

RAPORT Z DZIAŁALNOŚCI NIEFINANSOWEJ

SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU

Raport za 2018 r.

KOMORNIKI, 15 marca 2019 r.

SPIS TREŚCI

LIST OD CZŁONKA ZARZĄDU	4
1. O GRUPIE	6
1.1 LICZBA PLACÓWEK.....	8
1.2 WIELKOŚĆ I STRUKTURA SPRZEDAŻY.....	9
1.3 POWIĄZANIA KAPITAŁOWE GRUPY EUROCASH.....	11
1.4 STRUKTURA ZARZĄDCZA.....	13
1.5 STRUKTURA NADZORCZA.....	13
1.6 STRATEGIA GRUPY EUROCASH.....	14
1.7 STRATEGIA SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU	16
1.8 WARTOŚCI GRUPY EUROCASH.....	17
1.9 CZŁONKOSTWO W STOWARZYSZENIACH.....	19
1.10 INTERESARIUSZE GRUPY.....	19
1.11 SYSTEM ZARZĄDZANIA RYZYKIEM.....	21
2. RAPORT	30
3. WPŁYW EUROCASH NA ŚRODOWISKO	32
3.1 ZUŻYCIE ENERGII I EMISJA CO ²	33
3.2 ZUŻYCIE ENERGII W BUDYNKACH.....	33
3.3 ZUŻYCIE ENERGII W TRANSPORCIE.....	34
3.4 GOSPODAROWANIE ODPADAMI.....	36
3.5 POZOSTAŁE INICJATYWY.....	37
4. JAKOŚĆ I BEZPIECZEŃSTWO ŻYWNOŚCI	39
4.1 CHARAKTERYSTYKA ŁAŃCUCHA DOSTAW.....	40
4.2 NOWY STANDARD BEZPIECZEŃSTWA ŻYWNOŚCI.....	40
4.3 WERYFIKACJA JAKOŚCI PRODUKTÓW ŚWIEŻYCH.....	41
5. DOBRE ŚRODOWISKO PRACY DLA NASZYCH PRACOWNIKÓW	45
5.1 STRUKTURA ZATRUDNIENIA.....	45
5.2 BEZPIECZEŃSTWO I HIGIENA PRACY.....	46
5.3 ZDROWIE PRACOWNIKÓW.....	49
5.4 ROZWÓJ KAPITAŁU LUDZKIEGO.....	49
5.5 DIALOG Z PRACOWNIKAMI I PARTYCYPACJA.....	60
5.6 MOTYWACJA I INTEGRACJA.....	62
5.7 PRAWA PRACOWNIKÓW.....	65
5.8 KODEKS ETYKI.....	66
6. PRZYSZŁOŚĆ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI I JEJ WPŁYW NA SPOŁECZNOŚCI LOKALNE	67
6.1 PROMOCJA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI.....	67
6.2 I FILAR AKADEMII - PLATFORMA EDUKACYJNA.....	69
6.3 II FILAR AKADEMII WARSZTATY.....	69

6.4 III FILAR AKADEMII - KONFERENCJE EDUKACYJNE.....	70
6.5 IV FILAR AKADEMII - STUDIA PODYPLOMOWE.....	70
6.6 WSPIERANIE LOKALNYCH SPOŁECZNOŚCI.....	73
6.7 EUROCASH.PL - INNOWACYJNE NARZĘDZIE BIZNESOWE DLA NIEZALEŻNYCH PRZEDSIĘBIORCÓW.....	78
6.8 DOBRE PRAKTYKI W BIZNESIE.....	78
6.9. ODPOWIEDZIALNE PRODUKTY I USŁUGI.....	80

LIST OD CZŁONKA ZARZĄDU



Szanowni Państwo,

W Grupie Eurocash wierzymy w siłę przedsiębiorczości. Jako największy partner niezależnych przedsiębiorców w Polsce uważamy, że nie ma innej drogi do sukcesu niż przedsiębiorczość odpowiedzialna. Jest ona fundamentem naszych działań, dlatego też w 2018 roku przyjęliśmy i wdrażamy strategię Społecznej Odpowiedzialności Biznesu (CSR). W jej ramach zdefiniowaliśmy cztery główne filary zrównoważonego rozwoju Grupy Eurocash: **(1) Wpływ Eurocash na Środowisko**, **(2) Jakość i Bezpieczeństwo Żywności**, **(3) Dobre Środowisko Pracy** oraz **(4) Przyszłość Przedsiębiorczości** i jej wpływ na społeczności lokalne. Poniższy raport został opracowany w oparciu o założenia tych filarów.

Rok 2018 był bogaty w inicjatywy CSR. W ramach filaru **Wpływ Eurocash na Środowisko** warto wspomnieć, że Grupa Eurocash kontynuowała rozbudowę floty hybrydowej, która dziś stanowi największą tego typu flotę korporacyjną w kraju. Co więcej, z powodzeniem wdrożyliśmy Program Zwiększania Bezpieczeństwa i Ekologii jazdy, który przełożył się na podniesienie liczby pokonywanych kilometrów na 1 litr paliwa o ponad 10%. Na koniec roku podjęliśmy decyzję, by całkowicie zrezygnować z zakupu samochodów z silnikiem diesla na rzecz jednostek benzynowych i hybrydowych, które produkują o wiele mniej szkodliwych dla zdrowia zanieczyszczeń powietrza – cząstek stałych i dwutlenku azotu.



1 809
DOSTAWCÓW



49 000
PRODUKTÓW

Filar **Jakość i Bezpieczeństwo Żywności** to przede wszystkim współpraca z ponad 1 800 dostawcami, dzięki której mogliśmy zaoferować naszym klientom około 49 tysięcy SKU. Jest to blisko dwukrotnie większa liczba dostawców i kilkunastokrotnie większa liczba SKU w porównaniu do sieci dyskontów. Dzięki tej współpracy mogliśmy rozwijać dystrybucję markowych towarów produkowanych głównie w Polsce, co ma niebagatelny wpływ na naszą krajową gospodarkę. Dbając o bezpieczeństwo żywności co roku przeprowadzamy audyty i certyfikację standardów jakościowych: ISO 22000:2005, BRC Global Standard, IFS Logistics oraz MSC i ASC.

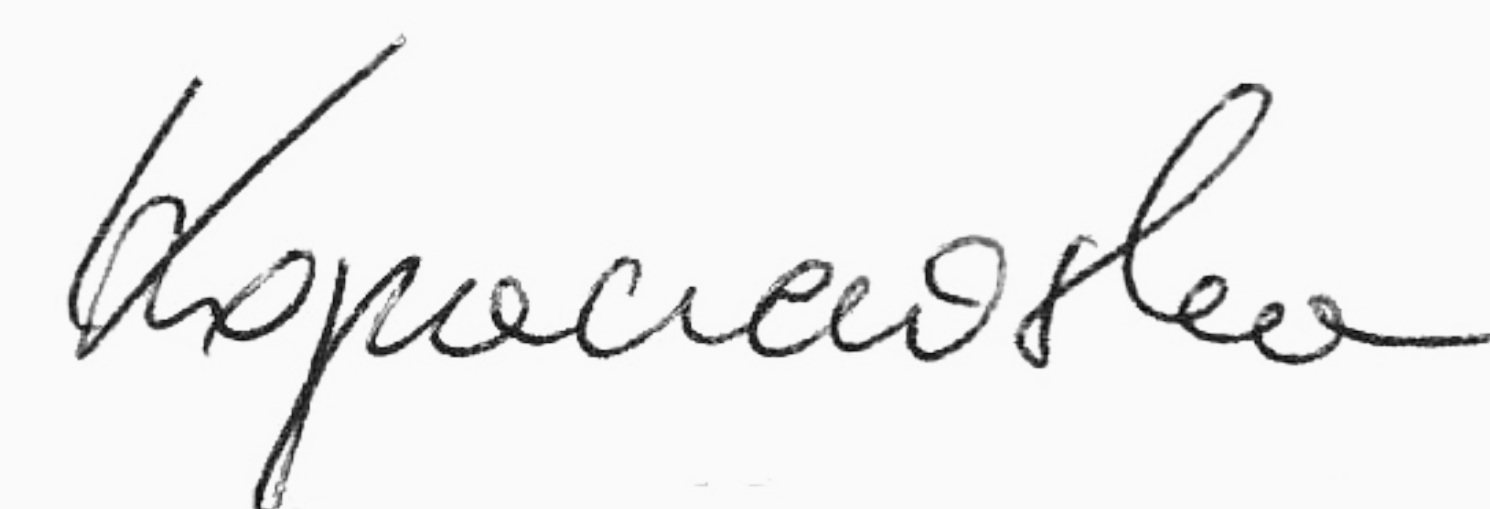
Filar **Dobre Środowisko Pracy** odnosi się do bezpieczeństwa pracy, dbania o rozwój naszych pracowników, czy skutecznej komunikacji, dzięki czemu jesteśmy w stanie stworzyć stymulujące i przyjazne miejsce pracy dla ponad 20 tysięcy naszych pracowników. Najważniejszym osiągnięciem w tym obszarze jest redukcja liczby wypadków, pomimo znacznego zwiększenia zatrudnienia. Dodatkowo, tysiące naszych pracowników mogło skorzystać z dedykowanych szkoleń zarówno w formie warsztatów, jak i poprzez dostęp do zaawansowanej platformy online. Dzieci naszych pracowników i pracowników naszych klientów mogą co roku ubiegać się o 140-150 stypendiów naukowych przyznawanych przez Fundację Eurocash „Spełniamy Marzenia”.

Przyszłość Przedsiębiorczości to szczególny filar, odnoszący się bezpośrednio do naszej misji. Wierzymy, że jeśli chcemy odnosić sukcesy, musimy wspierać przedsiębiorczość zarówno wśród naszych klientów, ale też pracow-

ników. W 2018 roku udostępniliśmy tysiącom przedsiębiorców innowacyjną platformę e-commerce eurocash.pl, która z jednej strony ułatwiała im codzienne funkcjonowanie w biznesie, z drugiej umożliwiła im rozwój poprzez innowacyjne funkcjonalności. Dodatkowo poszerzaliśmy ofertę Akademii Umiejętności Eurocash, jednej z największych prywatnych instytucji edukacyjnych w Polsce. Urochomiliśmy też II edycję studiów podyplomowych „Zarządzanie przedsiębiorstwem w handlu detalicznym” w Szkole Głównej Handlowej. Podjęliśmy również działania wspierające sukcesję w biznesie na szeroką skalę. Promowaliśmy dobre praktyki w biznesie poprzez ranking „Równi w Biznesie”. Ogromną satysfakcję przyniósł nam plebiscyt Lokalni Herosi – „100 Inicjatyw na 100-lecie Niepodległości”, dzięki któremu mogliśmy sfinansować projekty społeczne przedsiębiorców poświęcone ich lokalnym społecznościom.

W kolejnych latach zamierzamy zwiększyć naszą aktywność w obszarze społecznej odpowiedzialności. Opracowana w 2018 roku Strategia CSR stawia przed Grupą ważne cele, których realizacja będzie miała pozytywny wpływ na środowisko, w którym żyjemy i pracujemy, bezpieczeństwo i jakość dystrybuowanej przez nas żywności i które przede wszystkim przyczynią się do rozwoju przedsiębiorczości w Polsce.

Z poważaniem,



Katarzyna Kopaczewska -
Członek Zarządu

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 blisko 15 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 Struktura Grupy Eurocash

GRUPA EUROCASH			
HURT	DETAL	PROJEKTY	INNE
CASH&CARRY	DELIKATESY CENTRUM	DUŻY BEN	
EUROCASH SERWIS	INMEDIO	KONTIGO	
EUROCASH ALKOHOLE		ABC NA KOŁACH	
EUROCASH GASTRONOMIA		INNE	
EUROCASH DYSTRYBUCJA			



Źródło: Opracowanie własne

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

Hurt – hurtowy format dystrybucji:

• **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.);

- 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 prowadząca sklepy własne sieci Lewiatan).

• **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 napojów alkoholowych na terenie całej Polski;

• **Eurocash Gastronomia** – zaopatrzenie dla sieci restauracji, hoteli oraz niezależnych punktów gastronomicznych;

• **Inne** – przychody ze sprzedaży spółek PayUp S.A. oraz Cerville Investments Sp. z o.o.

Detal – sprzedaż detaliczna Grupy Eurocash i sprzedaż hurtowa Eurocash do sieci franczyzowej Delikatesy Centrum:

• **Delikatesy Centrum sklepy franczyzowe** – system franczyzowy dla sklepów detalicznych pod marką „Delikatesy Centrum”;

• **Delikatesy Centrum sklepy własne** – sklepy własne, zarządzane w ramach spółek Firma Rogala Sp. z o.o., FHC-2 Sp. z o.o., Madas sp. z o.o., w których Eurocash posiada 50% udziałów;

• **EKO** – sklepy własne pod marką Delikatesy Centrum, Lewiatan i EKO zarządzane przez EKO Holding S.A.;

• **Mila** – sklepy własne pod marką Mila zarządzane przez Mila S.A.;

• **Inmedio** – kioski z prasą działające pod marką Inmedio.

Projekty – przychody ze sprzedaży realizowane przez nowe projekty prowadzone przez Eurocash S.A. oraz spółki zależne: Eurocash Convenience Sp. z o.o., Kontigo Sp. z o.o., Eurocash Detal Sp. z o.o., ABC na kołach Sp. z o.o., Duży Ben Sp. z o.o., 4Vapers Sp. z o.o., Sushi 2Go Sp. z o.o. oraz sprzedaż świeżych produktów do sklepów Delikatesy Centrum realizowana przez Eurocash S.A.

Inne – przychody ze sprzedaży i koszty pozostałych spółek poprzez Eurocash Trade 1 Sp. z o.o., Eurocash Trade 2 Sp. z o.o., Eurocash VC 3 Sp. z o.o. oraz koszty działów centralnych, nieprzypisane do żadnego z powyższych segmentów.

