzymują informacje niezbędne do prowadzenia sklepu oraz aktualną wiedzę rynkową. Spotkania są okazją do pogłębienia wiedzy z zakresu zarządzania sklepem oraz wymiany doświadczeń. Podczas konferencji organizowane są warsztaty, konsultacje oraz spotkania z ekspertami rynkowymi z Polski i ze świata. W roku 2017 w konferencji wzięło udział 5 500 osób, podczas gdy w 2016 r. 4 500 osób.

Akademia Umiejętności Eurocash działa pod patronatem Szkoły Głównej Handlowej, Polskiej Izby Handlu, Polskiej Organizacji Franczyzodawców, Franchising.pl oraz Retail Learning Institute. Patronat mediowy nad Akademią objął Poradnik Handlowy. Partnerami Akademii są również firmy Carlsberg, CEDC, Coca-Cola HBC, Colian, E.Wedel, McCormick, Rybhand oraz Spomlek.

Dzięki Akademii Umiejętności Grupa Eurocash jest w stanie dostarczyć do klientów wiedzę o najnowocześniejszych standardach, które pozwolą im umocnić pozycję niezależnego handlu detalicznego w Polsce i pokonać wszystkich konkurentów.

3.6 STUDIA PODYPLOMOWE „ZARZĄDZANIE PRZEDSIĘBIORSTWEM W HANDLU DETALICZNYM”

Doświadczenia Akademii Umiejętności Eurocash pokazały, że właściciele i pracownicy sklepów chcą rozwijać swoje kompetencje zawodowe, dlatego Grupa zdecydowała się pójść „o krok dalej”. W październiku 2017 roku we współpracy ze Szkołą Główną Handlową uruchomiono pierwszą edycję studiów podyplomowych „Zarządzanie przedsiębiorstwem w handlu detalicznym” dla osób, które w przyszłości będą przejmować i prowadzić sklepy spożywcze. W I edycji udział bierze 45 słuchaczy. To pierwsze tego typu studia w Polsce, które powstały dzięki współpracy uczelni wyższej i firmy z sektora FMCG.

Studia podyplomowe pozwalają franczyzobiorcom Grupy Eurocash uzyskać, zaledwie w ciągu roku, kompleksową wiedzę potrzebną do zarządzania sklepem. Program dostosowany do aktualnych wymagań przedsiębiorców i konsumentów. Po zakończeniu studiów słuchacze będą przygotowani do prowadzenia sklepów spożywczych wg aktualnych standardów rynku, a profesjonalnie zarządzane placówki przyczynią się do poprawy jakości obsługi w tzw. sklepach „na rogu”. Ponadto, uczestnicy studiów otrzymują dostęp do narzędzi i wiedzy zarezerwowanej do tej pory jedynie dla dużych, często międzynarodowych, sieci hipermarketów i dyskontów.

By zostać uczestnikiem studiów należy posiadać tytuł licencjata, inżyniera lub magistra oraz mieć m.in. roczny staż pracy w przedsiębiorstwie handlowym. Program studiów obejmuje 166 godzin zajęć poświęconych wielu różnym obszarom takim jak zarządzanie personelem, finanse czy marketing. Wykładowcy to profesorowie renomowanych uczelni oraz zewnętrzni eksperci z wieloletnim doświadczeniem na rynku spożywczym.

Formą zaliczenia studiów jest opracowanie biznesplanu konkretnego przedsięwzięcia. Na zakończenie uczestnicy otrzymają świadectwo ukończenia studiów podyplomowych oraz dyplom Akademii Umiejętności Eurocash.

Studia przyczyniają się również do zmian w postrzeganiu osób prowadzących sklepy. Stworzony przez Grupę Eurocash kierunek pokazuje, że prowadzenie sklepu wymaga odpowiedniej wiedzy, a także pozycjonuje polskich przedsiębiorców detalicznych jako przedstawicieli dynamicznie i prężnie rozwijającej się dziedziny gospodarki.

3.7 HEROSI POLSKIEJ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI – PLEBISCYT HANDLU DETALICZNEGO

„Herosi Polskiej Przedsiębiorczości – Plebiscyt Handlu Detalicznego” to pierwsza w kraju akcja promująca i nagradzająca właścicieli niezależnych sklepów spożywczych, zorganizowanych i niezorganizowanych we franczyzy. W konkursie promowane są i nagradzane dobre praktyki biznesowe, a nie wielkość obrotów.

W konkursie liczyły się relacje z klientami, personelem i lokalną społecznością, każdy więc - bez względu na wielkość przedsiębiorstwa, które prowadzi - miał szansę na zwycięstwo. Przedsiębiorcy konkurowali w pięciu kategoriach: wszechstronność, lokalność, zaangażowanie, przyjazność i rodzinność.

W pierwszym etapie przedsiębiorcy mieli za zadanie przekonać swoich klientów i internautów z całej Polski, by oddali na nich swój głos. Następnie spośród sklepów z największą liczbą głosów Jury Plebiscytu złożone ze znamienitych osobistości świata nauki i biznesu wybrało 15 laureatów.

Zwycięzcy zdobyli atrakcyjne nagrody finansowe na rozwój swojego biznesu, a cała branża może poznać dobre, wartości naśladowania, praktyki biznesowe. Nagrody pieniężne czekały również na głosujących – klientów niezależnych sklepów spożywczych.

Do konkursu w 2017 roku zgłosiło się 130 przedsiębiorców oraz oddano blisko pół miliona głosów.

Plebiscyt jest próbą zmiany postrzegania branży małych sklepów spożywczych jako przestarzałej i nieatrakcyjnej. Tymczasem w wielu punktach podąża ona za najnowszymi trendami oraz posiada również wiele pozytywnych cech, które wyróżniają ją na tle większych obiektów handlowych.

3.8 KOMUNIKACJA I DIALOG Z KLIENTAMI

Klienci mają do wyboru szereg narzędzi komunikacji z Grupą Eurocash oraz innymi klientami, przede wszystkim poprzez internet: e-platformy, wewnętrzne fora internetowe, dedykowane strony www. Klienci mają też możliwość kontaktu telefonicznego, mailowego, a także osobistego. Cyklicznie organizowane są spotkania z menedżerami Grupy Eurocash.

W celu dopasowania strategii do zmieniającego się otoczenia rynkowego, Grupa Eurocash przeprowadza badania marketingowe wśród klientów – przede wszystkim badanie poziomu satysfakcji i lojalności klientów oraz badania Mystery Shopper w sklepach franczyzowych.

3.9 REKLAMACJE I ROZSTRZYGANIE SPORÓW

Klienci bezpośredni mają możliwość zgłaszania reklamacji do dedykowanego Biura Obsługi Klienta, które jest odpowiedzialne za przekazanie informacji do odpowiedniego departamentu oraz znalezienie rozwiązania. Grupa Eurocash równocześnie dokłada wszelkich starań, aby dostarczane produkty były świeże i najwyższej jakości.

4.1 STRUKTURA ZATRUDNIENIA*

Pracownicy mają nieoceniony wpływ na kształt Grupy Eurocash i jej funkcjonowanie. To od ich pracy, zaangażowania i podejścia w dużej mierze zależy wynik finansowy Grupy. Tworzą kapitał ludzki i intelektualny będący wartością niematerialną firmy. Grupa Eurocash w spółkach prowadzących działalność hurtową zatrudniła na dzień 31.12.2017 r. 11 343 osób w porównaniu do 11 966 osób na koniec 2016 r. Struktura zatrudnienia w podziale na płeć i wiek pracowników została przedstawiona poniżej*.

Tabela 8 Struktura zatrudnienia wg. płci w Grupie Eurocash na 31.12.2017 r.

Struktura zatrudnienia	2017	2016
Kobieta	40%	37%
Mężczyzna	60%	63%

*Dane ze względu na trwający proces integracji nie uwzględniają struktury zatrudnienia w spółkach przejętych na przełomie roku 2016 i 2017, tj. FHC-2 i Madas, Polska Dystrybucja Alkoholi i EKO Holding.

Tabela 9 Struktura zatrudnienia wg. wieku w Grupie Eurocash na 31.12.2017 r.

Struktura zatrudnienia wg wieku	2017	2016
poniżej 31 lat	31,5%	34%
31-40 lat	38,5%	39%
powyżej 40 lat	30%	27%

Tabela 10 Struktura pracowników nowozatrudnionych w 2017 r. wg płci

Struktura zatrudnionych	Kobieta	Mężczyzna
Liczba osób	1 010	1 385
% zatrudnionych	42%	58%

4.2 BEZPIECZEŃSTWO I HIGIENA PRACY

Tabela 11 Struktura pracowników nowozatrudnionych w 2017 r. wg wieku

Struktura zatrudnionych	do 30 lat	31 do 49 lat	50 lat i więcej
Liczba osób	1 314	952	129
% zatrudnionych	55%	40%	5%

Tabela 12 Poziom rotacji pracowników w 2017 r.