Tabela 1 Grupa Eurocash: Podstawowe dane finansowe

	mln zł	2018	2017
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów		22 832,89	20 849,46
Wynagrodzenia (wliczając ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia)		1 217,54	1 023,01
Zysk brutto na sprzedaży		155,55	20,31
EBITDA*		373,86	360,71
Zysk netto*		66,90	84,84

*Wyłączając wpływ zdarzeń jednorazowych takich jak: koszty potencjalnych zobowiązań z tytułu podatku VAT w roku 2017 oraz przychody wynikające ze sprzedaży 100% udziałów w spółce PayUp Polska S.A., rezerwę na koszty restrukturyzacji oraz koszty procesu Mila

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 2018 r. sieć handlu hurtowego Grupy Eurocash obejmowała 180 Hurtowni Cash & Carry, w ramach której organizowana jest sieć sklepów partnerskich „abc” do której należało 8 708 lokalnych sklepów spożywczych. W sieciach franczyzowych i partnerskich współpracujących z Eurocash Dystrybucja zrzeszonych natomiast było 5 024 sklepów.

Do sieci detalicznej należało natomiast **1 539 małych supermarketów w tym 1 328 działających pod marką Delikatesy Centrum** oraz 448 saloników prasowych Inmedio. W tabeli poniżej przedstawiono informacje na temat liczby Hurtowni Cash & Carry, liczby małych supermarketów, w tym Delikatesów Centrum, sieci sklepów „abc”, salonów Inmedio oraz sklepów zrzeszonych w ramach Eurocash Dystrybucja.

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

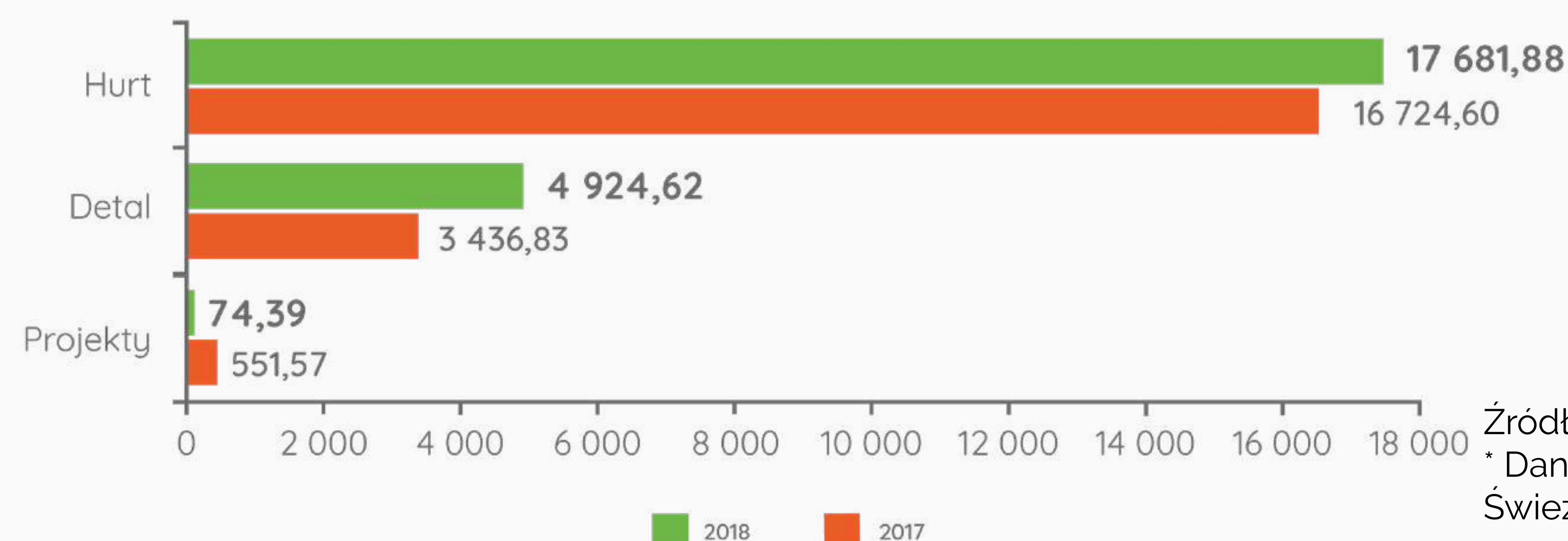
	stan na 31.12.2018	stan na 31.12.2017
Hurtownie Cash & Carry	180	180
Sieć sklepów „abc”	8 708	8 531
Sieci franczyzowe i partnerskie*	5 024	4 905
Salony Inmedio	448	452
Małe Supermarkety	1 539	1 344
W tym: Marka Delikatesy Centrum	1 328	1 171

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

1.2 WIELKOŚĆ I STRUKTURA SPRZEDAŻY

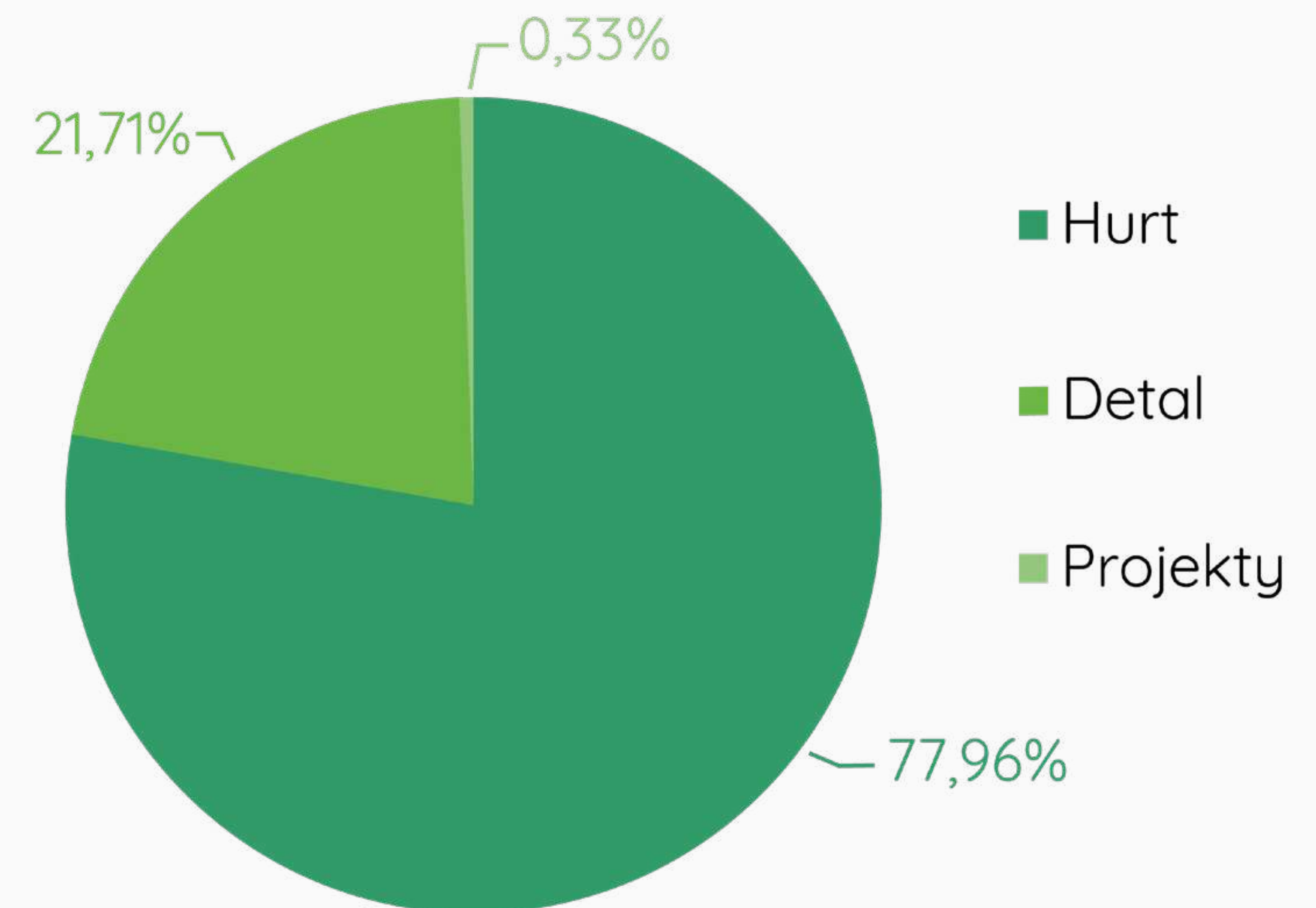
Strukturę sprzedaży w podziale na segmenty (w mln zł) za rok 2017 i 2018 przedstawia poniższy wykres.

Wykres 2 Sprzedaż produktów w poszczególnych formatach (mln zł)



Poniżej prezentujemy podział sprzedaży towarów za 2018 rok w podziale na segmenty działalności.

Wykres 3 Grupa Eurocash: Prezentacja sprzedaży w podziale na segmenty za rok 2018



Źródło: Opracowanie własne

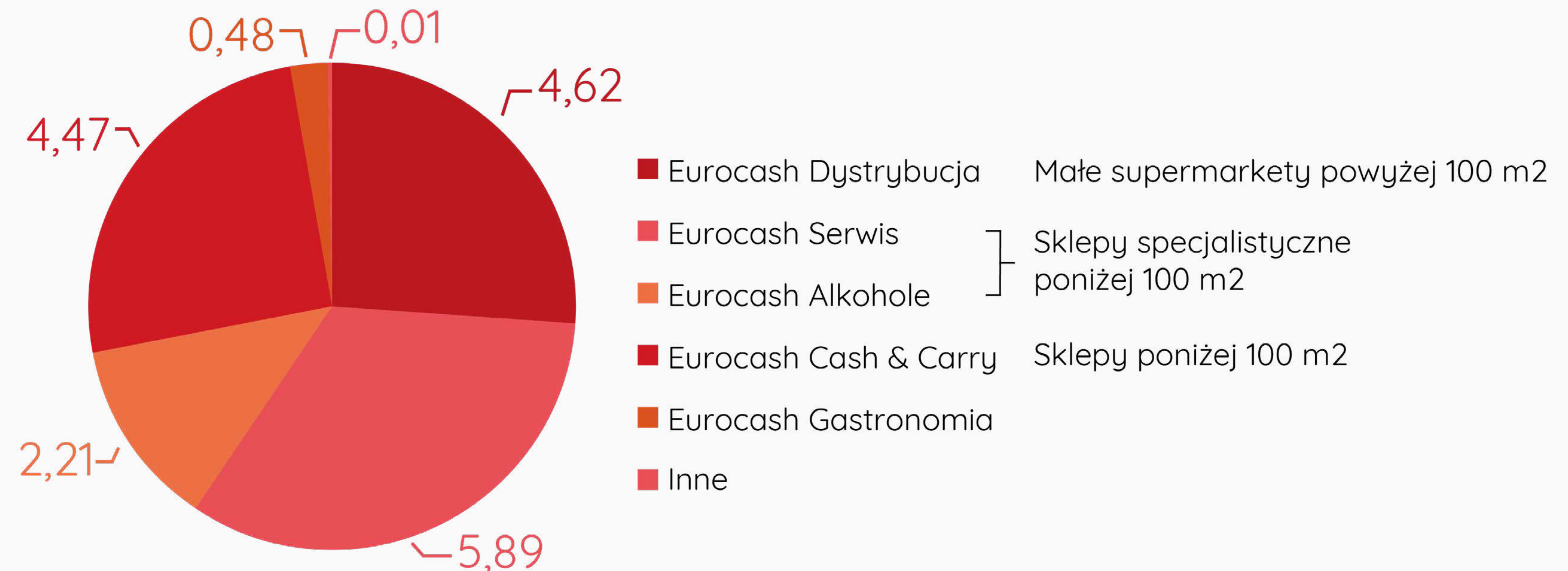
* Dane zaprezentowane są wg nowego podziału, obowiązującego od 2019 roku. Projekt Świeże prezentowany jest teraz segmente Detalicznym.

Źródło: Opracowanie własne

* Dane zaprezentowane są wg nowego podziału, obowiązującego od 2019 roku. Projekt Świeże prezentowany jest teraz segmente Detalicznym.

Segment detaliczny stanowił w Grupie Eurocash ok. 22%, podczas gdy segment hurtowy odpowiedzialny był za prawie 78% przychodów ze sprzedaży Grupy Eurocash.