Rotacja	2017	2016
Pracownicy przyjęci	3 729	4 032
Pracownicy, którzy zakończyli pracę	3 892	4 191
Wynik netto	-163	-159

Bezpieczeństwo i Higiena Pracy w Grupie Eurocash to przede wszystkim system, którego głównym celem jest prewencyjne zabezpieczanie i monitorowanie środowiska pracy dla wszystkich osób zatrudnionych w Grupie Eurocash. Grupa zatrudnia wyspecjalizowanych fachowców mających za zadanie m.in. zwiększanie świadomości bezpieczeństwa i higieny pracy w życiu codziennym pracowników, a także ich bliskich. Przeprowadzane przez nich działania skupiają się m.in. na:

- przeprowadzaniu szkoleń okresowych z zakresu BHP,
- szerzeniu wiedzy i zwiększaniu umiejętności z zakresu udzielania pierwszej pomocy,
- przeprowadzaniu działań z zakresu ochrony przeciwpożarowej,
- organizacji programów prewencyjnych.

W roku 2017 odnotowany został nieznaczny wzrost wypadków o 7% w stosunku do 2016 roku. Wszystkie wypadki miały charakter lekki, najczęściej były to wypadki z udziałem wózków widłowych potrącenia, najechania czy wypadnięcia z kabiny.

Tabela 13 Liczba wypadków w Grupie Eurocash

Rodzaj wypadku	2017	2016
Wypadek w parcy	212	221
Wypadek w drodze do lub z pracy	77	49
Razem	289	270

A) PROGRAMY PREWENCYJNE

W Grupie Eurocash w 2017 roku prowadzone były dwa programy prewencyjne: „Strzał w 10-tkę” oraz „Zero tolerancji dla nieprzestrzegania przepisów”.

Program „Strzał w 10-tkę” obejmuje krótkie spotkania z pracownikami, trwające ok. 10 min. Polegają one na omówieniu wybranego tematu np. transport ręczny, obsługa wózka itp. Towarzyszy temu często pokaz praktyczny, najważniejszych zagrożeń i zapobiegania im. Często przedstawiane są krótkie filmy ze zdarzeń wypadkowych jakie miały miejsce w Grupie, a pracownicy sami przedstawiają swoje spostrzeżenia, co było nieprawidłowe.

Program „Zero tolerancji dla nieprzestrzegania przepisów” obejmuje m.in. oflagowanie dokumentacji i prezentacji BHP logiem akcji, plakaty o tematyce prewencyjnej, ustalenie minimalnych dopuszczalnych wyników kontroli BHP oraz ich raportowanie i analiza porównawcza do innych części Grupy.

B) SZKOLENIA Z PIERWSZEJ POMOCY

Wśród naszego społeczeństwa, a zatem również wśród pracowników Grupy brak jest wystarczającej wiedzy, aby nieść pomoc medyczną innym, dlatego Zarząd Grupy Eurocash podjął decyzję, aby zapewnić by w każdym dziale 20% osób posiadało praktyczną umiejętność udzielania pierwszej pomocy. W związku z tym Dział BHP co roku organizuje cykl otwartych szkoleń z udzielania pierwszej pomocy.

Uczestnicy w trakcie szkoleń zdobywają wiedzę, umiejętności oraz wykształcają właściwą postawę konieczną do tego, aby w stanach zagrażających zdrowiu i życiu człowieka nieść bezcenną pomoc.

W roku 2017 szkolenia zostały zorganizowane w 9 biurach Grupy Eurocash na terenie całej Polski.

4.3 ZDROWIE PRACOWNIKÓW

W zakresie dbania o zdrowie pracowników w Grupie Eurocash w 2017 roku zorganizowano szereg przedsięwzięć, z których najważniejsze wskazane zostały poniżej:

- codzienne przekazywanie pracownikom owoców;
- w 2017 roku zostało otworzone nowe biuro w Warszawie, gdzie na każdym piętrze znajdują się ergonomiczne miejsca do pracy stojącej oraz miejsca tzw. „chilloutu”. W budynku znajduje się również darmowa siłownia przeznaczona dla pracowników;
- w biurach w Poznaniu i Komornikach przeprowadzony

został cykl akcji prozdrowotnych, w ramach których poruszone zostały tematy odżywiania, sportu, ergonomii oraz profilaktyki, zapewniliśmy m.in. masaż, rowery stacjonarne czy pomiary składu ciała;

- wszyscy pracownicy Grupy mają zapewnioną bezpłatną prywatną opiekę medyczną Medicover;
- pracownicy Grupy mają możliwość wykupu kart fitness na atrakcyjnych warunkach;
- w biurze w Błoniu uruchomione zostały cotygodniowe zajęcia fitness dla pracowników oraz organizowane dni zdrowia;
- pracowników otrzymują również wsparcie w zawodach sportowych, w których finansowany jest udział, zapewniana odzież sportowa. Pracownicy uczestniczą również w programie Firma Przyjazna Bieganiu.

4.4 STYPENDIA NAUKOWE FUNDACJI EUROCASH

Działająca od pięciu lat Fundacja Grupy Eurocash prowadzi program stypendialny dla uzdolnionej młodzieży – dzieci pracowników różnych jednostek biznesowych Grupy Eurocash, jak również pracowników sklepów franczyzowych i firm partnerskich współpracujących z Grupą. Całoroczne stypendia na rok szkolny i akademicki 2017/2018 otrzymało 144 uczniów i studentów, wyróżniających się nie tylko wynikami w nauce, ale także aktywnością społeczną, szczególnymi osiągnięciami w różnych dziedzinach oraz postawą „chcę, więc potrafię”. W tej liczbie 69 osób to dzieci pracowników różnych jednostek biznesowych Grupy Eurocash, a 75 - dzieci osób zatrudnionych w różnych

współpracujących z nami sieciach. Przez pięć lat działalności Fundacja sfinansowała blisko 600 całorocznych stypendiów, wspierając 360 młodych ludzi w ich drodze do marzeń. Różnica między tymi dwoma liczbami wynika z faktu, że o stypendium można ubiegać się co rok. Niektórym stypendystom udało się to nawet pięciokrotnie!

Stypendia przydzielane są na zasadzie rankingu; otrzymują je najlepsi kandydaci wyłonieni przez Komisję Kwalifikacyjną. Kryteria są przejrzyste, jasno określone w Regulaminie.

Efektem programu jest wsparcie niemal 360 młodych osób w dążeniu do marzeń, przy jednoczesnym znaczącym odciążeniu finansowym takiej samej liczby rodzin. Mamy w gronie stypendystów osoby, w przypadku których uzyskanie stypendium dosłownie zdecydowało o ich przyszłości - bez wsparcia finansowego Fundacji nie byłiby w stanie podjąć studiów.

4.5 SZKOLENIA I ROZWÓJ

W trosce o rozwój kompetencji pracowników, Grupa Eurocash przyjęła Politykę Rozwoju i Szkoleń Pracowników odnoszącą się do kluczowych zasad:

- rozwój w miejscu pracy
- udział w szkoleniach i konferencjach
- dofinansowanie edukacji
- certyfikacje i uprawnienia (uprawnienia IT, BHP, itp.)
- nauka języków obcych

Zgodnie z przyjętą polityką wstępna analiza indywidualnych i grupowych potrzeb rozwojowych/szkoleniowych przeprowadzana jest w czasie trwania procesu budżetowego (sierpień-październik) każdego roku. Wyniki tej analizy są podstawą do przygotowania budżetu na działalność rozwojową w kolejnym roku. Szczegółowe plany rozwoju/szkoleń (indywidualne i grupowe), dotyczące roku następnego zatwierdzone są po zakończeniu procesu rocznej oceny pracowniczej w roku bieżącym.

Mając na celu podnoszenie kwalifikacji zawodowych pracowników organizujemy dla nich szkolenia i warsztaty realizowane przez zespół trenerów wewnętrznych czy też firmy zewnętrzne. Ponadto pracownicy mają możliwość korzystania z platformy e-learningowej oraz biblioteki, a także mogą ubiegać się o dofinansowanie studiów.

Wdrożone tzw. „szkolenia otwarte Eurocash” są odpowiedzią na potrzebę rozwoju pracowników, poruszają najważniejsze obszary rozwojowe, a także standaryzują poziom wiedzy, a także umożliwiają pracownikom wymianę doświadczeń. Tematy, które cieszyły się największym zainteresowaniem to „Asertywność”, „Zarządzanie sobą w czasie”, „Zarządzanie wynikami pracy” oraz szkolenia związane z rozwojem kompetencji menedżerskich.

Nieograniczony dostęp do platformy e-learningowej daje pracownikom Grupy możliwość decydowania o tym w jakim tempie zrealizują dany temat szkoleniowy, zapewnia stały dostęp do tych materiałów dzięki czemu w każdej chwili mogą wrócić do wybranej treści. Taka forma przygotowuje pracowników do szkoleń prowadzonych tradycyjnie jak również pomaga im uzupełnić i utrwalić posiadane już

wiadomości. W 2017 roku w nasze portfolio wzbogaciliśmy o takie tytuły jak „Outlook”, „Rekrutacja” oraz „Excel zaawansowany”. W zeszłym roku pracownicy ukończyli 5 088 kursów e-learningowych.

Firmowa biblioteka jest odpowiedzią na potrzebę samodzielnego poszerzania wiedzy przez pracowników. Grupa Eurocash prowadzi i stale aktualizuje wewnętrzną bibliotekę z różnych dziedzin przydatnych w codziennej pracy. Każdy pracownik bez względu na miejsce pracy, może zgłosić do Działu Personalnego chęć wypożyczenia konkretnego tytułu, po czym książka niezwłocznie jest przekazywana do pracownika wewnętrzną pocztą. Listę tytułów oraz ich dostępność można sprawdzić w każdej chwili na wewnętrznym portalu pracowniczym. W roku 2017 pracownicy wypożyczyli 255 książek.