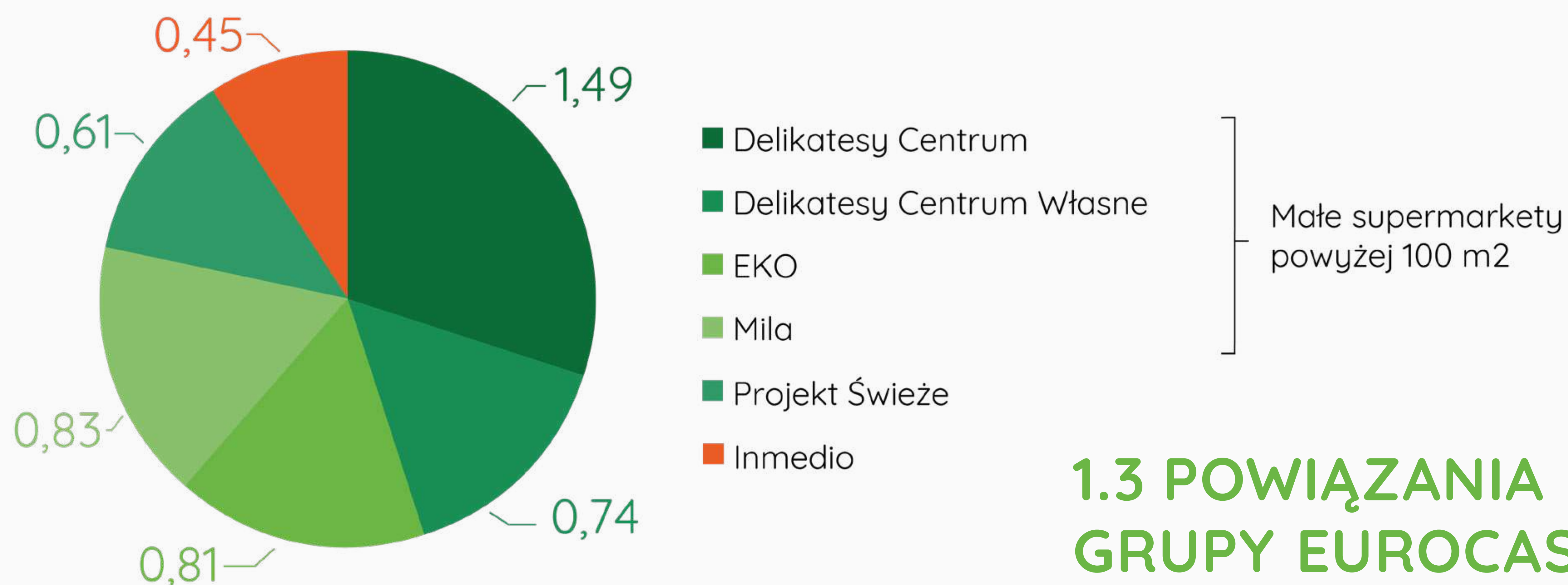
Wykres 4 Grupa Eurocash: Sprzedaż segmentu hurtowego w podziale na poszczególne segmenty (mld zł) za rok 2018



Źródło: Opracowanie własne

Największy udział w sprzedaży segmentu hurtowego stanowią przychody ze sprzedaży generowane przez Eurocash Serwis, ponad 33%, następnie Eurocash Dystrybucja – 26% i Eurocash Cash&Carry – 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. 58% 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 19% sprzedaży. Do segmentu detalicznego zaliczana jest również sprzedaż detaliczna saloników prasowych Inmedio, których udział w przychodach segmentu stanowi 10%.

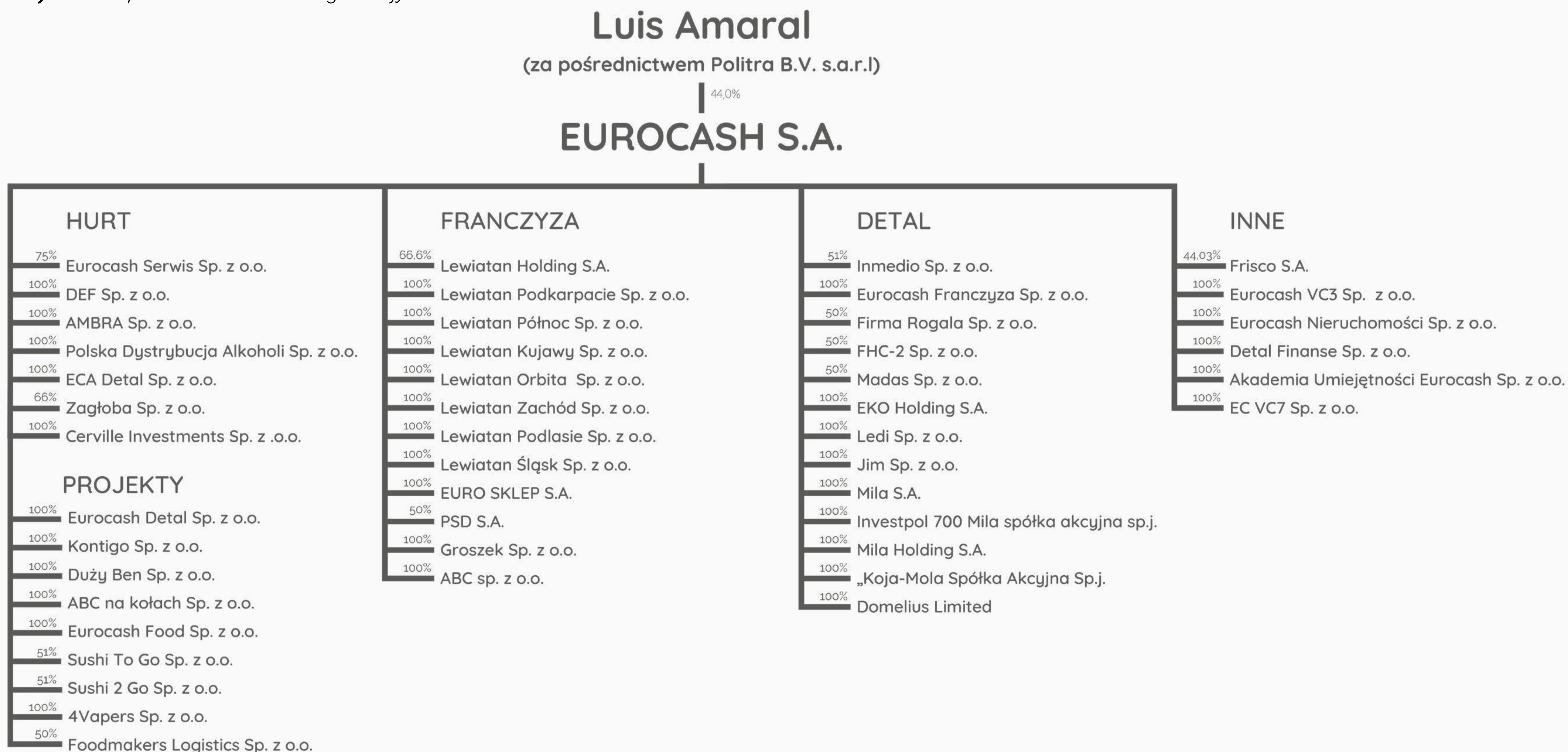
1.3 POWIĄZANIA KAPITAŁOWE GRUPY EUROCASH

Głównym akcjonariuszem Eurocash jest Pan Luis Amaral (bezpośrednio oraz pośrednio poprzez Politra B.V. s.a.r.l.) posiadający na dzień 31.12.2018 r. 44,04% 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 31.12.2018 r. Azvalor Asset Management S.G.I.I.C. S.A. wraz ze spółkami pośrednio i bezpośrednio zależnymi, posiadał łącznie 13.605.690 akcji stanowiących 9,78% kapitału zakładowego Eurocash S.A. Z akcji tych przysługiwało 13.014.591 głosów stanowiących 9,35% udziału w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu Eurocash S.A.

Strukturę Grupy Eurocash oraz jednostki podporządkowane Grupy na dzień 31.12.2018 r. przedstawiono na następnej stronie.

Wykres 6 Grupa Eurocash: Struktura organizacyjna



W dniu 29 maja 2018 r. Eurocash nabył 100% udziałów w podmiocie kontrolującym Mila S.A. – spółki prowadzącej sieć sklepów Mila.

W dniu 19 grudnia 2018 r., Grupa Eurocash zawarła umowę przyrzeczoną dotyczącą sprzedaży 100% akcji PayUp Polska S.A.

1.4 STRUKTURA ZARZĄDCZA

Organem zarządzającym Eurocash S.A. jest zarząd składający się z 7 członków. Skład Zarządu na dzień 31.12.2018 r. zaprezentowano poniżej:

Tabela 3 Skład zarządu Spółki w roku 2018

Osoba	Funkcja
Luis Manuel Conceicao do Amaral	Prezes Zarządu
Rui Amaral	Członek Zarządu – Dyrektor Generalny
Arnaldo Guerreiro	Członek Zarządu
Pedro Martinho	Członek Zarządu
Katarzyna Kopaczewska	Członek Zarządu – Dyrektor Personalny
Jacek Owczarek	Członek Zarządu – Dyrektor Finansowy
Przemysław Ciaś	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 określonych 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 01.01.2018 r. do 31.12.2018 r. przedstawiał się jak w poniższej tabeli.

Tabela 4 Skład Rady Nadzorczej Spółki w roku 2018 wraz z funkcjami pełnionymi przez jej członków

Osoba	Funkcja
João Borges de Assuncao	Przewodniczący Rady Nadzorczej
Francisco José Valente Hipólito dos Santos	Członek Rady Nadzorczej
Hans Joachim Körber	Członek Rady Nadzorczej
Jacek Szwajcowski	Członek Rady Nadzorczej
Alicja Kornasiewicz	Członek Rady Nadzorczej

Status członków niezależnych Rady Nadzorczej posiadają:

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

Tym samym, 4 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 przyczyniać 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 stworzenie sieci sklepów liczącej 2400 placówek, 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 sie-

ciach 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 dalszym rozwoju działalności hurtowej sprzyjać powinna również platforma eurocash.pl, która daje właścicielom niezależnych sklepów detalicznych możliwość pośredniego ograniczenia kosztów a przede wszystkim lepszego zaadresowania potrzeb konsumentów.

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 STRATEGIA SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU

Głównymi obszarami działalności biznesu Eurocash, w których realizuje się idea Społecznej Odpowiedzialności Biznesu, są: środowisko naturalne, produkty, które sprzedaje Eurocash, środowisko pracy oraz relacje z franczyzobiorcami i społecznościami lokalnymi.

FILAR 1: WPŁYW EUROCASH NA ŚRODOWISKO

Eurocash jako duża firma, która operuje w wielu obiektach oraz której ważnym obszarem działalności jest trans-

port ma bezpośredni wpływ na środowisko naturalne poprzez zanieczyszczenia emisjami do atmosfery, produkcję odpadów i zużycie energii. Dlatego też czujemy szczególną odpowiedzialność za redukcję naszego potencjalnego wpływu na środowisko i staramy się przede wszystkim zredukować emisję dwutlenku węgla, ilość odpadów z opakowań oraz spożywczych oraz zużycie prądu.

FILAR 2: JAKOŚĆ I BEZPIECZEŃSTWO ŻYWNOŚCI

Handel żywnością niesie ze sobą duże wyzwania na różnych etapach łańcucha logistycznego. Rosnący nacisk, jaki kładziemy na sprzedaż produktów świeżych sprawia, że konieczne jest nieustanne zwiększanie poziomu kontroli jakości produktów, które przyjmujemy od producentów i które dostarczamy współpracującym z nami sklepom, jak i podwyższanie standardów bezpieczeństwa i zachowania jakości żywności w przechowywaniu oraz transporcie.

FILAR 3: DOBRE ŚRODOWISKO PRACY

Wierzimy, że podstawą zrównoważonego rozwoju jest tworzenie odpowiedniego – motywującego i przyjaznego – środowiska pracy dla wszystkich naszych pracowników. Jesteśmy świadomi zróżnicowanych oczekiwań i wymagań pracowników, w zależności od rodzaju wykonywanej przez nas pracy. Pracownikom wykonującym prace fizyczne staramy się zapewnić przede wszystkim bezpieczeństwo w miejscu pracy. W grupie pracowników biurowych oraz kadry menadżerskiej stawiamy na rozwój kompetencji zawodowych. W odniesieniu do wszystkich pracowników stawiamy nacisk na zdrowie, dobry kontakt z przełożonymi oraz wysoką etykę pracy.

FILAR 4: PRZYSZŁOŚĆ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI I JEJ WPŁYW NA SPOŁECZNOŚCI LOKALNE

U podstaw sukcesu Eurocash leży wiara w siłę polskiej przedsiębiorczości. Jednocześnie zdajemy sobie sprawę z tego, z jak wieloma wyzwaniami mierzą się nasi franczyzobiorcy w obliczu silnej konkurencji dużych sieci. Dlatego, aby budować wraz z nimi wspólną przyszłość, staramy się na różne sposoby wspierać ich w rozwoju ich przedsiębiorczości – poprzez poszerzanie ich wiedzy, wprowadzanie innowacyjnych rozwiązań pozwalających lepiej rozwijać biznes czy program sukcesji. Jednocześnie ważne jest dla nas, by lokalne społeczności, w których działają nasi franczyzobiorcy, zauważyły i doceniły ich rolę i wagę dla miejscowości czy regionu. Wierzimy, że wspieranie przez nas polskiej przedsiębiorczości pozwoli jej nie tylko przetrwać, ale też przyciągnie do handlu detalicznego nowe pokolenie przedsiębiorców.

1.8 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

Wierzimy, 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.

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.

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.

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.

1.9 CZŁONKOSTWO W STOWARZY- SZENIACH

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 Franczyzodawców
- Polska Rada Biznesu
- Pracodawcy RP

1.10 INTERESARIUSZE GRUPY EUROCASH

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

Sposób komunikacji z kluczowymi interesariuszami:

Klienci

- biura obsługi klienta, udział w Akademii Euro-cash, publikacje własne i branżowe, systemy informatyczne do obsługi zamówień, specjalne wydarzenia, strona internetowa, badania, raporty CSR

Pracownicy

- 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 raporty z działalności niefinansowej, komunikaty i konferencje prasowe, dział relacji inwestorskich

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, sprzętających 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>

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.

1.11 SYSTEM ZARZĄDZANIA RYZYKIEM

Grupa Eurocash prowadzi system zarządzania ryzykiem, który obejmuje wszystkie aspekty działalności jednostek wchodzących w jej skład. System ten koncentruje się zarówno na obszarach wewnętrznych jak i zewnętrznych biorąc pod uwagę między innymi wpływ działalności Grupy w odniesieniu do zagadnień społecznych, pracowniczych, środowiska naturalnego, poszanowania praw człowieka oraz przeciwdziałania korupcji.

Zarządzanie ryzykiem Grupy opiera się na szeregu procedur i polityk wewnętrznych, a także na uzupełniających je i wykonywanych systematycznie zadaniach kontroli wewnętrznej przez dedykowane do tego zasoby. Ponadto Grupa Eurocash posiada funkcję Audytu Wewnętrznego, który poprzez swoje zadania pełni rolę zapewniającą i konsultacyjną w zakresie jakości i efektywności wyżej wymienionych kontroli.

Poniżej przedstawiono najważniejsze elementy systemu zarządzania ryzykiem związanym z szeroko rozumianym otoczeniem społecznym i środowiska naturalnego wraz ze wskazaniem rozdziału niniejszego raportu, w którym znajduje się szczegółowy opis wszelkich czynności mitygujących te ryzyka.