Tabela 14 Średnia ilość godzin szkoleniowych pracowników Grupy Eurocash w 2017 r.

Pracownicy uczestniczący w szkoleniach (wyłączając e-learning)	Średnia ilość godzin przypadająca na pracownika	Liczba osób objętych szkoleniem	% ogółu zatrudnionych
Kobieta	21,91	1 377	12%
Mężczyzna	21,78	1 558	14%
Razem	21,85	2 935	26%

Tabela 15 Średnia ilość godzin szkoleniowych wg. kategorii zaszeregowania w 2017 r.

Pracownicy uczestniczący w szkoleniach (wyłączając e-learning)	Średnia ilość godzin przypadająca na pracownika	Liczba osób objętych szkoleniem	% ogółu zatrudnionych
Specjalista	20,44	1 463	12%
Menadżer	23,25	1 472	14%
Razem	21,85	2 935	26%

4.6 POLITYKA ZARZĄDZANIA WYNIKAMI PRACY

Realizacja strategii Grupy Eurocash wymaga zaangażowania wszystkich pracowników. Kadra menadżerska oraz pracownicy działów centralnych objęci są procesem zarządzania wynikami pracy (ang. performance management) w perspektywie rocznej.

Zarządzanie Wynikami Pracy to sposób zarządzania pozwalający zrealizować strategię Grupy poprzez przełożenie jej na cele i codzienne praktyki menedżerów i pracowników. Najprościej mówiąc to:

- „granie” jako Firma w jednej drużynie i do jednej bramki,
- jasne określenie, czego oczekuje się od pracownika,
- regularne spotkania przełożonego z pracownikami na temat postępów w realizacji celów
- pracownicy biorący współodpowiedzialność za określenie sposobu realizacji celów
- sposób pracy, w którym menedżerowie pomagają swoim pracownikom i dają im regularną informację zwrotną
- rzetelna ocena pracy w oparciu o jasne kryteria i informację zwrotną uzyskaną w czasie całego roku

Proces Zarządzania Wynikami Pracy składa się z następujących etapów:

1. Wyznaczanie celów - określenie celów na dany rok kalendarzowy
2. Spotkania 1 na 1 - informacja zwrotna przełożonego dla pracownika na temat realizacji celów i odwrotnie – informacja zwrotna pracownika dla przełożonego. Spotkanie te mają na celu określenie oczekiwań wobec danego pracownika, sprzyjają jego rozwojowi, pozwalają ocenić status realizacji celów. Rekomendowane, aby spotkania odbywały się minimum 1 raz na kwartał.
3. Roczna ocena pracownicza, której elementem jest ocena 360 - ocena stopnia realizacji celów wyznaczonych pracownikowi na miniony rok kalendarzowy, osiągnięć oraz kompetencji pracownika

W ramach oceny 360 pracownicy otrzymują informację zwrotną na temat swoich kompetencji nie tylko od przełożonego, ale również od swoich podwładnych, klientów wewnętrznych oraz osób na stanowiskach równoległych. Dzięki temu każdy poznaje obszary, w których może wzmocnić swoje kompetencje i dzięki temu szybciej się rozwijać. W 2017 roku nastąpił wzrost liczby osób uczestniczących w ocenie 360 z liczby 2193 do 2339.

Tabela 16 Liczba osób, które wzięły udział w Ocenie 360

Ocena 360 stopni	Kobiety	Mężczyźni	Razem
Liczba osób	1 137	1 202	2 339
% ogółu zatrudnionych	10%	10,6%	20,6%

Tabela 17 Liczba osób, które wzięły udział w Ocenie 360 w podziale na stanowiska

Ocena 360 stopni	Specjaliści	Kierownicy	Menedżerowie	Zarząd i dyrektorzy
Liczba osób	1 126	978	171	64
% ogółu zatrudnionych	48%	42%	7%	3%

Każda osoba przystępująca do programu Management Trainee, przechodzi intensywne 3 miesięczne szkolenie w różnych działach i lokalizacjach Grupy Eurocash. Kolejnym etapem jest staż w dwóch różnych działach, w każdym po 6 miesięcy. Po zakończeniu stażu pracownik obejmuje stanowisko Młodsze Kierownika w wybranym dziale Grupy Eurocash, mając możliwość dalszego rozwoju oraz objęcia kluczowych stanowisk w Grupie w ciągu kilku kolejnych lat.

W programie Sales & Operations Trainee uczestnicy rozwijają swoje umiejętności pracując po odbyciu szkolenia wstępnego jako Przedstawiciele Handlowi lub Doradcy Klienta w największych jednostkach biznesowych Eurocash, a po okresie ok. 2 lat obejmują stanowiska Kierowników Rejonu Sprzedaży. Docelowym stanowiskiem w ramach programu jest stanowisko Regionalnego Dyrektora Operacyjnego.

4.7 ŚCIEŻKI KARIERY

A) PROGRAMY MENEDŻERSKIE

Chcąc dać szansę szybkiego rozwoju zdolnym, ambitnym i żądnym wyzwań studentom i absolwentom, Grupa Eurocash prowadzi dwa programy menedżerskie – Management Trainee (MT) oraz Sales & Operations Trainee (SOT). Obydwa mają na celu wykształcenie kadry menedżerskiej zdolnej do prowadzenia skomplikowanych projektów w różnych działach Grupy Eurocash, przy czym drugi z nich skierowany jest na wyszkolenie kadry menedżerskiej wyspecjalizowanej przede wszystkim w dziedzinie sprzedaży i logistyki.

Tabela 18 Liczba osób, które przystąpiły do Programów Menedżerskich Grupy Eurocash

Przystępujący do programów menedżerskich	2017	2016
Kobieta	4	7
Mężczyzna	7	7
Razem	11	14

B) PROGRAM PRAKTYK LETNICH

Grupa Eurocash inwestuje w rozwój młodzieży studiującej na uczelniach wyższych w Polsce dając im możliwość przystąpienia do płatnego Programu Praktyk Letnich w okresie wakacyjnym, tj. wolnym od zajęć na uczelni. W praktykach może wziąć udział student każdego roku studiów i kierunku, chcący się uczyć i rozwijać, a przede wszystkim cechujący się ciekawością świata, otwartością, zaangażowaniem, motywacją i odwagą.

Rekrutacja do programu przeprowadzana jest standardowo na przełomie marca i kwietnia. Osoby, które zakwalifikują się do programu, po krótkim szkoleniu wstępnym i integracji mają możliwość odbycia 2 miesięcznych praktyk w wybranym dziale Grupy Eurocash.

Tabela 19 Liczba osób, które przystąpiły do Programu Praktyk Letnich Grupy Eurocash

Przystępujący do programu praktyk letnich	2017	2016
Kobieta	16	16
Mężczyzna	7	7
Razem	23	23



C) REKRUTACJA WEWNĘTRZNA I AWANSE

Grupa Eurocash regularnie udostępnia swoim pracownikom informacje o aktualnie prowadzonych procesach rekrutacyjnych. Dzięki temu pracownicy mają możliwość aplikowania na stanowisko, które powinno umożliwić im dalszy rozwój. Pracownicy w ramach rekrutacji wewnętrznej mogą też polecać swoich bliskich i znajomych.

W roku 2017 w Grupie Eurocash 342 pracowników awansowało na wyższe stanowiska.

4.8 DIALOG Z PRACOWNIKAMI I PARTYCYPACJA

Aby lepiej poznać potrzeby pracowników, Grupa Eurocash prowadzi szeroko pojęty dialog z pracownikami. Kanaty komunikacji z pracownikami to:

- Twitter i Facebook,
- Portal pracowniczy i platforma społecznościowa, na których można znaleźć najważniejsze i najświeższe informacje związane z życiem „wewnątrz” firmy,
- EUROpress – wewnętrzne wydawnictwo przybliżające aktualne wydarzenia, w każdym numerze są również prezentowani pracownicy poszczególnych jednostek biznesowych.
- Kanaty tradycyjne - tablice ogłoszeń, plakaty
- Czat z przedstawicielami Zarządu – umożliwiający zadawanie pytań oraz wymianę opinii
- Cotygodniowy newsletter “Udanego tygodnia” do Pracowników od Prezesa Zarządu Luisa Amarala



A) BADANIE OPINII PRACOWNICZEJ

Grupa Eurocash przeprowadza regularne badania Opinii Pracowników. Podczas badania pracownicy mogą podzielić się opiniami, odczuciami i potrzebami dotyczącymi środowiska pracy. Badanie przeprowadzane jest w pełnej poufności, a jego wyniki zostają zebrane i przeanalizowane przez wyspecjalizowaną w tego typu badaniach, zewnętrzną firmę Aon Hewitt. Po zakończeniu badania Zarząd Eurocash wraz z pracownikami określa działania, które pozwalają stworzyć przyjazne środowisko pracy, umożliwią dalszy rozwój i wzrost zaangażowania pracowników. Odpowiedzialność za podjęcie działań i decyzji na podstawie wyników badania rozłożona została pomiędzy 3 strony, które mają do spełnienia różne role w procesie budowania wysokiego zaangażowania Pracowników:

- Zarząd – którego rolą jest usunięcie barier, aktualnie utrudniających budowanie wysokiego zaangażowania i zaplanowanie działań ogólnogrupowych.
- Dział Personalny (Menadżerowie i Trenerzy) – którego rolą jest wyposażenie menadżerów w wiedzę i umiejętności dotyczące komunikowania wyników i planowania działań.
- Menadżerowie – którzy odgrywają największą rolę w angażowaniu swoich ludzi, ponieważ mają z nimi najbliższy kontakt i mogą najskuteczniej dobrać i wdrożyć działania na podstawie wyników badania.