Tabela 7 System zarządzania ryzykiem

Obszar ryzyka	Przykłady ryzyka	Elementy systemu zarządzania ryzykiem - sposoby monitorowania i kontrolowania	Odniesienie do rozdziału raportu
Etyka i przeciwdziałanie korupcji	<ul style="list-style-type: none"> ● Ryzyko występowania korupcji w relacjach z kontrahentami ● Ryzyko nadużyć względem pracowników ● Ryzyko nadużyć względem kontrahentów 	<ul style="list-style-type: none"> ● Kodeks Etyki Grupy Eurocash ● Wartości Grupy Eurocash - jasno określone i komunikowane pracownikom ● Linia zaufania dla pracowników do 	Rozdział III.8 Etyka rozdział III.7 Prawa pracowników

anonimowego raportowania przypadków korupcji, nadużyć oraz łamania zasad Kodeksu Etyki

- Polityka antymobbingowa
- Szkolenia dla pracowników z wartości Grupy Eurocash i zasad etyki
- Instrukcje dotyczące przyjmowania prezentów od kontrahentów (przekazywanie prezentów na cele dobroczynne)

Zasoby Ludzkie / miejsce pracy

- Ryzyko utraty pracowników
- Ryzyko nieprzestrzegania przepisów prawa pracy przez pracowników
- Ryzyko niskiego zaangażowania pracowników
- Ryzyko występowania mobbingu i innych nadużyć wobec pracowników

- Procedury i instrukcje regulujące miejsce pracy, w tym regulamin pracy, regulaminy wynagradzania i premiowania pracowników
- Działalność i porozumienia ze związkami zawodowymi
- Ustalone i jednolite zasady korzystania z Funduszu Świadczeń Socjalnych
- Dbłość o przestrzeganie przepisów prawa pracy poprzez szkolenia dla kierownictwa oraz ciągłe monitorowanie rejestrów

Rozdział III. Dobre środowisko pracy dla naszych pracowników

- Ryzyko niesprawiedliwej oceny rozwoju zawodowego pracowników
- Ryzyko wystąpienia braku możliwości rozwoju zawodowego pracowników
- Ryzyko niskiego zadowolenia pracowników z pracy
- czasu pracy
- Procedury i instrukcje zatrudniania nowych pracowników
- System benefitów dla pracowników (prywatna opieka medyczna, dofinansowanie do zajęć sportowych)
- Dofinansowanie nauki dla pracowników
- Cykliczne badanie opinii pracowników
- Wartości Grupy Eurocash - jasno określone i komunikowane pracownikom
- Linia zaufania dla pracowników do anonimowego raportowania przypadków korupcji, nadużyć oraz łamania zasad Kodeksu Etyki
- System zarządzania wynikami pracy pracowników
- Coroczne oceny rozwoju pracowników
- Programy rozwoju talentów (Management Trainee oraz

Sales & Operational Trainee)

- Platforma e-learningowa z licznymi szkoleniami dla pracowników
- Szkolenia zewnętrzne zgodnie z potrzebami danych ról/funkcji/działów
- Polityka antymobbingowa
- Aktywność w mediach społecznościowych

Zdrowie i bezpieczeństwo pracowników

- Ryzyko wypadków w miejscu pracy
- Ryzyko pożaru i innych awarii, które mogą zagrozić życiu i zdrowiu pracowników
- Ryzyko dostępu do obiektów osób niepowołanych, które mogą zagrozić bezpieczeństwu pracowników
- Ryzyko napadu na pracowników w terenie i oddziałach
- Ryzyko występowania

- Wewnętrzne procedury i instrukcje BHP
- Systematyczne kontrole przestrzegania procedur i instrukcji BHP
- Szkolenia BHP dla pracowników
- Systematyczne szkolenia dotyczące działań w sytuacjach kryzysowych (np. próbne ewakuacje na wypadek pożarów itp.)
- Urządzenia i środki zapewniające bezpieczeństwo w sytuacjach kryzysowych (pożar, ewakuacje itp.)

Rozdział III.2
Bezpieczeństwo i Higiena Pracy

chorób zawodowych
(praca przy
komputerze, praca
w magazynie itp.)

- Zapewnienie urządzeń AED (defibrylatorów) w obiektach Grupy, w których występuje duża liczba pracowników
- Zabezpieczenie przed dostępem osób trzecich i ochrona obiektów
- Zapewnienie ochrony fizycznej pracowników i obiektów
- Systematyczne szkolenia z pierwszej pomocy
- Program zwiększenia bezpieczeństwa jazdy
- Dofinansowanie do zajęć sportowych i prywatnej opieki medycznej
- Funkcjonowanie klubów sportowych umożliwiających integrację i rekreację pracowników

Jakość
i bezpieczeństwo
żywności

- Ryzyko wprowadzenia do obrotu żywności niepoddanej wymaganiom badaniom, o wątpliwej jakości lub

- Wdrożony program bezpieczeństwa żywności HACCP
- Certyfikacje IFS, BRC, ISO 22000 oraz audyty w ich zakresie prowadzone

Rozdział II.
Jakość i bezpieczeństwo
żywności

- | | |
|---|---|
| <p>niespełniającej norm prawnych</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Ryzyko wprowadzenia do obrotu żywności po terminie ważności ● Ryzyko przerwania łańcucha chłodniczego dla produktów świeżych ● Ryzyko nieodpowiedniego przechowywania i transportowania produktów żywnościowych ● Ryzyko nieodpowiedniej utylizacji produktów przeterminowanych, wadliwych lub uszkodzonych ● Ryzyko niespełnienia wymogów sanitarnych | <p>przez jednostki zewnętrzne względem Grupy EC</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Wewnętrzne analizy i audyty jakości w centrach dystrybucji i oddziałach ● Dedykowany zespół kontrolerów jakości żywności obejmujący geograficznie wszystkie regiony działalności ● OWDP (Ogólne Warunki Dostaw Produktów) regulujące współpracę z dostawcami w zakresie jakości i przewozu żywności ● W przypadku produktów marki własnej - systematyczne audyty w fabrykach producentów ● Proces reklamacyjny dotyczący zarówno zwrotów od klientów jak i do dostawców |
|---|---|

Otoczenie społeczne i biznesowe

- Ryzyko zatrzymania rozwoju przedsiębiorczości
- Ryzyko zatrzymania rozwoju społeczności

- Akademia Przedsiębiorczości (szkolenia, studia podyplomowe dla klientów i franczyzobiorców itp.)
- Innowacyjne narzędzia

Rozdział IV. Przyszłość przedsiębiorczości i jej wpływ na społeczność

Ryzyko	Opis	Skala
<p>lokalnych spowodowane brakiem rozwoju lokalnej przedsiębiorczości</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ryzyko zaprzestania działalności przez przedsiębiorców lokalnych (z uwagi np. na silną konkurencję) • Ryzyko działania niezgodnie z przepisami prawa • Ryzyko nieuprawnionego / niezgodnego z prawem ujawnienia informacji osobowych • Ryzyko sprzedaży alkoholu do dalszej odsprzedaży odbiorcom bez ważnych koncesji alkoholowych • Ryzyko współpracy z kontrahentami niewiarygodnymi w kontekście podatkowym • Ryzyko stosowania nieuczciwych praktyk 	<p>biznesowe - platforma eurocash.pl</p> <ul style="list-style-type: none"> • Oferowanie różnych rozwiązań współpracy biznesowej (kilka sieci franczyzowych, nowe koncepty sklepów detalicznych itp.) • Stosowanie dobrych praktyk w biznesie • Wsparcie równego traktowania przedsiębiorców przez producentów ("Równi w biznesie") • Badania satysfakcji klientów / przedsiębiorców ze współpracy z Grupą Eurocash • Dedykowana funkcja Compliance w Grupie EC (zgodności z przepisami prawa) • Dedykowana funkcja do spełnienia wymogów RODO - osobny zespół, procedury i instrukcje (zgodnie z wymogami ustawy) 	<p>lokalne</p>

biznesowych przez pracowników Grupy

- Bieżące i systematyczne monitorowanie przepisów prawa i dostosowywanie działalności do ich wymogów
- Ciągłe monitorowanie i weryfikowanie posiadania ważnych koncesji alkoholowych u odbiorców, do których takie towary są sprzedawane w celu dalszej odsprzedaży
- Wprowadzony zakaz handlu w niedziele niehandlowe
- Weryfikacja wiarygodności kontrahentów
- Współpraca regulowana kontraktami z producentami i dostawcami
- Współpraca ze Związkiem Dużych Rodzin 3+
- Udział pracowników w inicjatywach charytatywnych, np. biegi charytatywne, zbiórki i akcje dla potrzebujących

Środowisko naturalne

- Ryzyko skażenia lub zatrucia środowiska
- Ryzyko nadmiernej emisji CO2
- Ryzyko niekontrolowanego zużycia energii w budynkach i flocie transportowej
- Ryzyko generowania odpadów niekorzystnych dla środowiska
- Ryzyko powstawania znacznej ilości odpadów (np. uszkodzenia, terminowanie się żywności)
- Ryzyko braku prowadzenia prawidłowej segregacji odpadów i surowców wtórnych
- Audyty efektywności energetycznej
- Wprowadzenie floty aut hybrydowych
- Wprowadzenie programu eko-jazdy
- Monitorowanie zużycia paliwa i stylu jazdy oraz emisji spalin
- Ciągłe podnoszenie efektywności łańcucha logistycznego
- Ciągła optymalizacja zarządzania stratami w logistyce
- Współpraca z bankami żywności
- Segregacja odpadów i zarządzanie surowcami wtórnymi

Rozdział I.
Wpływ Eurocash na środowisko

Od wielu lat Grupa Eurocash corocznie raportuje kwestie związane ze społeczną odpowiedzialnością. Niniejszy raport dotyczy okresu od 1 stycznia 2018 do 31 grudnia 2018. Poprzedni raport został opublikowany w dniu 22 marca 2018 r.

Prezentowane w raporcie informacje i dane zaprezentowano zgodnie ze specyfiką i standardami działalności biznesowej Grupy. Takie podejście pozwala ustandaryzować informacje oraz dobrać wskaźniki odpowiednie dla działalności Grupy Eurocash.

W ramach przyjętej strategii CSR Grupy zidentyfikowane zostały 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 8 Znaczące aspekty raportowania CSR 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.

W związku z przejęciem 29 maja 2018 roku Grupy Mila oraz integracją spółek przejętych na przełomie 2016 i 2017 roku, tj. FHC-2 i Madas, Polska Dystrybucja Alkoholi i EKO Holding, dane dotyczące struktury zatrudnienia oraz liczby wypadków za rok 2017 zostały przedstawione ponownie z uwzględnieniem wyżej wymienionych jednostek.

W razie pytań dotyczących niniejszego raportu zapraszamy do kontaktu Marketingiem Grupy.

3. WPŁYW EUROCASH NA ŚRODOWISKO

Grupa Eurocash stosuje się do zasady przezorności zawartej w artykule 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 podej-

mowanych działań.

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

3.1 ZUŻYCIE ENERGII I EMISJA CO²

Zużycie energii elektrycznej w Grupie Eurocash jest jednym z istotnych aspektów wpływu na środowisko. Energia elektryczna w Polsce wytwarzana jest głównie z ze spalania węgla, czego konsekwencją jest emisja szkodliwego dwutlenku węgla do powietrza.

W roku 2018 zużycie energii elektrycznej w Grupie Eurocash wynosiło ok. 0,49 mln GJ. 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 25 355 t CO₂. Głównym źródłem emisji było spalanie paliw w transporcie (63%) oraz ogrzewanie budynków (37%).

3.2 ZUŻYCIE ENERGII W BUDYNKACH

A) AUDYT EFEKTYWNOŚCI ENERGETYCZNEJ

Co pięć lat w Grupie Eurocash przeprowadzany jest audyt efektywności energetycznej, ostatni odbył się w 2017

roku. Obejmował on zarówno budynki Grupy, jak i zagadnienia związane z transportem. W ramach audytu zidentyfikowano obszary, w których można zwiększyć efektywność procesów pod względem zużycia energii. Jego wyniki posłużyły do zaplanowania działań w tym zakresie na kolejne lata.

B) WYMIANA OŚWIETLENIA LED

Grupa Eurocash w 2018 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 finansowe Grupy. Wyniosły one ok. 60-75% w zależności od typu poprzedniego oświetlenia. Szacowany czas zwrotu inwestycji w wymianę oświetlenia w centrum dystrybucyjnym wynosi od 2,7 roku do 5,7 lat.

Na koniec 2018 roku nowe oświetlenie LED obecne było w 15 z 16 centrów dystrybucyjnych. Oświetlenie LED wprowadzono również w ponad 70% hurtowni Cash & Carry.

C) EKOLOGICZNY BUDYNEK BIURA W WARSZAWIE

W celu ograniczenia negatywnego oddziaływania na środowisko, nowe biuro Grupy w Warszawie zostało zlokaliz-

zowane w budynku z certyfikatem BREEAM (BRE Environmental Assessment Method). Certyfikat ten jest jedną z najczęściej stosowanych metod oceny budynków pod kątem jego ekologiczności, szczególnie w kontekście zużycia energii

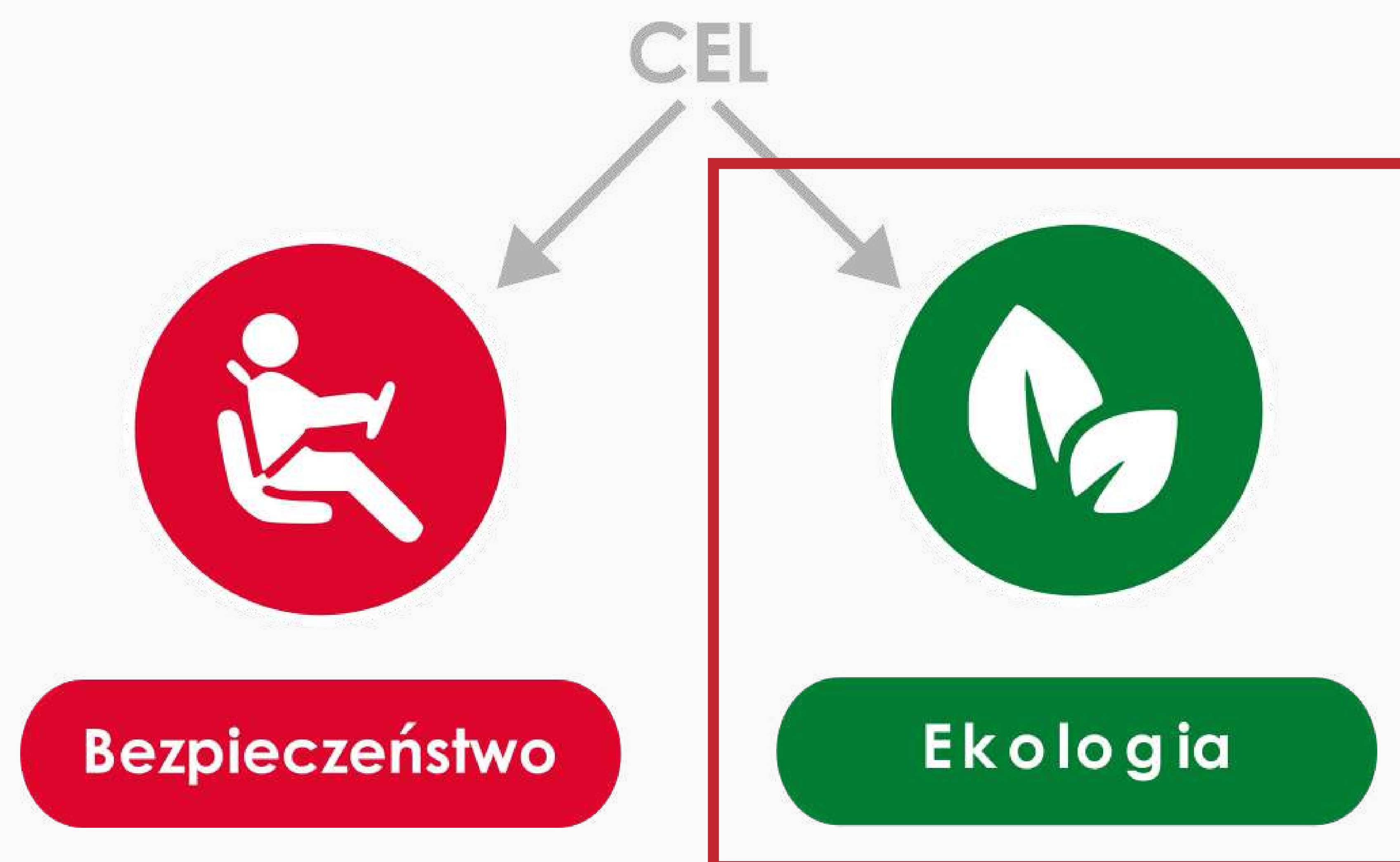
3.3 ZUŻYCIE ENERGII W TRANSPORTY

A) WDROŻENIE EFEKTYWNEGO SYSTEMU LOGISTYCZNEGO

Grupa Eurocash opracowała i wdrożyła nowoczesny system logistyczny, pozwalający na racjonalne wykorzystanie środków transportu i ograniczenie wpływu przejazdów pojazdów ciężarowych na środowisko. Grupa na bieżąco monitoruje trasy przejazdów oraz wyznacza trasy w sposób jak najbardziej efektywny. Towar jest przewożony 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 skali swojej działalności, są w stanie maksymalnie zoptymalizować kursy. Dzięki temu samochód ciężarowy obsługiwany przez zewnętrzną firmę, wysłany 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. Rozwiązanie to pozwala na znacząco redukcję emisji spalin do środowiska.

B) SYSTEM MONITOROWANIA EMISJI SPALIN SAMOCHODÓW PRACOWNICZYCH

Bieżącemu monitoringowi podlega również emisja spalin emitowanych w związku z działalnością pracowników Grupy Eurocash. Firma wyznaczyła limity zużycia paliwa w samochodach osobowych, wykorzystywanych w celach służbowych. Limity te kontrolowane są przez Dział Zarządzania Flotą, który w przypadkach znacznych odchyśleń od ustalonych norm, odpowiada za zidentyfikowanie i wyeliminowanie problemu.



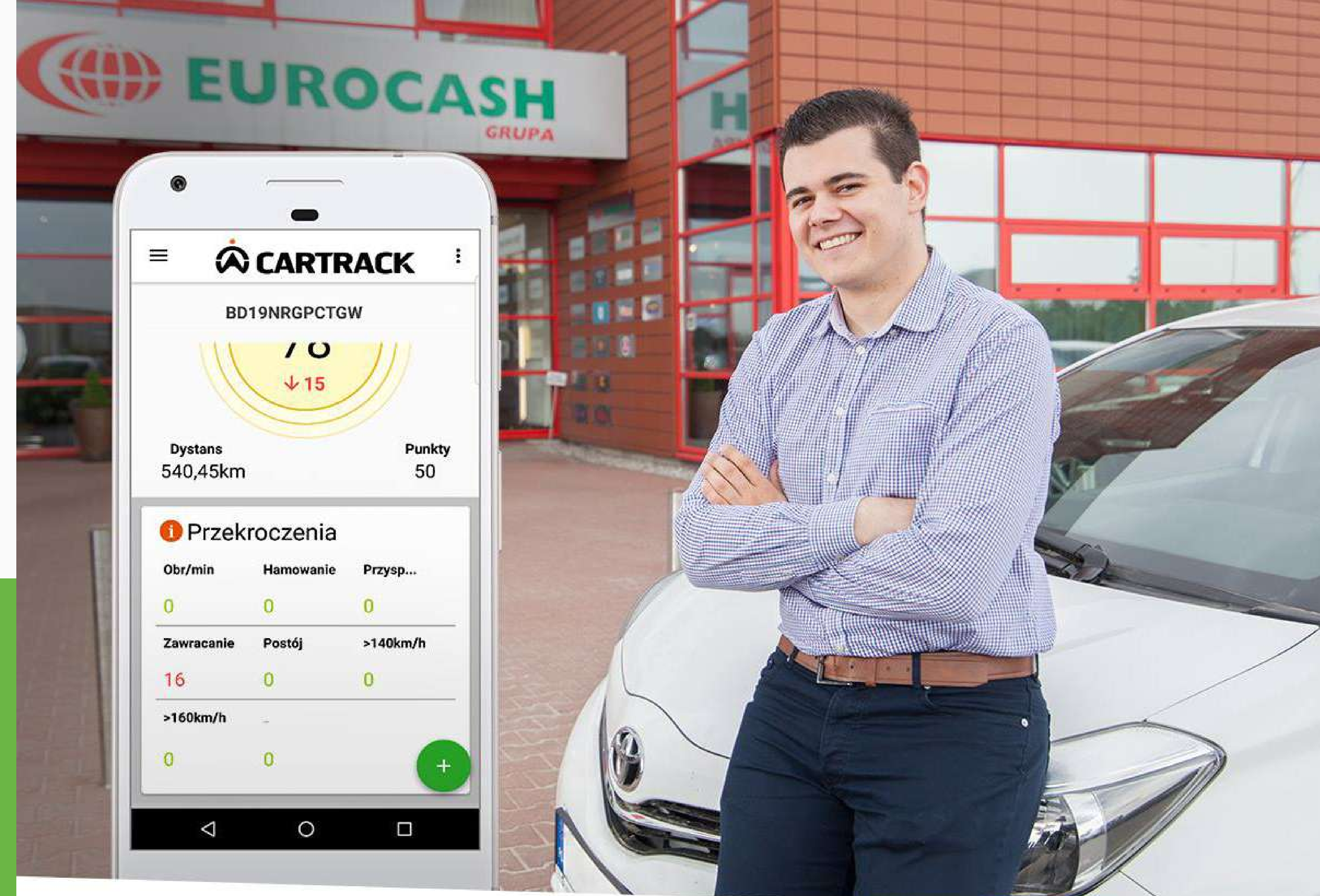
C) PROGRAM ZWIĘKSZENIA BEZPIECZEŃSTWA I EKOLOGII JAZDY

„Program zwiększenia bezpieczeństwa i ekologii jazdy” został opracowany w 2017 r. Jego głównym założeniem było ograniczenie emisji spalin z samochodów służbowych oraz zwiększenie bezpieczeństwa osób nimi podróżujących.

W ramach programu zidentyfikowano 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

To, czy powyższe zalecenia są stosowane przez pracowników weryfikuje specjalna aplikacja mobilna.



Warto podkreślić fakt, że realizacja projektu pozwoliła na zmniejszenie ilości spalanej paliwa na każdy przejechany kilometr.

Wprowadzona praktyka podniosła liczbę pokonywanych kilometrów na 1 litr paliwa aż o ponad 10%.

D) FLOTA AUT HYBRYDOWYCH

Eurocash rozbudował znacząco flotę aut hybrydowych. Pojazdy te zużywają mniej paliwa, wydzielają mniej szkodliwych substancji oraz są cichsze niż klasyczne auta z silnikami spalinowymi.

Na koniec roku 2018 r. flota Grupy Eurocash liczyła **545 aut hybrydowych** Toyota Yaris w porównaniu do 400 w 2017 r.auta te stworzyły największą w Polsce korporacyjną flotę samochodów z napędami alternatywnymi. Auta te wyposażone są dodatkowo w system bezpieczeństwa Toyota Safety Sense, który obejmuje m.in. układ wczesnego reagowania w razie ryzyka zderzenia PCS, automatyczne wycieraczki czy sygnalizację niezamierzonego opuszczenia pasa ruchu. Grupa podjęła również decyzję o zamawianiu aut tylko i wyłącznie z silnikiem spalinowym, elektrycznym lub hybrydowym.



545
AUT HYBRYDOWYCH

3.4 GOSPODAROWANIE ODPADAMI

Z odpadów generowanych przez Eurocash, w 2018 roku selektywnie zebrano 10 326 t, z czego 6 006 t makulatury oraz 1 497 t folii. Łącznie odzyskowi poddano 88% wytwarzanych odpadów, z których 23% stanowiły bioodpady. Po oddaniu do uprawnionych zakładów przetwarzania, zawartość organiczna odpadów była wykorzystywana jako substrat do biogazowni oraz innych biologicznych procesów przekształcania, a zniszczone opakowania jako paliwo alternatywne. Przedstawione dane dotyczą odpadów powstających w wyniku realizacji głównej działalności Grupy i nie uwzględniają odpadów komunalnych wytworzonych przez pracowników.

Tabela 9: Odpady wytwarzane w Grupie Eurocash i sposób ich zagospodarowania

Rodzaj odpadu	Odzysk materiałowy (t)	Przetwarzanie mechaniczno-biologiczne (t)
Opakowania z papieru i tektury	5 689,18	0
Produkty spożywcze przeterminowane lub nieprzydatne do spożycia	0	2 156,72
Opakowania z tworzyw sztucznych	1 320,82	0
Inne	134,169	0
Razem	7 144,17	2 156,72
	76,8%	23,2%

A) PROGRAM OPTIMALIZACJI STRAT MAGAZYNOWYCH

W 2018 roku w części Delikatesów Centrum powstałych po przejęciu spółki Eko Holding S.A. opracowany został i wdrożony nowy program optymalizacji strat magazynowych. Wdrożony proces zakłada m.in. stosowanie nowego sposobu kodowania strat, cotygodniowe raportowanie ich poziomu oraz powołanie do ich monitorowania specjalnego zespołu który podczas cotygodniowych spotkań analizuje bieżący poziom strat i opracowuje specjalne programy naprawcze. Ponadto, wdrożono również specjalne plany naprawcze dla sklepów z najwyższymi stratami magazynowymi.

Ponadto, analizie poddawana jest m.in ilość i jakość dostarczanego do sklepów towaru. Oceniana jest jakość realizowanych zamówień, co pomaga kierownikom sklepów w tworzeniu zoptymalizowanych zamówień. W sklepach wprowadzony został również zmodyfikowany system przyjęcia towarów oraz proces reklamacyjny. W magazynach funkcjonuje natomiast ulepszony model kompletacji palet i wysyłki towarów do sklepów. Wszystkie te działania przysłużyły się znaczącej redukcji strat magazynowych na koniec 2018 r.

B) WSPÓŁPRACA Z BANKAMI ŻYWNOŚCI

W roku 2018 Grupa Eurocash kontynuowała współpracę z bankami żywności, dzięki czemu możliwe było przekazanie znaczących ilości jedzenia z placówek Grupy osobom potrzebującym. W 2018 r. Grupa Eurocash uratowała w ten sposób 37,7 t artykułów spożywczych o wartości 405 tys.

zł. Żywność ta pozwoliła zapewnić **75 358 posiłków osobom potrzebującym.**

C) PROMOCJA SEGREGACJI ŚMIECI

Nasza sieć partnerska Gama prowadzi własne programy mające na celu zwiększenie świadomości ekologicznej, szczególnie w przypadku dzieci.

Akcja wizerunkowa „Gamuś Bawi i Edukuje” pod hasłem „Pamiętajcie dzieci – segregujcie śmieci” promuje segregację śmieci poprzez zabawę. W projekcie udział wzięły dzieci w wieku przedszkolnym oraz z zerówek i klas pierwszych szkół podstawowych.

3.5 POZOSTAŁE INICJATYWY

A) 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 sortowa-

nia na papier i tworzywa sztuczne.

- W celu ograniczenia emisji spalin z samochodów służbowych w przypadku delegacji wdrożono odpowiednie systemy telekonferencyjne, a także promocję wspólnych przejazdów. Ogłoszenia dotyczące wspólnych przejazdów można zamieszczać w specjalnym dziale portalu pracowniczego oraz na grupie na platformie Workplace by Facebook.