B) PLATFORMA WORKPLACE BY FACEBOOK

W celu usprawnienia komunikacji wewnętrznej pracownicy Grupy jako jedni z pierwszych w Polsce zaczęli korzystać z platformy Workplace by Facebook. Jest to portal społecznościowy dla pracowników, w dużej mierze przypominający portal Facebook, różni się jednak pewnymi

funkcjami ułatwiającymi komunikację w firmie. Przy jego zastosowaniu Grupa otrzymała nowe możliwości poprawy komunikacji wewnętrznej oraz budowy zaangażowania wśród Pracowników.

Użytkownicy platformy tworzą własne profile, integrują się w grupach dotyczących interesującej ich tematyki, rozmawiają, „lajkują” itp. Niektóre działy wykorzystują go do codziennej wewnętrznej komunikacji. Każdy pracownik może uzyskać dostęp do platformy przez przeglądarkę lub aplikację w telefonie komórkowym. Portal pozwala również przekazywać pracownikom ważne komunikaty i otrzymywać od nich natychmiastową informację zwrotną.

C) CZAT Z ZARZĄDEM

W roku 2017 kontynuowane były w Grupie Eurocash czaty za pośrednictwem systemu czatowego. System ten umożliwia pracownikom rozmowę z osobami zarządzającymi Grupą Eurocash, z którymi kontakt osobisty jest na co dzień utrudniony ze względu na odległość i czas.

Spotkania z członkami Zarządu organizowane są cyklicznie. Jest to okazja dla każdego pracownika aby zadać Członkowi Zarządu pytania związane z funkcjonowaniem firmy, jej rozwojem, czy też bardziej prywatne jak np. o przebieg dnia pracy czy o drużynę piłkarską której kibicuje. Pytania można zadawać w czasie czatu lub pozostawić je w czatowej skrzynce.

Liczba pracowników zalogowanych do poszczególnych sesji czatu waha się między 300 a 360 osób. Dodatkową miarą jest nie tyle ilość, co ważność załatwionych dzięki czatowi spraw, np. specjalny pakiet prywatnej opieki medycznej dla osób z długim stażem w Grupie Eurocash.

D) COTYGODNIOWY NEWSLETTER "UDANEGO TYGODNIA!"

W roku 2017 Grupa Eurocash uruchomiła kolejne narzędzie komunikacji z pracownikami, jest nim cotygodniowy newsletter "Udanego tygodnia!". Newsletter wysyła Prezes Zarządu - Luis Amaral. Otrzymują go wszyscy pracownicy z mailami służbowymi, automatycznie trafia on na skrzynki odbiorcze w każdy poniedziałek o godz. 7:00 oraz jest drukowany i wywieszany w widocznych miejscach w lokalizacjach Grupy.

W newsletterze poruszane są ważne tematy dla firmy i pracowników. Składa się on zazwyczaj z tematu głównego omawiającego aspekty działania Eurocash oraz krótkich aktualności z życia Grupy.

E) PUDEŁKO POMYSŁÓW

Chcąc dać pracownikom możliwość wpływu na biznesową rzeczywistość Grupa Eurocash wdrożyła program "Pudełko Pomysłów". Pomaga on udoskonalić wewnętrzne procesy biznesowe korzystając z wiedzy i pomysłów osób bezpośrednio w nie zaangażowanych.

Program umożliwia dzielenie się przez pracowników pomysłami na usprawnienie pracy swojej i całej firmy. Pracownicy są szczególnie zachęceni do zgłaszania propozycji, które poprawiają obsługę Klientów, przynoszą dodatkowe przychody lub zapewnią oszczędności, jednak pomysłowość pracowników nie jest w żaden sposób ograniczona.

Do obsługi zgłoszeń służy specjalny dział na portalu pracowniczym, gdzie każdy pracownik niezależnie od

stanowiska może zgłaszać swoje pomysły, przeglądać, komentować i głosować na pomysły innych.

Komisje konkursowe wybierają 3 najlepsze pomysły w ramach każdej jednostki Grupy, dodatkowo ten z największą liczbą głosów innych pracowników zostaje wybrany „Najpopularniejszym Pomysłem Roku”.

W roku 2017 zorganizowano już VIII edycję konkursu - zgłoszono w niej 142 pomysły, skomentowano je ponad 70 razy i oddano prawie 5,5 tysiąca głosów. Łącznie w 8 edycjach zgłoszonych ponad 900 pomysłów. Najlepsze pomysły są wdrażane. Okazuje się, że czasami pozornie drobne zmiany przynoszą bardzo wartościowe efekty.

4.9 MOTYWACJA I INTEGRACJA

Wszyscy pracownicy – niezależnie od wymiaru godzin pracy – mają równy dostęp do świadczeń dodatkowych. Jako Grupa Eurocash w 2017 roku stosowaliśmy poniższe narzędzia i metody motywacji pozapłacowej pracowników:

- **Karta podarunkowa Grupy Eurocash** – nowoczesne narzędzie pozwalające na dokonanie zakupów świątecznych w sklepach spożywczych. W 2017 r. wydano blisko 11 241 kart podarunkowych pracownikom Grupy.
- **Paczki świąteczne i mikołajkowe** – w okresie świątecznym dzieci pracowników otrzymują od Grupy Eurocash upominki wraz ze słodkościami. W roku 2017 takich paczek wydano 10 127.

- **Pikniki rodzinne** – ważny element wakacyjnych spotkań pracowników i ich rodzin. Odbývają się co roku w 13 lokalizacjach w całej Polsce, w 2017 roku uczestniczyło w nich 22 774 osób (pracowników oraz ich rodzin). Pikniki oznaczają moc atrakcji dla dzieci i dorosłych.
- **Konkurs artystyczny** – co roku organizowany jest dla dzieci pracowników konkurs, który daje możliwość wykazania się pomysłami i autorską interpretacją jednego z wybranych przez siebie tematów. Dla najlepszych prac jury przyznaje nagrody rzeczowe. W 2017 r. do konkursu nadesłano ponad 290 prac rysunkowych.
- **Losowanie biletów** – w każdym miesiącu losowane są bilety na ciekawe wydarzenia w Polsce. Niezależnie od lokalizacji, w której pracuje lub/i mieszka, pracownik może wziąć udział w losowaniu i wspólnie z osobą towarzyszącą wybrać się na dane wydarzenie, na które wylosował bilety. W roku 2017 zorganizowano 57 losowań, do których przesłano około 21 000 zgłoszeń.
- **Imprezy świąteczne** – co roku w całej Polsce organizowane są spotkania z okazji Świąt Bożego Narodzenia oraz Nowego Roku. Jest to czas, by w świątecznej atmosferze podziękować sobie za rok wytężonej pracy oraz spotkać się z kolegami z innych miast i placówek.
- **Prywatna opieka medyczna** – wszyscy pracownicy mają możliwość skorzystania z pakietu medycznego, finansowanego w całości przez Grupę Eurocash, w jednej z firm oferującej usługi prywatnej opieki medycznej.

- **Świadczenia na rzecz pracowników** – Grupa Eurocash zapewnia pakiet różnorodnych świadczeń w ramach wsparcia socjalnego dla pracowników. Głównym elementem tego działania są kolonie, z których w 2017 r. w okresie wakacyjnym skorzystało 580 dzieci pracowników Grupy Eurocash.
- **Karty Fitness** – Grupa Eurocash we współpracy z zewnętrznymi partnerami udostępnia pracownikom na korzystnych warunkach karnety umożliwiające dostęp do różnorodnych obiektów sportowych i rozrywkowych w całym kraju. W roku 2017 z takich karnetów korzystało ok. 2 800 osób.

4.10 PRAWA PRACOWNIKÓW

A) POLITYKA ANTYMOBBINGOWA

W Grupie Eurocash przyjęta została Wewnętrzna Polityka Antymobbingowa, która ustala zasady przeciwdziałania zjawisku mobbingu w Grupie. Zarząd Grupy Eurocash przeciwdziała mobbingowi i nie toleruje żadnych działań i zachowań noszących cech mobbingu. Polityka określa szczegółowo sposób składania przez pracowników skarg na mobbing oraz tryb wyjaśniania i rozpatrywania skarg. Znajomość i stosowanie Polityki obowiązuje wszystkich pracowników Grupy Eurocash. Za nadzór i realizację polityki odpowiedzialny jest Dyrektor Personalny Eurocash.

B) LINIA ZAUFANIA

Każdego dnia kilkanaście tysięcy pracowników Grupy Eurocash pracuje uczciwie i rzetelnie, aby zrealizować cele swoje i całej firmy. Może zdarzyć się jednak, że pojedyncze osoby wyżej niż dobro zespołu stawiają własną korzyść lub działają wbrew zasadom etyki i moralności, lekceważąc wysiłek i rzetelności koleżanek i kolegów. By móc szybko identyfikować takie sytuacje i odpowiednio zareagować (a z czasem wyeliminować podobne incydenty), Grupa uruchomiła firmową Linie Zaufania.

Linia Zaufania służy do zgłaszania przypadków:

- Kradzieży
- Defraudacji
- Naruszenia polityki firmy
- Mobbingu
- Molestowania seksualnego
- Innych nieetycznych zachowań

Przypadki nadużyć można zgłaszać pod dedykowanym numerem telefonu, pod którym dyżur pełni dedykowany pracownik w każdy poniedziałek (w godz. 10.00-12.00) oraz czwartek (w godz. 14.00-16.00). W każdej innej porze istnieje możliwość pozostawienia wiadomości głosowej, wystania sms pod ten sam numer, wystania wiadomości e-mail lub listu pocztą tradycyjną.

Zauważone nadużycia można zgłaszać bezpośrednio, bez uprzedniego wyczerpania drogi służbowej. Akceptowane są zgłoszenia zarówno imienne, jak i anonimowe (w przypadku zgłoszeń imiennych każda sprawa zostanie wnikliwie rozpatrzona, w przypadku zgłoszeń anonimowych

- o ich rozpatrzeniu zadecyduje Audyt). Jeśli w zgłoszeniu pozostawione będą dane kontaktowe zgłaszającego, zgłaszający będzie na bieżąco informowany o dalszym toku sprawy. Grupa Eurocash zapewnia bezwzględne zachowanie poufności.

C) RÓŻNORODNOŚĆ W MIEJSCU PRACY

W Grupie Eurocash pracę może podjąć każdy bez względu na wiek, płeć, pochodzenie narodowe i etniczne, rasę, religię, niepełnosprawność, orientację seksualną czy też poglądy polityczne. W Grupie nie tolerowane są żadne działania i zachowania mające znamiona jakiegokolwiek dyskryminacji drugiego pracownika, kontrahenta czy też osoby trzeciej.

4.11 KODEKS ETYKI

W trosce o wysokie standardy etyczne pracy i przejrzystość relacji biznesowych, Grupa Eurocash przyjęła Kodeks Etyki, który ma na celu określenie oczekiwanych od wszystkich pracowników Grupy Eurocash standardów postępowania w jasny i przejrzysty sposób. Zawiera kluczowe wartości Grupy: zorientowanie na klienta, dzielenie się zyskami, przedsiębiorczość, odpowiedzialność, rzetelność, przejrzystość, zadowolenie z pracy i praca zespołowa.

Kodeks ułatwia postępowanie pracownikom szczególnie w sytuacjach związanych m.in. z przekazywaniem prezentów, poufnością informacji, dyskryminacją czy konfliktem interesów.

Każdy nowy pracownik przechodzi szkolenie z zasad etyki w Grupie. W tym celu przygotowano obowiązkowe szkolenie e-learningowe, w którym usystematyzowano informacje na temat Wartości i Zasad Etyki wraz z konkretnymi przykładami ich zastosowania. Osoby bez stałego dostępu do komputera otrzymują Kodeks w wersji papierowej. Przełożeni są zobowiązani do zapewnienia realizacji zasad etyki przez podległych im pracowników.

Członkowie Zarządu regularnie przypominają wiadomościami e-mail skierowanymi do wszystkich o najważniejszych zasadach, np. w okresach świątecznych kiedy to częstsze jest praktykowanie przekazywania prezentów. W Grupie obowiązuje całkowity zakaz przyjmowania prezentów, w przypadku kiedy nastąpi sytuacja, w której mimo wszystko pracownik otrzyma prezent, to zobowiązany jest przekazać go do centrali, następnie prezenty te są rozlosowywane wśród wszystkich pracowników na różnych imprezach firmowych.

Przyjęcie Kodeksu doprowadziło do umocnienia wzorców etycznych i stworzenia środowiska pracy, w którym promowane są wartości Grupy Eurocash.

Grupa Eurocash stosuje się do zasady przezorności 15 Deklaracji z Rio de Janeiro w sprawie środowiska i rozwoju poprzez zarządzanie ryzykiem na każdym etapie planowania. Poniżej prezentujemy najważniejsze działania Grupy w tym zakresie.

Polityka Środowiskowa

Eurocash jako lider dystrybucji hurtowej produktów FMCG na rynku polskim, mając na uwadze poszanowanie środowiska naturalnego, prowadzi swoją działalność dążąc do minimalizacji wpływu na otoczenie.

Świadomość wagi zagadnień ekologicznych w powiązaniu z dalszym rozwojem Grupy sprawia, że funkcjonowanie przedsiębiorstwa jest zgodne z obowiązującymi przepisami i normami dotyczącymi ochrony środowiska i innymi uwarunkowaniami lokalnymi oraz z uwzględnieniem aspektów środowiskowych. W ramach doskonalenia efektów działalności środowiskowej obrane zostały następujące cele:

- Przestrzegania wszelkich wymagań prawnych i regulacji w obszarze ochrony i wpływu na środowisko mających zastosowanie w prowadzonej działalności
- Systematyczne podnoszenie świadomości ekologicznej wśród pracowników oraz poza firmą, ze szczególnym uwzględnieniem segregacji odpadów i recyklingu
- Zapobieganie zanieczyszczeniom środowiskowym, w tym zmniejszanie ilości odpadów oraz uciążliwych emisji

- Racjonalne użytkowanie zasobów naturalnych w tym powietrza, wody, energii i paliw
- Doskonalenie technologii i procesów logistycznych tak, aby były one przyjazne środowisku oraz zaspokajały potrzeby i oczekiwania obecnych i przyszłych kontrahentów oraz innych stron zainteresowanych
- Zapobieganie sytuacjom awaryjnym
- Kreowanie działalności proekologicznej wśród dostawców i klientów

Wyżej wymienione cele wiążą się z działalnością przedsiębiorstwa Eurocash. Zarząd zobowiązuje się do planowania działań z zakresu ochrony środowiska, zapewnienia zasobów do realizacji tych działań oraz oceny skuteczności podejmowanych działań.

Zarząd oraz wszyscy pracownicy Grupy Eurocash zobowiązani są do identyfikowania się z przestaniem przyjętej Polityki Środowiskowej i do realizacji celów z niej wynikających.

5.1 GOSPODAROWANIE ODPADAMI

Z generowanego przez Eurocash strumienia odpadów wyselekcjonowano w 2017 roku 1 884 tony makulatury oraz 527 ton folii. Łącznie odzyskowi podane zostało 65%, wytwarzanych odpadów, 34% odpadów stanowiły bioodpady, które zostały poddane procesom typu kompostowanie i biogazowanie, a tylko 1% odpadów podlegał składowaniu. Poniższe dane dotyczą odpadów powstających w wyniku realizacji głównych działalności Grupy i nie uwzględniają odpadów komunalnych wytworzonych przez pracowników.

Tabela 20 Odpady wytwarzane w Grupie Eurocash i sposób z nimi postępowania

Rodzaj odpadu	Odzysk materiałowy (t)	Przetwarzanie mechaniczno-biologiczne (t)	Składowanie (t)
Opakowania z papieru i tektury	5 149,16	0	0
Produkty spożywcze przeterminowane lub nieprzydatne do spożycia	0	2 071,11	0
Opakowania z tworzyw sztucznych	1 086,16	0	0
Inne	159,63	0	0
Razem	6 394,95	2 071,11	21,87
	75,3%	24,4%	0,3%

A) WSPÓŁPRACA Z BANKAMI ŻYWNOSCI

W roku 2017 Grupa Eurocash nawiązała stałą współpracę z Bankami Żywności, aby przekazywać im terminującą się żywność. Dzięki czemu duża część jedzenia z obiektów Grupy Eurocash, która do tej pory była utylizowana została wykorzystana przez osoby potrzebujące. W roku 2017 Grupa Eurocash uratowała w ten sposób 33,5 t artykułów spożywczych o wartości 318 tys. zł.

5.2 ZUŻYCIE ENERGII I EMISJA CO₂

Zużycie energii elektrycznej w Grupie Eurocash jest jednym z istotnych aspektów wpływu na środowisko. Ponieważ energia elektryczna w Polsce wytwarzana jest głównie z węgla, to aspekt ten wiąże się ze zużyciem surowców na jej wytworzenie oraz emisją dwutlenku węgla podczas spalania.

W roku 2017 zużycie energii w Grupie Eurocash wynosiło ok. 1,190 mln MJ. Energia zużywana jest głównie w naszych centrach dystrybucyjnych, biurach oraz hurtowniach.

W wyniku bezpośredniej emisji ze spalania paliw w budynkach i autach Grupy wyemitowane zostało ok. 35715 t CO₂. Za emisję odpowiada spalanie paliw w transporcie (63%) oraz do ogrzewania budynków (37%).

A) AUDYT EFEKTYWNOŚCI ENERGETYCZNEJ

W roku 2017 w Grupie Eurocash przeprowadzono audyt efektywności energetycznej. Obejmował zarówno budynki, jak i kwestie transportowe. W jego ramach zidentyfikowano miejsca, w których można zwiększyć efektywność procesów pod względem zużycia energii. Jego wyniki posłużą do zaplanowania działań w tym zakresie kolejnych lat.