4. JAKOŚĆ I BEZPIECZEŃSTWO ŻYWNOSCI

Grupa Eurocash jest największą polską firmą, która zajmuje się hurtową dystrybucją szybkozbywalnych produktów spożywczych, chemii gospodarczej, alkoholi i wyrobów tytoniowych. Firma współpracuje z 1 809 producentów. Będąc partnerem tak dużej liczby podmiotów, Grupa współtworzy istotną część łańcucha dostaw produktów żywnościowych do konsumentów w całej Polsce.



1 809
DOSTAWCÓW

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 mniej zaludnionych miejscowościach. Dzięki tej współpracy producenci mogą skoncentrować się na swojej podstawowej działalności oraz na budowaniu ich wizerunku wśród konsumentów, unikając jednocześnie kosztownych inwestycji w budowę systemu logistycznego. Efektywność kosztowa dystrybucji poprzez Grupę możliwa jest dzięki wykorzystaniu infrastruktury logistycznej do dystrybucji towarów wielu producentów jednocześnie, niezależnie od wielkości zamówienia produktów wybranego producenta.

Natomiast Klienci współpracujący z Eurocash mogą korzystać z efektu skali, pozycji negocjacyjnej oraz wsparcia marketingowego Grupy, na co nie mogliby nie liczyć działając samodzielnie. Dzięki rozbudowanej strukturze formatów dystrybucyjnych, a także ofercie dobrze rozwiniętych systemów franczyzowych i partnerskich, klienci Grupy mają możliwość wybrania odpowiedniej oferty, która odpowie na indywidualne potrzeby konsumentów na ich rynku lokalnym. Efekt skali Grupy zapewnia właścicielom małoformatowych sklepów detalicznych możliwość korzystania z dużo bardziej zaawansowanych rozwiązań i „know-how” niż w przypadku wielkopowierzchniowych sieci detalicznych.

Dzięki takiemu modelowi współpracy, przedsiębiorczość w handlu detalicznym jest w Polsce na relatywnie wysokim poziomie w porównaniu do średniej europejskiej, pomimo spadającej w ostatnich latach liczby sklepów. W 2018 r. Sklepy małego formatu w Polsce stanowiły 41% rynku FMCG.

4.1 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.

Dystrybucja produktów na skalę ogólnopolską wymaga współpracy z wieloma dostawcami, ich liczbę w 2017 r. i 2018 r. przedstawia poniższa tabela.

Tabela 10: Liczba dostawców w Grupie Eurocash

	2018	2017
Liczba dostawców	1 809	1 817

Każdy dostawca Grupy Eurocash jest zobligowany do realizacji 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.

4.2 NOWY STANDARD BEZPIECZEŃSTWA ŻYWNOCİ

Zgodnie z obowiązującą polityką bezpieczeństwa żywności, Eurocash realizuje swoje dostawy zachowaniem zasad gwarantujących bezpieczeństwo produktów, co w 2018 roku zostało potwierdzone poprzez utrzymanie następujących 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 Eurocash Gastrologia w Sosnowcu, Plewiskach i Błoniu
- IFS Logistics DEKRA Certification - magazyn Eurocash Gastrologia w Sosnowcu, Plewiskach i Błoniu.

W ramach nadzoru i doskonalenia Systemu Zarządzania Bezpieczeństwem Żywności przeprowadzono **348 audytów wewnętrznych**, w tym także kwartalne audyty centrów dystrybucyjnych. Przeszkolono również 444 kierow-

ników w jednostkach operacyjnych.

Oddziały Eurocash Gastronomia Sosnowiec, Plewiska i Błonie w ramach pozyskiwania nowych klientów, ale i współpracy z wymagającymi klientami sieciowymi, ponownie uzyskały certyfikat Łańcucha Dostaw MSC i ASC. W praktyce oznacza to, że w ofercie sprzedaży tych magazynów znajdują się ryby i owoce morza, które pochodzą tylko i wyłącznie ze zrównoważonych, certyfikowanych łowisk lub hodowli. W ramach nadzoru bezpieczeństwa żywności Eurocash Gastronomia przeprowadził 67 audytów magazynu, 72 audyty załadunku oraz 236 audyty transportowe podczas dostaw do klienta. Ponadto, w zakresie kwartalnych szkoleń cyklicznych przeszkolono łącznie **912 osób**, co oznacza, że każdy pracownik odbył przynajmniej 3 szkolenia.

By dostarczać swoim klientom bezpieczne produkty marki własnej Eurocash Dobry Wybór! w 2018 roku przeprowadzono szereg szczegółowych działań. Przeprowadzono ponad **2 500 badań laboratoryjnych**, dokonano oceny sensorycznej podczas 321 degustacji, zatwierdzono łącznie 1 154 paszportów, etykiet oraz stickerów. Dodatkowo 33 produkty chemii gospodarczej Dobry Wybór! zostały poddane certyfikacji zgodnie ze standardem BRC CP. Klienci mogą rozpoznać produkty certyfikowane za pomocą logotypów TUV Nord umieszczonych na etykiecie. W ramach zwiększenia nadzoru nad dostawcami produktów marki własnej, zwiększono także liczbę przeprowadzonych audytów do 148.

A) ZDALNE ELEKTRONICZNE MONITOROWANIE TEMPERATURY WE WSZYSTKICH OBIEKTACH

W 2017 roku Grupa Eurocash wprowadziła do swojego zaplecza logistycznego system kontroli temperatury Blu-log, bazujący na technologii radiowej – active RFID. System został zamontowany w większości centrów dystrybucyjnych na terenie całej Polski oraz w magazynach Eurocash Gastronomia.

W ramach systemu w magazynach zamontowane zostały bezprzewodowe czujniki temperatury, które drogą radiową wysyłają dane do przekaźników, i dalej do bazy danych na serwerze. System umożliwia zachowanie wysokiej jakości wszystkich produktów oraz minimalizowanie strat powstających w wyniku zmian temperatury.

4.3 WERYFIKACJA JAKOŚCI PRODUKTÓW ŚWIEŻYCH

Proces kontroli jakości produktów świeżych w Grupie Eurocash realizowany jest zgodnie z etapami opisanymi na poniższym diagramie, a także z uwzględnieniem parametrów jakościowych ustalonych z klientem Grupy, które mają zagwarantować bezpieczeństwo dystrybuowanej żywności.

SPRAWDZENIE
TOWARU W
SKLEPIE

WYBRÓR
DOSTAWCY

AUDYT
KWALIFI-
KUJĄCY

ZAMÓWIENIE

REKLAMACJA

KONTROLA
TOWARU U
DOSTAWCY

KONTROLA
TRANSPORTU
DO SKLEPU

TRANSPORT OD
DOSTAWCY
/KONT
ROLA

JAKOŚĆ

KONTROLA
KOMPLETACJI
TOWARU

KONTROLA
STOKÓW

MAGAZYNO-
WANIE

KONTROLA
TOWARU NA
PRZYJĘCIU W
CD

Tabela 11: Liczba realizowanych audytów dostawców

A) AUDYTY U DOSTAWCÓW

Współpracę z dostawcami żywności dla naszej Grupy zawsze rozpoczynamy od tzw. wstępnego audytu bezpieczeństwa żywności, który pozwala nam ocenić potencjalnego dostawcę. Audyt wstępny przeprowadzony jest w oparciu o przygotowaną przez ekspertów Eurocash listę audytową. Dalsze rozmowy negocjacyjne prowadzone są tylko z tymi dostawcami, którzy uzyskują pozytywny wynik audytu wstępnego. Dodatkowo, w trakcie współpracy przeprowadzane są cykliczne audyty dostawców.

W roku 2018 zwiększono ilość realizowanych audytów dostawców do **461**



461
AUDYTÓW

Kategoria	Liczba
Mięso/wędliny	133
Owoce/warzywa	103
Convenience	94
Jaja	8
Ryby	12
Pieczyno	30
Nabiał	55
Mrożonki/lody	8
Inne, w tym farmacja	18
Suma	461

B) KONTROLE JAKOŚCIOWE

Wyznaczeni kontrolerzy jakości oraz technolodzy, regularnie przeprowadzają kontrole jakościowe u dostawców. Nadzorują oni bezpośrednio przygotowanie produktów świeżych (mięso, owoce, warzywa, ryby) w siedzibie producentów. W 2018 r. przeprowadzono **675 kontroli jakościowych**.

W magazynach centralnych Grupy Eurocash również odbywają się kontrole jakościowe produktów świeżych. Realizowane są przez zespół kontrolerów jakości posiadających

uprawnienia rzeczoznawcy. Każda dostawa kontrolowana jest pod względem zgodności z parametrami określonymi w specyfikacjach produktowych, opracowanych przez zespół technologów.

C) DZIAŁANIA W ZAKRESIE MAGAZYNOWANIA I KOMPLETACJI

W ramach utrzymywania najwyższej jakości produktów świeżych realizowane są codzienne kontrole magazynowe w celu zapewnienia najwyższej jakości podczas procesu magazynowania.

Przeprowadzane są również cykliczne kontrole poprawności kompletacji produktów świeżych przed wysyłką do klientów.

D) BADANIA LABORATORYJNE PRODUKTÓW ŚWIEŻYCH

W 2018 roku zwiększono częstotliwość realizowanych badań mikrobiologicznych oraz fizykochemicznych produktów, dostarczanych do Delikatesów Centrum, w tym:

- owoce i warzywa- 24
- mięso- 97
- ryby- 64

E) SZKOLENIA Z ZAKRESU PRODUKTÓW ŚWIEŻYCH

Dział Kontroli Jakości przeszkolił **511 pracowników** sklepów Delikatesy Centrum oraz działów operacyjnych z zakresu bezpieczeństwa i rotacji produktów świeżych.

W ramach edukacji z zakresu zarządzania ekspozycją produktów świeżych odbywają się również wizje lokalne u naszych klientów. W 2018 r. kontrolerzy jakości przeprowadzili 174 wizyt.



511 PRACOWNIKÓW

F) PROCES REKLAMACYJNY

Dział kontroli jakości obsługuje proces reklamacyjny produktów świeżych 7 dni w tygodniu, dzięki czemu możliwe jest udzielenie odpowiedzi do 24h od zgłoszenia reklamacji na dedykowanych platformach.

W ramach procesu reklamacyjnego realizowane są również wizje lokalne u naszych klientów.

G) SYSTEM RAPORTOWANIA

Po każdym procesie nadzorowanym przez dział kontroli jakości produktów świeżych powstaje specjalny raport przekazywany do określonych adresatów. Raportowane obszary obejmują m.in. dostawy produktów świeżych, poziom reklamacji, rotację, przeceny, testy przechowalnicze oraz badania laboratoryjne.

5. DOBRE ŚRODOWISKO PRACY DLA NASZYCH PRACOWNIKÓW

5.1 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. Liczba zatrudnionych w Grupie Eurocash na dzień 31.12.2018 r. wyniosła **21 404 osób**. To o 4 247 osób więcej w porównaniu do ostatniego dnia 2017 r. (17 157 osób). Struktura zatrudnienia w podziale na płeć i wiek pracowników została przedstawiona poniżej*.

Tabela 12: Struktura zatrudnienia wg. płci w Grupie Eurocash na 31.12.2018 r.

Struktura zatrudnienia	2018	2017
Kobieta	64,7%	57,9%
Mężczyzna	35,3%	42,1%

Tabela 13: Struktura zatrudnienia wg. wieku w Grupie Eurocash na 31.12.2018 r.

Struktura zatrudnienia wg wieku	2018	2017
poniżej 31 lat	29,3%	30,5%
31-40 lat	35,5%	37,2%
powyżej 40 lat	35,2%	32,2%

Tabela 14: Struktura pracowników nowo zatrudnionych w Grupie Eurocash w 2018 r. wg płci

Struktura zatrudnionych	Kobieta	Mężczyzna
Liczba osób	5 287	2 938
% zatrudnionych	64%	36%

Tabela 15: Struktura pracowników nowo zatrudnionych w Grupie Eurocash w 2018 r. wg wieku

Struktura zatrudnionych	do 30 lat	31 do 49 lat	50 lat i więcej
Liczba osób	4 320	3 318	587
% zatrudnionych	53%	40%	7%

Tabela 16: Poziom rotacji pracowników w Grupie Eurocash w 2018 r.

Rotacja	2018	2017
Pracownicy przyjęci	8 257	5 972
Pracownicy, którzy zakończyli pracę	8 756	5 928
Wynik netto	-499	44

*Dane obejmują zarówno spółki hurtowe, jak i detaliczne organizowane przez Grupę Eurocash. Rubryka „2017” nie zawiera danych dla Grupy Mila przejętej 29 maja 2018 r.

5.2 BEZPIECZEŃSTWO I HIGIENA PRACY

Bezpieczeństwo i Higiena Pracy w Grupie Eurocash to przede wszystkim system, którego głównym celem jest prewencyjne zabezpieczanie i monitorowanie środowiska pracy dla wszystkich zatrudnionych osób. Eksperti BHP mają za zadanie m.in. podnosić świadomość bezpieczeństwa i higieny pracy w życiu codziennym pracowników, a także ich bliskich. W zakres działań wchodzi np.:

- przeprowadzanie szkoleń okresowych z zakresu BHP,
- szerzenie wiedzy i zwiększanie umiejętności z zakresu udzielania pierwszej pomocy,
- przeprowadzanie działań z zakresu ochrony przeciwpożarowej,
- organizacja programów prewencyjnych.

W 2018 r. odnotowany został spadek wypadków o 1,33% w stosunku do 2017 roku. Wszystkie tego typu zdarzenia miały charakter lekki. Najczęstsze z nich to wypadki z udziałem wózków widłowych: potrącenia, najechania czy wypadnięcia operatora z kabiny.

Tabela 17: Liczba wypadków w Grupie Eurocash

Rodzaj wypadku	2018	2017*
Wypadek w parcy	377	373
Wypadek w drodze do lub z pracy	68	78
Razem	445	451

A) SYSTEM ZGŁASZANIA PROBLEMÓW BEZPIECZEŃSTWA

W 2018 r. w kilku Centrach Dystrybucyjnych wprowadzono testowo „Rejestr zdarzeń potencjalnie wypadkowych”. Każdy pracownik może je zgłosić. Co miesiąc wyniki są podsumowywane a wnioski przekazywane wraz z zaleceniami do realizacji.