B) WYMIANA OŚWIETLENIA LED

Grupa Eurocash w 2017 r. kontynuowała projekt wymiany oświetlenia w Centrach Dystrybucyjnych oraz hurtowniach Cash & Carry na nowoczesne oświetlenie wyposażone w żarówki LED. Inwestycja w projekt oprócz korzystnego wpływu na środowisko naturalne przedkłada się również na oszczędności ekonomiczne Grupy. W wyniku modernizacji oszczędności w lokalizacjach na zużyciu energii przez oświetlenie wyniosły ok. 60-75% w zależności od typu poprzedniego oświetlenia. Szacowany okres zwrotu inwestycji w wymianę oświetlenia w Centrum Dystrybucyjnym wynosi od 2,5 roku do 4 lat.

W 2017 roku oświetlenie zostało wymienione w 5 centrach dystrybucyjnych. Jednocześnie doprowadzono do wprowadzenia oświetlenia LED na 70% hurtowni Cash & Carry.

C) EKOLOGICZNY BUDYNEK BIURA W WARSZAWIE

W celu ograniczenia oddziaływania na środowisko nowe biuro Grupy w Warszawie zostało zlokalizowane w budynku z certyfikatem BREEAM (BRE Environmental Assessment Method). Certyfikat ten ocenia budynek pod kątem jego ekologiczności, w tym szczególnie zużycia energii. Rozwiązania w budynku nowego biura poszły dalej niż minimalne wymagania certyfikatu, dzięki czemu uzyskał on ocenę bardzo dobrą pod względem ekologii.

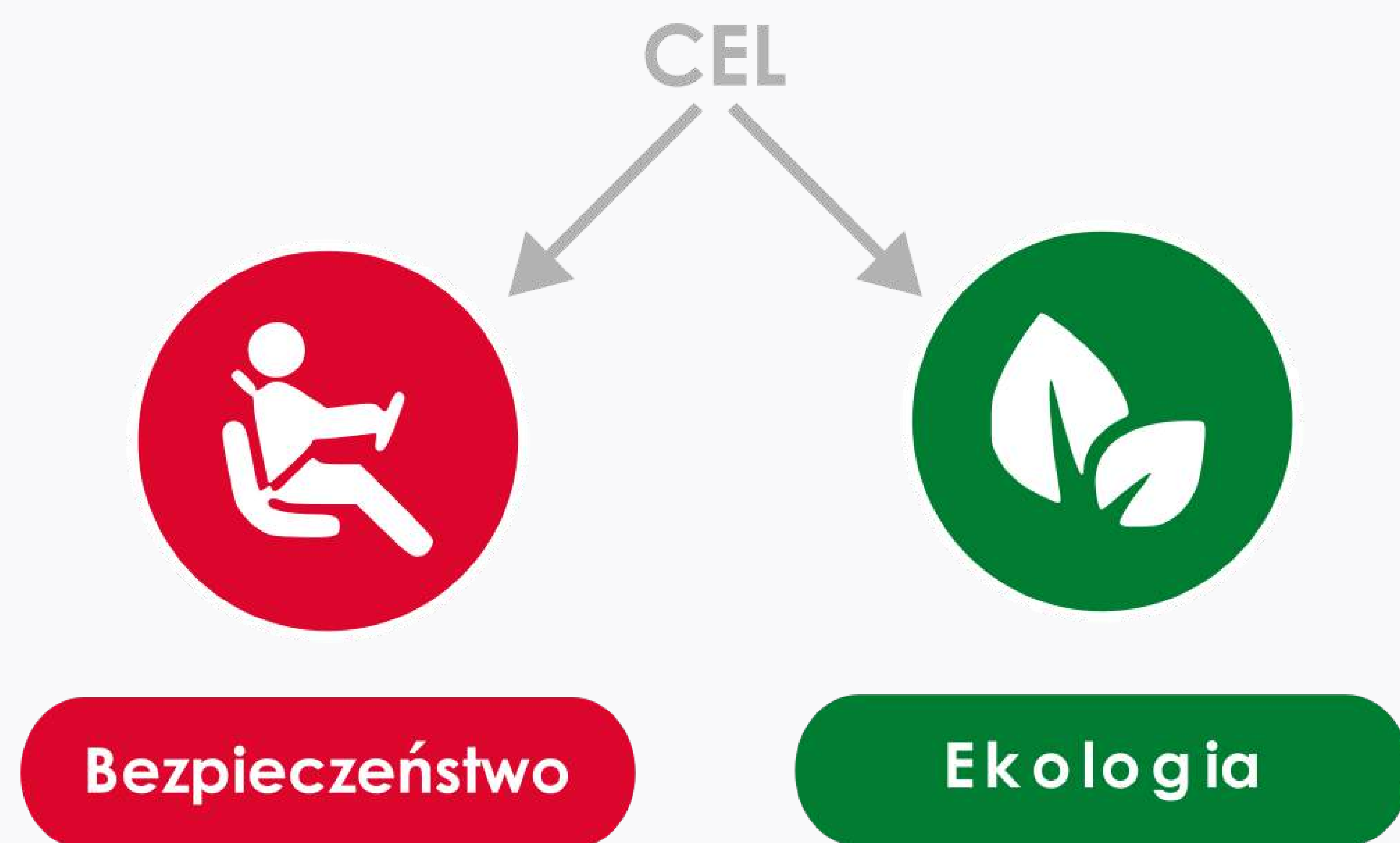
5.3 TRANSPORT

W Grupie opracowany i wdrożony został nowoczesny system logistyczny, pozwalający na racjonalne wykorzystanie środków transportu, a tym samym na ograniczenie wpływu przejazdów pojazdów ciężarowych na środowisko. Grupa Eurocash na bieżąco monitoruje trasy przejazdów oraz wyznacza trasy w sposób jak najbardziej efektywny. Środki transportu przewożą towar jednocześnie do kilku miejsc docelowych, co pozwala maksymalnie zoptymalizować powierzchnię załadunkową samochodów ciężarowych. Do przewozu towarów zatrudniane są również zewnętrzne firmy transportowe, które z racji swojej skali działalności, są w stanie jak najbardziej zoptymalizować kursy. Dzięki temu samochód ciężarowy obsługiwany przez zewnętrzną firmę, wystany do miejsca docelowego nie pokonuje drogi powrotnej z zupełnie pustą powierzchnią załadunkową. Firma wyspecjalizowana w usługach transportowych ma możliwość optymalnego wykorzystania samochodów ciężarowych, podczas trasy powrotnej, realizując zamówienia od innych przedsiębiorców. Polityka ta pozwala na znacząco redukcję emisji spalin do środowiska.

Ponadto bieżącemu monitoringowi podlega emisja spalin emitowanych w związku z działalnością pracowników Grupy Eurocash, poprzez wyznaczanie limitów zużycia paliwa na dany samochód osobowy, wykorzystywany w celach służbowych. Dział Zarządzania Flotą w razie znacznych odchyleń od ustalonych norm, podejmuje środki mające na celu zidentyfikowanie i wyeliminowanie problemu, przyczyniającego się do większego zużycia paliwa, a co za tym idzie, zwiększonej emisji spalin do środowiska.

A) PROGRAM ZWIĘKSZENIA BEZPIECZEŃSTWA I EKOLOGII JAZDY

„Program zwiększenia bezpieczeństwa i ekologii jazdy” został opracowany w 2017 ma on za zadanie znacząco wpłynąć na ograniczenie emisji z samochodów w Grupie oraz zwiększyć bezpieczeństwo osób nimi podróżujących.



W ramach programu zidentyfikowanych i przygotowano do implementacji 11 zasad Ecodrivingu w Grupie Eurocash:

- Przewiduj sytuację na drodze
- Hamuj silnikiem
- Jedź na możliwie najwyższym biegu i możliwie najniższych obrotach
- Przyspieszaj dynamicznie
- Nie rozgrzewaj silnika na postoju
- Zmniejsz opór powietrza
- Kontroluj ciśnienie w oponach
- Wyłączaj zbędne odbiorniki prądu
- Dbaj o samochód
- Unikaj jazdy na krótkich obrotach
- Planuj podróże i tankowania

Ich weryfikacja jest kontrolowana poprzez aplikację mobilną i rankingi kierowców.

B) FLOTA AUT HYBRYDOWYCH

Problem zanieczyszczeń powietrza z transportu samochodowego staje się coraz większym problemem w Polsce. Eurocash postanowił przyczynić się do obniżenia swojej emisji również poprzez wymianę aut konwencjonalnych na hybrydowe. Pojazdy z napędem hybrydowym zużywają mniej paliwa, wydzielają mniej szkodliwych substancji i są cichsze niż klasyczne auta z silnikami spalinowymi.

W roku 2017 Grupa Eurocash wzbogaciła swoją flotę o 400 aut hybrydowych Toyot Yaris.auta te stworzyły jedną z największych w Polsce firmowych flot samochodów z napędami alternatywnymi. Auta dodatkowo wyposażono w tym segmencie w system bezpieczeństwa Toyota Safety Sense, obejmujący m.in. układ wczesnego reagowania w razie ryzyka zderzenia PCS, automatyczne wycieraczki czy sygnalizację niezamierzonego opuszczenia pasa ruchu.

5.4 EKOBIURO

W ramach wdrażania ekologicznych rozwiązań w biurach Grupy Eurocash wprowadzono poniższe działania:

- W celu ograniczenia ilości marnowanego papieru i tuszów wprowadzono system centralnych wydruków, który standardowo używa tylko czarno-białego tuszu oraz drukuje dwustronnie;
- W celu odzyskania surowców w biurach w Poznaniu i okolicach zostały wyposażone w pojemniki na zużyty papier, a nowe biuro w Warszawie w pojemniki do sortowania na papier i tworzywa sztuczne.
- W celu ograniczenia emisji przez przejazdy samochodowe pracowników w delegacjach wdrożono systemy telekonferencyjne oraz promuje się wspólne przejazdy. Ogłoszenia dotyczące wspólnych przejazdów można zamieszczać w specjalnym dziale portalu pracowniczego oraz na grupie na platformie workplace.

5.5 EDUKACJA EKOLOGICZNA

W 2017 roku Eurocash S.A. kontynuowała edukację ekologiczną, z ramienia Interseroh Organizacja Odzysku Opakowań S.A., dostarczając do trzech szkół z najbliższego otoczenia naszych Centrów Dystrybucyjnych – Lublina, Sosnowca, Lubonia kolejne EKOPAKI. Tym razem materiały edukacyjne dotyczyły aluminium. „Ekopaki” to seria edukacyjno-zabawowych pudełek nawiązująca do konkretnego opakowania. Projekt przede wszystkim nawiązuje do idei zamkniętego obiegu surowca i ma na celu uświadomienie najmłodszych pokoleń, w jaki sposób można wykorzystać dane tworzywo.

Grupa Eurocash stara się również dbać o ludzi w swoim otoczeniu, organizuje lub włącza się w różne akcje społeczne oraz stara się zapewniać odpowiedzialne produkty i usługi, poniżej najważniejsze tego typu działania w 2017 roku.

6.1 WSPÓŁPRACA ZE ZWIĄZKIEM DUŻYCH RODZIN 3+

Grupa Eurocash oraz Związek Dużych Rodzin 3+ (ZDR 3+), największa w Polsce organizacja skupiająca rodziny wielodzietne, działają wspólnie w porozumieniu o długoletniej współpracy zarówno na poziomie lokalnym jak i ogólnopolskim. Porozumienie ma na celu służyć promowaniu wartości rodzinnych wśród klientów Grupy oraz konsumentów dokonujących zakupów w sklepach franczyzowych i partnerskich Grupy Eurocash.

Umowa o współpracy z ZDR 3+ przewiduje takie działania jak: promocje sprzedażowe dedykowane rodzinom wielodzietnym będącym członkami Związku, wzajemne wsparcie komunikacyjne ZDR 3+ i Grupy Eurocash, obecność marek Eurocash na wydarzeniach ZDR 3+ w całej Polsce czy wreszcie wsparcie finansowe na cele statutowe Związku. Markami, które w pierwszym okresie współpracy będą realizować działania dedykowane członkom Związku są sklep internetowy Frisco.pl oraz Delikatesy Centrum.

6.2 WSPÓŁPRACA Z UCZELNIAMI

Grupa Eurocash regularnie współpracuje z polskimi uczelniami. Na uczelniach wyższych prowadzony jest Program Ambasador, dzięki któremu w roku akademickim 2017/2018 Grupę reprezentuje 8 Ambasadorów – Studentów (4 kobiety i 4 mężczyzn). W Warszawie dwóch Ambasadorów w Szkole Głównej Handlowej, a jeden na Uniwersytecie Warszawskim. W Poznaniu po jednym Ambasadorze na Politechnice Poznańskiej, Uniwersytecie Adama Mickiewicza oraz na Uniwersytecie Ekonomicznym. Ambasadorzy wspierają Grupę w stałych eventach przeprowadzanych na uczelniach jak „Wyprawka dla Pierwszaka”, „Mikołaj z Eurocash” oraz licznych wykładach i warsztatach. Ambasadorzy pomagają również nawiązać współpracę z organizacjami studenckimi działającymi przy danych uczelniach.

Dodatkowo Eurocash jest partnerem biznesowym Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, a Luis Amaral - Prezes Eurocash S.A. - od 2017 roku jest prodziekanem Klubu Partnera Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu.



6.3 ZBIÓRKI I AKCJE DLA POTRZEBUJĄCYCH

Pracownicy Grupy chętnie angażują się w akcje prospołeczne, gdy dowiedzą się o osobach lub zwierzętach w potrzebie pomagają zorganizować im pomoc. Firma wspiera tego typu działania.

W roku 2017 w całej Grupie prowadzono zbiórki m.in. na chore dzieci pracowników, schroniska dla zwierząt, okulary dla osób starszych, zbiórki zakrętek. Grupy pracowników włączały się również w ogólnopolskie akcje Szlachetna Paczka i Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy.

6.4 CHOINKA PEŁNA ŻYCZEŃ

Co roku w okresie świąt w Grupie ma miejsce największa zbiórka dla dzieci z domów dziecka. Grupa Eurocash kontaktuje się z Rodzinnymi Domami Dziecka w Poznaniu oraz Warszawie, a także (po raz pierwszy w 2017 r.) z Domem Samotnej Matki w Lublinie. Prosi dzieci/matki o listy do św. Mikołaja lub o listę rzeczy (prezentów), które są im niezbędne. Karteczki z nazwą prezentów są wywieszane na choinkach w naszych lokalizacjach, pracownicy wybierają życzenia, które chcą spełnić i dostarczają prezenty do siedzib Grupy, skąd przewożone są do poszczególnych placówek w tygodniu przed Wigilią. Akcja co roku cieszy się ogromnym powodzeniem wśród pracowników.

W 2017 roku udało się pomóc 97 dzieciom i matkom. Korzyści z akcji dla Grup to zadowolenie pracowników oraz dumą z okazanej innym pomocy w okresie świątecznym, dla interesariuszy - piękne święta z pełną prezentów choinką.

6.5 DZIAŁ PORTALU PRACOWNICZEGO "POMÓŻ!"

Na portalu przeznaczonym dla pracowników Grupy działa specjalna sekcja z listą osób, które potrzebują wsparcia. Są to z reguły rodziny pracowników ale pracownicy mogą również zgłaszać wszelkie inne osoby.

Początkowo lista ta służyła do prezentacji osób, które można wesprzeć poprzez odpisanie jednego procenta z podatku, jednak z czasem zaczęto umieszczać tam również informacje o możliwościach wsparcia w innych formach.

6.6 BIEGI CHARYTATYWNE

Co roku pracownicy Grupy starają się brać udział w charytatywnych imprezach sportowych. Udział pracowników w tego typu wydarzeniach jest finansowany przez Grupę.

Na stałe do kalendarza Grupy wpisały się biegi charytatywne: Wings For Life World Run, Bieg Firmowy oraz Poland Business Run. Pracownicy Grupy brali w nich udział również w 2017 roku.

6.7 ODPOWIEDZIALNE PRODUKTY I USŁUGI

A) BIOLOVE

Dla klientów chcących prowadzić ekologiczny i zdrowy tryb życia sieć Konitgo stworzyła markę kosmetyków naturalnych Biolove. Produkty te stworzone są wyłącznie z naturalnych składników, nie zawierają SLS, PEG, silikonów, parabenów, barwników, konserwantów i tym podobnych dodatków.

Naturalne kosmetyki postrzegane są jako drogie, ale marka Biolove obaliła wszystkie mity na ten temat, zapewniając wysoką jakość w przystępnej cenie. Warto dodać, że wszystkie produkty Biolove powstają w Polsce.

W ofercie znajduje się wiele produktów pielęgnacyjnych i relaksacyjnych, takich jak: maśta, kremy, peelingi, musy, żele, maseczki, dezodoranty, a nawet sole i kulki do kąpieli oraz świece do masażu. Dodatkowo każda z serii ma do wyboru szeroki zakres zapachów.

B) ABC NA KOŁACH

Na obszarach wiejskich, które zamieszkiwane są przez sporą grupę seniorów dostęp do podstawowych towarów i usług jest bardzo ograniczony. Dlatego Eurocash zdecydował się na nowy sposób dystrybucji – abc na kołach.

Abc na kołach to sieć ogólnospożywczych, wygodnych samochodów-sklepów, które docierają do miejsc, w których brakuje jakichkolwiek punktów usługowych czy handlowych. Sklepy dostarczają świeże produkty spożywcze do lokalnych mieszkańców, którymi najczęściej są osoby starsze, żyjące samotnie, o niskich dochodach. Pojazdy są specjalnie przystosowane do przewozu żywności, dlatego są w stanie zaoferować wysoką jakość produktów w przystępnych cenach, co było wcześniej niedostępne dla tej grupy odbiorców. Sklepy odwiedzają swoich klientów regularnie, kilka razy w tygodniu, bez względu na pogodę czy porę roku, dlatego są dla nich wiarygodnym i pewnym źródłem bieżącego zaopatrzenia. Poza produktami spożywczymi w ofercie abc na kołach znajdują się także podstawowe artykuły gospodarstwa domowego, istnieje także możliwość opłacenia rachunków czy doładowania telefonu.

Sieć angażuje się w życie lokalnej społeczności organizując liczne akcje. Jednym z takich przedsięwzięć był cykl darmowych, letnich kin plenerowych, gdzie lokalni mieszkańcy mogli obejrzeć film wyświetlany na boku pojazdu-sklepu. Inne podejmowane działania to np. paczki świąteczne dla dzieci czy zwiększanie świadomości klientów-seniorów w kwestii ich praw konsumenckich.

6.8 PROGRAMY DLA BEZPIECZEŃSTWA DROGOWEGO

Sieci franczyzowe Delikatesy Centrum oraz Gama prowadzą własne programy mające na celu zwiększenie bezpieczeństwa na drodze, szczególnie w przypadku dzieci.