B) PROGRAMY PREWENCYJNE

W Grupie Eurocash w 2018 r. 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.). Spotkaniu towarzyszy często pokaz praktyczny obejmujący najważniejsze zagrożenia i sposoby zapobiegania im. Często przedstawiane są krótkie filmy z wypadków, jakie miały miejsce w Grupie, a pracownicy wskazują nieprawidłowości i dzielą się swoimi spostrzeżeniami.

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.

Kolejną inicjatywą jest tzw. „krzyż bezpieczeństwa” – komunikator o liczbie dni bezwypadkowych. Aktualizowany każdego dnia jest umieszczony w widocznym dla wszystkich miejscu. Dodatkowo przeprowadzane są comiesięczne porównania jednostek pod kątem wypadków. Odbywa się ono na podstawie dwóch parametrów: ciężkości i częstotliwości wypadków. Ponadto przekazywana jest do kierownictwa informacja o przyczynach zaistniałych zdarzeń niepożądanych oraz zalecenia powypadkowe do realizacji.

C) SZKOLENIA Z PIERWSZEJ POMOCY

W celu poszerzenia wśród pracowników Grupy Eurocash wiedzy z zakresu udzielania pomocy przedmedycznej Zarząd określił, by w każdym dziale 20% osób posiadało taką praktyczną umiejętność. W segmencie Cash&Carry Grupy

Eurocash szkolenia z pierwszej pomocy są obowiązkowe dla wszystkich pracowników. Cykl otwartych kursów jest organizowany przez Dział BHP każdego roku.

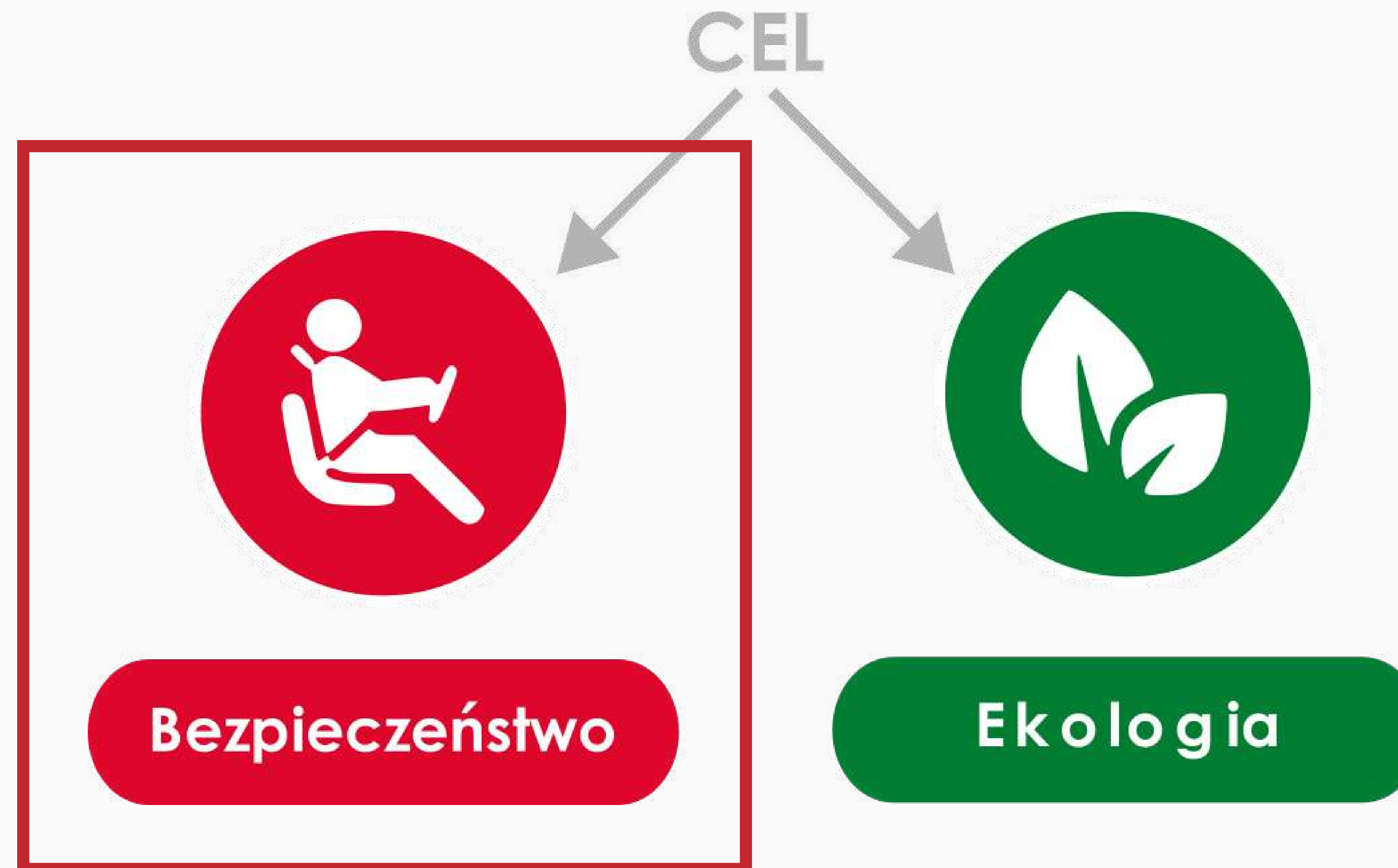
W trakcie szkoleń uczestnicy zdobywają wiedzę, umiejętności oraz wykształcają właściwą postawę konieczną do tego, aby w stanach zagrażających zdrowiu i życiu człowieka nieść bezcenną pomoc.

W 2018 r. szkolenia zostały zorganizowane w 11 biurach Grupy Eurocash na terenie całej Polski. Wzięło w nich udział 973 pracowników Grupy.

W Centrach Dystrybucyjnych przeprowadzone zostały natomiast szkolenia dla tzw. Grup Ratowniczych, które poza umiejętnością udzielania pierwszej pomocy ćwiczą zasady postępowania w sytuacji wystąpienia wypadku zbiorowego oraz innych zagrożeń z udziałem większej liczby poszkodowanych.

E) PROGRAM ZWIĘKSZENIA BEZPIECZEŃSTWA I EKOLOGII JAZDY

Jednym z dwóch celów programu opracowanego w 2017 roku było zwiększenie bezpieczeństwa osób korzystających z samochodów służbowych Grupy Eurocash.



W wyniku zaimplementowania 11 zasad EcoDrivingu w Grupie Eurocash oraz ich weryfikacji przy pomocy dedykowanej aplikacji mobilnej udało się zidentyfikować osoby, którym potrzebne było dodatkowe wsparcie w zakresie zwiększenia umiejętności bezpiecznej jazdy samochodem. Projekt pozwolił na dotarcie do tych pracowników.

Dzięki programowi wzrósł przede wszystkim poziom świadomości pracowników używających aut służbowych na temat zasad bezpiecznej jazdy samochodem. Każdy z nich otrzymuje szczegółowy raport dotyczący swoich zachowań na drodze, dzięki czemu może na bieżąco wprowadzać odpowiednie zmiany. Osoby, które wymagają wsparcia, mogą skorzystać z pomocy specjalistów.

Wypadkową poprawy stylu jazdy pracowników i wzmożenia ich uwagi na drodze jest większa płynność jazdy. Efekt końcowy to wyższy poziom bezpieczeństwa kierujących i pasażerów oraz niższa emisja substancji szkodliwych do atmosfery.

Kolejnym, ważnym z punktu widzenia środowiska naturalnego wskaźnikiem jest zużycie paliwa na każdy przejechany kilometr. Wprowadzona praktyka przyczyniła się do zwiększenia aż o ponad **10% liczby pokonywanych kilometrów na 1 litr paliwa.**

F) WYŻSZE WYMAGANIA BEZPIECZEŃSTWA DLA NOWYCH SAMOCHODÓW

Od 2018 r. wprowadzono nowe wymagania w zakresie specyfikacji aut dla Grupy Eurocash. Standardy mają na celu podniesienie bezpieczeństwa pracowników Grupy w ruchu drogowym. Wszystkie samochody zamawiane od 2018 roku obowiązkowo posiadają m.in: układ wczesnego reagowania w razie ryzyka zderzenia czy sygnalizację zmiany pasa ruchu. Dodatkowo, auta segmentu D posiadają system wspomagający parkowanie. Wszystkie samochody Grupy są również wyposażone w instrukcję udzielania pierwszej pomocy i zasady EcoDrivingu.

5.3 ZDROWIE PRACOWNIKÓW

W zakresie dbania o zdrowie pracowników Grupa Eurocash w 2018 r. zorganizowała szereg przedsięwzięć, z których najważniejsze to:

- codzienne przekazywanie pracownikom owoców;
- możliwość skorzystania z bezpłatnej prywatnej opieki medycznej Medcover;
- atrakcyjne warunki wykupu kart fitness;
- wsparcie w zawodach sportowych (finansowanie udziału, zapewnienie odzieży sportowej);
- możliwość uczestnictwa w programie Firma Przyjazna Bieganiu.

5.4 ROZWÓJ KAPITAŁU LUDZKIEGO

A) 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 (IT, BHP, itp.)
- nauka języków obcych

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

Mając na celu podnoszenie kwalifikacji zawodowych pracowników, Grupa Eurocash organizuje szkolenia i warsztaty realizowane przez zespół trenerów wewnętrznych i firmy zewnętrzne. Ponadto pracownicy mają możliwość korzystania z platformy e-learningowej oraz biblioteki, a także mogą ubiegać się o dofinansowanie studiów. W 2018 r. Grupa Eurocash wsparła finansowo kształcenie zawodo-

we kolejnych 16 pracowników.

Wdrożone tzw. szkolenia otwarte Eurocash są odpowiedzią na potrzebę rozwoju pracowników. Dotyczą najważniejszych obszarów, a także standaryzują poziom wiedzy, umożliwiając pracownikom wymianę doświadczeń. Tematy, które cieszyły się największym zainteresowaniem w 2018 r., 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. Mając zapewniony stały dostęp do tych materiałów, w każdej chwili mogą wrócić do wybranego zagadnienia. Taka forma kursów przygotowuje pracowników do szkoleń tradycyjnych, jak również pomaga uzupełnić i utrwalić posiadaną już wiedzę. W 2018 r. pracownicy ukończyli 18 332 kursów e-learningowych – w porównaniu do poprzedniego roku to o 13 244 szkolenia więcej. W 2017 r. pracownicy ukończyli 5088 szkoleń online.

Grupa Eurocash prowadzi i stale aktualizuje wewnętrzną bibliotekę z różnych dziedzin przydatnych w codziennej pracy. To odpowiedź na potrzebę samodzielnego poszerzania wiedzy przez pracowników. Każda osoba, bez względu na miejsce pracy, może zgłosić do Działu Personalnego chęć wypożyczenia konkretnego tytułu. Następnie książka niezwłocznie jest przekazywana do pracownika wewnętrzną pocztą. Listę tytułów oraz ich dostępność można sprawdzać w każdej chwili w wewnętrznym porta-

lu pracowniczym. W 2018 r. pracownicy wypożyczyli 255 książek.

Tabela 18: Średnia liczba godzin szkoleniowych pracowników Grupy Eurocash w 2018 r.

Pracownicy uczestniczący w szkoleniach (wyłączając e-learning)	Średnia liczba godzin przypadająca na pracownika	Liczba osób objętych szkoleniem	Liczba osobo/zdarzeń szkoleniowych*
Kobieta	25,40	1 133	1 663
Mężczyzna	26,90	1 190	1 842
Razem	26,15	2 323	3 505

*osobo / zdarzenie szkoleniowe – liczba osób biorących udział w szkoleniach uwzględniająca kilkukrotny udział w szkoleniach poszczególnych uczestników

** Dane obejmują zarówno spółki hurtowe jak i detaliczne należące do Grupy Eurocash. Nie zawierają jednak danych dla Grupy Mila przejętej 29 maja 2018 roku.

Tabela 19: Średnia liczba godzin szkoleniowych wg. kategorii zaszeregowania w 2018 r.

Pracownicy uczestniczący w szkoleniach (wyłączając e-learning)	Średnia liczba godzin przypadająca na pracownika	Liczba osób objętych szkoleniem	Liczba osobo/zdarzeń szkoleniowych*
Specjalista	19,19	1 240	1 648
Menadżer	33,10	1 083	1 857
Razem	26,15	2 323	3 505

*osobo / zdarzenie szkoleniowe – liczba osób biorących udział w szkoleniach uwzględniająca kilkukrotny udział w szkoleniach poszczególnych uczestników

** Dane obejmują zarówno spółki hurtowe jak i detaliczne należące do Grupy Eurocash. Nie zawierają jednak danych dla Grupy Mila przejętej 29 maja 2018 roku.

Tabela 20: Liczba osób, które ukończyły szkolenia e-learningowe wg kategorii zaszeregowania w 2018 r.

Pracownicy uczestniczący w szkoleniach e-learningowych	Liczba osób objętych szkoleniem
Specjalista	14 332
Menadżer	4 000
Razem	18 332

Tabela 21: Liczba osób, które ukończyły szkolenia e-learningowe w podziale na płeć w 2018 r.

Pracownicy uczestniczący w szkoleniach e-learningowych	Liczba osób objętych szkoleniem
Kobieta	9 344
Mężczyzna	8 988
Razem	18 332

B) 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 do tej samej bramki,
- jasne określenie oczekiwań względem pracownika,
- regularne spotkania przełożonego z pracownikami dotyczące postępów w realizacji celów,
- pracownicy biorący współodpowiedzialność za określenie sposobu realizacji celów,
- sposób pracy, w którym menedżerowie pomagają i udzielają regularnej informacji zwrotnej swoim pracownikom,
- 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:

- Wyznaczanie celów - określenie celów na dany rok kalendarzowy
- Spotkania 1 na 1 - informacja zwrotna przełożonego dla pracownika na temat realizacji celów i odwrotnie - informacja zwrotna pracownika dla przełożonego. Spotkania 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.