Delikatesy Centrum wspólnie z policją zorganizowały dotychczas dwie akcje "BEZPIECZNA droga!" oraz "Bezpieczny powrót do szkoły". Obejmowały one plakaty promujące bezpieczeństwo na drodze oraz wyposażanie dzieci w elementy odblaskowe.

Sieć Gama również z Policją zorganizowała akcję „Bądź bezpieczny na drodze”. Akcja polegała na organizowaniu spotkań w przedszkolach i innych placówkach w celu przeszkolenia dzieci z zasad bezpiecznego poruszania się na drodze oraz bezpieczeństwa związanego z zagrożeniami przy spotkaniach z obcymi osobami. Dzieci odwiedzali funkcjonariusze Policji wraz z osobą przebraną za maskotkę sieci Gama - Misiem Gamusiem.

6.9 PROMOCJA NIEMARNOWANIA ŻYWNOSCI

Oprócz własnej działalności zmniejszającej ilość wytworzonych odpadów spożywczych, Grupa stara się promować również tą ideę wśród społeczeństwa. W tym celu Eurocash Gastronomia wsparła organizację Światowego Dnia Żywności pt. „Co się dzieje z żywnością, której nie zjemy?”, który odbył się w terminie 15-16 października 2017 w Muzeum dla Dzieci w Państwowym Muzeum Etnograficznym w Warszawie.

Celem wydarzenia było uświadomienie społeczeństwa o globalnym problemie marnowania żywności oraz przekazanie wiedzy na temat sposobów zapobiegania wyrzucaniu jedzenia do kosza. Bezpośrednimi adresatami projektu były dzieci w wieku przedszkolnym, szkolnym podstawowym oraz ich opiekunowie, którzy odwiedzili Muzeum dla Dzieci w Warszawie.

Podczas imprezy m.in. rozdawano materiały edukacyjne, odbyły się warsztaty kulinarne i edukacyjne, pokazy filmów, zainscenizowano bajkę o niemarnowaniu żywności oraz przedstawiono specjalną wystawę.

Tabela 21 Lista wskaźników GRI

Wskaźnik GRI		Odniesienie w raporcie
STRATEGIA I ANALIZA		
G4-1	Oświadczenie kierownictwa najwyższego szczebla na temat znaczenia zrównoważonego rozwoju dla organizacji i jej strategii	81
PROFIL ORGANIZACJI		
G4-3	Nazwa organizacji	82
G4-4	Główne marki, produkty i/lub usługi	82-83
G4-5	Lokalizacja siedziby głównej organizacji	84
G4-6	Liczba krajów, w których firma prowadzi operacje	84
G4-7	Forma własności i struktura prawna organizacji	89
G4-8	Obsługiwane rynki z zaznaczeniem zasięgu geograficznego, obsługiwanych sektorów, charakterystyki klientów/konsumentów i beneficjentów	82-87
G4-9	Skala działalności organizacji	85-87
G4-10	Łączna liczba pracowników według typu zatrudnienia, rodzaju umowy o pracę i regionu oraz płci	104-105
G4-11	Odsetek zatrudnionych objętych umowami zbiorowymi	nie dotyczy
G4-12	Charakterystyka łańcucha dostaw/wartości	98

G4-13	Znaczące zmiany w raportowanym okresie dotyczące rozmiaru, struktury, formy własności lub łańcucha dostaw	96
G4-14	Wyjaśnienie, czy i w jaki sposób organizacja stosuje zasadę ostrożności	118
G4-15	Zewnętrzne, przyjęte lub popierane przez organizację ekonomiczne, środowiskowe i społeczne deklaracje, zasady i inne inicjatywy	93
G4-16	Członkostwo w stowarzyszeniach (takich jak stowarzyszenia branżowe) i/lub w krajowych/międzynarodowych organizacjach orzecznich	93

ZIDENTYFIKOWANE ISTOTNE ASPEKTY ORAZ ODPOWIADAJĄCE IM GRANICE

G4-17	Struktura organizacyjna organizacji, z wyróżnieniem głównych działów, spółek zależnych, podmiotów powiązanych oraz przedsięwzięć typu joint-venture z wyjaśnieniem, które z nich nie są objęte Raportem	82-88
G4-18	Proces definiowania zawartości raportu oraz wdrożenia zasad raportowania do zdefiniowania zawartości Raportu	95-96
G4-19	Istotne aspekty zidentyfikowane w procesie definiowania zawartości Raportu	95
G4-20	Zakres i istotność dla każdego ze zidentyfikowanych aspektów wewnątrz organizacji	95
G4-21	Zakres i istotność dla każdego ze zidentyfikowanych aspektów na zewnątrz organizacji	95
G4-22	Wyjaśnienia dotyczące efektów jakichkolwiek korekt informacji zawartych w poprzednich raportach z podaniem powodów ich wprowadzenia	nie dotyczy

G4-23	Znaczne zmiany w stosunku do poprzedniego Raportu dotyczące zakresu, zasięgu lub metod pomiaru zastosowanych w Raporcie	96
ZAANGAŻOWANIE INTERESARIUSZY		
G4-24	Lista grup interesariuszy angażowanych przez organizację	94
G4-25	Podstawy identyfikacji i selekcji interesariuszy	94
G4-26	Podejście do angażowania interesariuszy, włączając częstotliwość angażowania według typu i grupy interesariuszy	94
G4-27	Kluczowe kwestie i problemy poruszane przez interesariuszy oraz odpowiedź ze strony organizacji, również poprzez ich zaraportowanie	94
PROFIL RAPORTU		
G4-28	Okres raportowania	95
G4-29	Data publikacji ostatniego Raportu (jeśli został opublikowany)	95
G4-30	Cykl raportowania (roczny, dwuletni itd.)	95
G4-31	Osoba kontaktowa	96
G4-32	Tabela wskazująca miejsce zamieszczenia wskaźników w Raporcie	127-132
G4-33	Polityka i wewnętrzna praktyka w zakresie zewnętrznej weryfikacji Raportu	nie dotyczy
ŁAD ORGANIZACYJNY		
G4-34	Struktura nadzorcza organizacji wraz z komisjami podlegającymi pod najwyższy organ nadzorczy, odpowiedzialnymi za poszczególne zadania	89-90

ETYKA

G4-56	Wartości, zasady, standardy, normy postępowania organizacji, zebrane w kodeksach postępowania i kodeksach etycznych	92-93, 116-117
--------------	---	---------------------------

WSKAŹNIKI EKONOMICZNE

DMA	Podjęcie zarządcze - Wspieranie niezależnych sklepów spożywczych	82
G4-EC1	Bezpośrednia wartość ekonomiczna wytworzona i podzielona	84
G4-EC8	Znaczący pośredni wpływ ekonomiczny, w tym skala tego wpływu	82, 84-85

WSKAŹNIKI ŚRODOWISKOWE

DMA	Podjęcie zarządcze - Środowisko	118
DMA	Podjęcie zarządcze - Transport	120-121
G4-EN3	Zużycie energii wewnątrz organizacji	119
G4-EN16	Bezpośrednie emisje gazów cieplarnianych (Zakres 1)	119
G4-EN23	Całkowita waga odpadów według rodzaju odpadu oraz metody postępowania z odpadem	119

WSKAŹNIKI SPOŁECZNE - ZATRUDNIANIE I GODNA PRACA

DMA	Podjęcie zarządcze - Bezpieczeństwo i higiena pracy	105-106
DMA	Podjęcie zarządcze - Szkolenia i edukacja	107-108
DMA	Podjęcie zarządcze - Różnorodność i równość szans	116

DMA	Podjęcie zarządcze - Mechanizmy skargowe dotyczące praktyk zatrudniania	115-116
G4-LA1	Całkowita liczba i wskaźniki zatrudnienia nowych pracowników oraz rotacji pracowników w podziale na grupy wiekowe, płeć i region	104-105
G4-LA2	Świadczenia zapewniane pracownikom pełnoetatowym, które nie przysługują Pracownikom tymczasowym lub zatrudnionym w niepełnym wymiarze godzin, w podziale na główne lokalizacje prowadzenia działalności	106-107, 114-115
G4-LA6	Rodzaj urazów oraz wskaźnik urazów, chorób zawodowych, dni straconych i nieobecności w pracy oraz wypadków śmiertelnych związanych z pracą	105-106
G4-LA9	Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku przypadająca na pracownika w podziale na płeć oraz na kategorię pracowników	108
G4-LA10	Programy rozwoju umiejętności menedżerskich i kształcenia ustawicznego, które wspierają ciągłość zatrudnienia pracowników oraz ułatwiają zarządzanie końcem kariery zawodowej	110-112
G4-LA11	Procent pracowników otrzymujących regularne oceny swoich wyników oraz informacje rozwoju zawodowego, w podziale na płeć oraz kategorię pracowników	110

WSKAŹNIKI SPOŁECZNE - PRAWA CZŁOWIEKA

DMA	Podjęcie zarządcze - Zapobieganie korupcji	115-117
------------	--	----------------

WSKAŹNIKI SPOŁECZNE - ODPOWIEDZIALNOŚĆ ZA PRODUKT

DMA	Podjęcie zarządcze - Zdrowie i bezpieczeństwo klientów	98-99
------------	--	--------------