- 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 rozwinąć. W 2018 roku liczba osób uczestniczących w ocenie 360 wyniosła łącznie 2 253.

Tabela 22: Liczba osób, które wzięły udział w Ocenie 360

Ocena 360 stopni	Kobiety	Mężczyźni	Razem
Liczba osób	1 086	1 167	2 253

Tabela 23: Liczba osób, które wzięły udział w Ocenie 360 w podziale na stanowiska

Ocena 360 stopni	Specjaliści	Kierownicy	Menedżerowie	Zarząd i dyrektorzy
Liczba osób	1 132	905	143	73
% ogółu zatrudnionych	50,24%	40,17%	6,35%	3,24%

C) 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.



SALES & OPERATIONS TRAINEE



ODWAŻ SIĘ
#BARDZO

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.

Tabela 24: Liczba osób, które przystąpiły do Programów Menedżerskich Grupy Eurocash

Przystępujący do programów menedżerskich	2018	2017
Kobieta	7	4
Mężczyzna	10	7
Razem	17	11

D) REKRUTACJA WEWNĘTRZNA I AWANSE

Grupa Eurocash regularnie udostępnia swoim pracownikom informację o aktualnie prowadzonych procesach rekrutacyjnych. Dzięki temu pracownicy mogą aplikowania na stanowisko, które powinno umożliwić im dalszy rozwój. W ramach rekrutacji wewnętrznej polecają też swoich bliskich i znajomych. W roku 2018 w Grupie Eurocash **546 pracowników** awansowało na wyższe stanowiska*.



546
AWANSOWANYCH
PRACOWNIKÓW

* Dane obejmują zarówno spółki hurtowe, jak i detaliczne organizowane przez Grupę Eurocash, z pominięciem Grupy Mila przejętej 29 maja 2018 r. oraz Firmy Rogala Sp. z o.o., FHC-2 Sp. z o.o., Madas sp. z o.o.

E) PROGRAM PRAKTYK LETNICH

Grupa Eurocash inwestuje w rozwój młodzieży studiującej na uczelniach wyższych w Polsce, dając im możliwość przystąpienia do Programu Praktyk Letnich, za który otrzymują wynagrodzenie. W praktykach, które odbywają się w okresie wakacyjnym, tj. wolnym od zajęć na uczelni, 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.



#BARDZO CIEKAWY PRAKTYKI LETNIE

Chciałbyś zdobyć
ciekawe doświadczenia
w trakcie wakacji?



Tabela 25: Liczba osób, które przystąpiły do Programu Praktyk Letnich Grupy Eurocash

Przystępujący do programu praktyk letnich	2018	2017
Kobieta	14	16
Mężczyzna	6	7
Razem	20	23

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 dwumiesięcznych praktyk w wybranym dziale Grupy Eurocash.

F) WSPÓŁPRACA Z UCZELNIAMI



#BARDZO CIEKAWE DOŚWIADCZENIE

Chciałbyś zdobyć
pierwsze doświadczenie
podczas studiów?

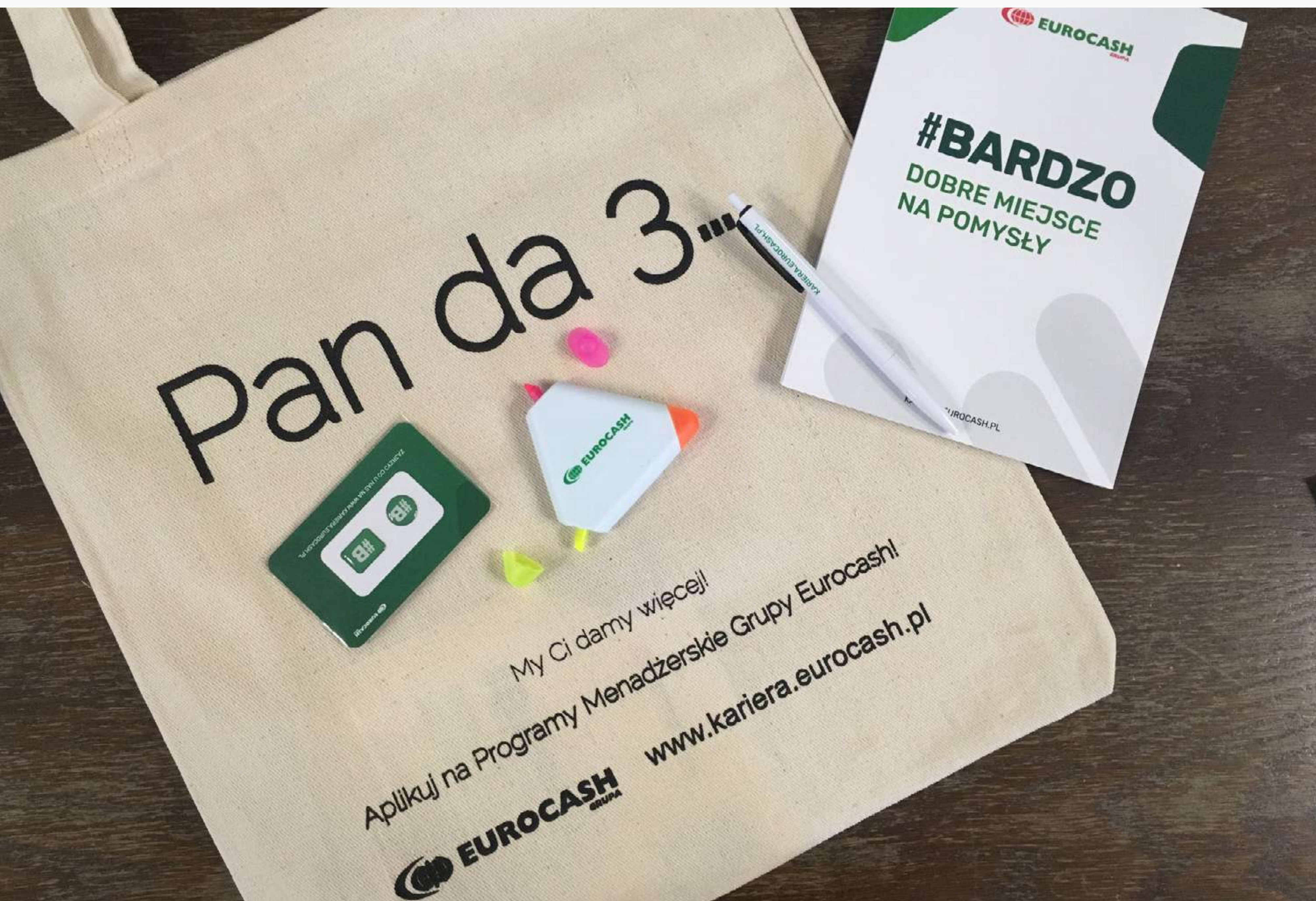


Grupa Eurocash regularnie współpracuje z polskimi uczelniami – prowadzony jest na nich Program Ambasador. W roku akademickim 2018/2019 Grupę reprezentuje dziewięciu Ambasadorów-Studentów (sześć kobiet i trzech mężczyzn). W Warszawie w Szkole Głównej Handlowej, na Uniwersytecie Warszawskim, w Szkole Głównej Gospodarstwa Wiejskiego oraz na Politechnice Warszawskiej.

SPOTKANIE AMBASADORÓW 21.02 WARSZAWA



Z kolei w Poznaniu Grupę reprezentują dwie osoby na Uniwersytecie Ekonomicznym oraz po jednej na Politechnice Poznańskiej oraz Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza. Ambasadorzy Grupy są obecni także na Uniwersytecie Ekonomicznym we Wrocławiu oraz Uniwersytecie Ekonomicznym w Katowicach. Wybrani studenci wspierają Grupę w stałych eventach przeprowadzanych na uczelniach, m.in. takich jak „Wyprawka dla Pierwszaka”, „Mikołaj z Eurocash” oraz licznych wykładach i warsztatach. Ambasadorzy pomagają również nawiązać współpracę z organizacjami studenckimi danych uczelni.



Dodatkowo Grupa Eurocash jest partnerem biznesowym Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, a Luis Amaral – Prezes Eurocash S.A. – od 2017 r. pełni funkcję prodziekana Klubu Partnera Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu.

G) 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 2018/2019 otrzymało 146 uczniów i studentów wyróżniających się nie tylko dobrymi wynikami w nauce, ale także aktywnością społeczną, szczególnymi osiągnięciami w wielu dziedzinach oraz postawą „chcę, więc potrafię”. Spośród 146 stypendystów 70 to dzieci pracowników różnych jednostek biznesowych Grupy Eurocash, a 76 osób zatrudnionych w organizowanych przez Grupę Eurocash sieciach. Przez pięć lat działalności Fundacja sfinansowała blisko **750 całorocznych stypendiów, wspierając 440 młodych ludzi** w drodze do realizacji ich 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 jasno określa Regulamin.

W gronie stypendystów Fundacji Eurocash są osoby, w przypadku których uzyskanie dotacji zdecydowało o ich przyszłości – bez wsparcia finansowego nie mogliby podjąć studiów.

5.5 DIALOG Z PRACOWNIKAMI I PARTYCYPACJA

Grupa Eurocash prowadzi szeroko pojęty dialog z pracownikami, aby lepiej poznać ich potrzeby. Wykorzystywane są takie kanały komunikacji jak:

- Facebook,
- Portal pracowniczy i platforma społecznościowa Workplace, gdzie można znaleźć najważniejsze i najświeższe informacje związane z życiem „wewnątrz” firmy,
- Kanały tradycyjne – tablice ogłoszeń, plakaty
- Road Show – spotkania terenowe z kadrą zarządzającą umożliwiające zadawanie pytań oraz wymianę opinii odnośnie strategii firmy,
- „Udanego tygodnia” – cotygodniowy newsletter Prezesa Zarządu Luisa Amarala do Pracowników,
- Spotkania strategiczne kierowników z Zarządem.

A) BADANIE OPINII PRACOWNICZEJ

Grupa Eurocash przeprowadza regularne badania Opinii Pracowników. W czasie ich trwania pracownicy mogą podzielić się opiniami, odczuciami i potrzebami dotyczącymi środowiska pracy. Badania są anonimowe. Wyniki zbiera i analizuje zewnętrzna agencja badawcza – Aon Hewitt. Po zapoznaniu się z wynikami badań Zarząd Eurocash wraz z zatrudnionymi określa działania, które pozwalają tworzyć przyjazne środowisko pracy, umożliwiając dalszy rozwój i

zwiększając zaangażowanie pracowników. Odpowiedzialność za podjęcie zdefiniowanych działań i decyzji została podzielona na trzy strony spełniające różne role w procesie budowania wysokiego zaangażowania pracowników:

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

B) PLATFORMA WORKPLACE

W celu usprawnienia komunikacji wewnętrznej pracownicy Grupy, jako jedni z pierwszych w Polsce zaczęli korzystać z platformy Workplace. 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) ROAD SHOW

W 2018 roku kontynuowana była inicjatywa organizacji spotkań terenowych z kadrą zarządzającą, mających na celu umożliwienie bezpośredniego zadawania pytań oraz wymiany opinii odnośnie strategii firmy. Podczas spotkań prezentowane są wyniki Grupy Eurocash oraz plany na bieżący rok. W 2018 roku Road Show zawitał w 8 miastach, gromadząc w sumie 765 osób. Członkowie zarządu zaangażowani w roku 2018 w przedsięwzięcie to Luis Amaral oraz Katarzyna Kopaczewska.

D) COTYGODNIOWY NEWSLETTER „UDANEGO TYGODNIA!”

Od dwóch lat Grupa Eurocash regularnie informuje wszystkich pracowników, zarówno biurowych jak i tych pracujących w centrach dystrybucyjnych i halach o ważnych tematach związanych z firmą, pracownikami, a także całą branżą FMCG i panującymi w niej trendami.

Newsletter „Udanego tygodnia!” do wszystkich pracowników, którzy mają służbową skrzynkę pocztową, wysyła Prezes Zarządu – Luis Amaral. Przegląd najświeższych

informacji trafia do pracowników w każdy poniedziałek o godz. 7:00. Dodatkowo jest on drukowany i wywieszany w widocznych miejscach biur i jednostek Grupy.

E) KAMPANIA #BARDZO WARTOŚCIOWA

Kampania zainicjowana w maju 2018 r. W jej ramach pracownicy mogli nominować osoby, które w codziennej pracy realizują w pełni firmowe wartości. W ramach kampanii kadra menadżerska nagrała także filmy tłumaczące sens wartości Grupy Eurocash. Wypowiedzieli się także Członkowie Zarządu: co poszczególne wartości oznaczają dla nich i jak je rozumieć. Dodatkowo Grupa co miesiąc przyglądała się jednej wybranej wartości i zbierała nominacje od pracowników. Każdy mógł zgłosić swojego kandydata w poszczególnych kategoriach. Łącznie w trakcie kampanii nadeszło prawie 150 zgłoszeń. Kampania zakończyła się uroczystym spotkaniem wyróżnionych osób z Prezesem i Członkami Zarządu, podczas którego Luis Amaral podziękował osobiście wszystkim uhonorowanym osobom. Na spotkaniu stworzono także możliwość otwartej rozmowy pracowników z Zarządem.



5.6 MOTYWACJA I INTEGRACJA

Wszyscy pracownicy – niezależnie od wymiaru godzin pracy – mają równy dostęp do świadczeń dodatkowych. Jako Grupa Eurocash w 2018 roku stosowaliśmy poniższe narzędzia i metody motywacji pozapłatcowej pracowników:

Karta przedpłacona Grupy Eurocash – nowoczesne narzędzie pozwalające na dokonanie zakupów świątecznych w sklepach spożywczych. W 2018 r. wydano blisko ponad 13 630 kart przedpłaconych pracownikom Grupy.

Paczki świąteczne i mikołajkowe – w okresie świątecznym dzieci pracowników otrzymują od Grupy Eurocash upominki wraz ze słodkościami. W roku 2018 wydano 10 021 takich paczek.

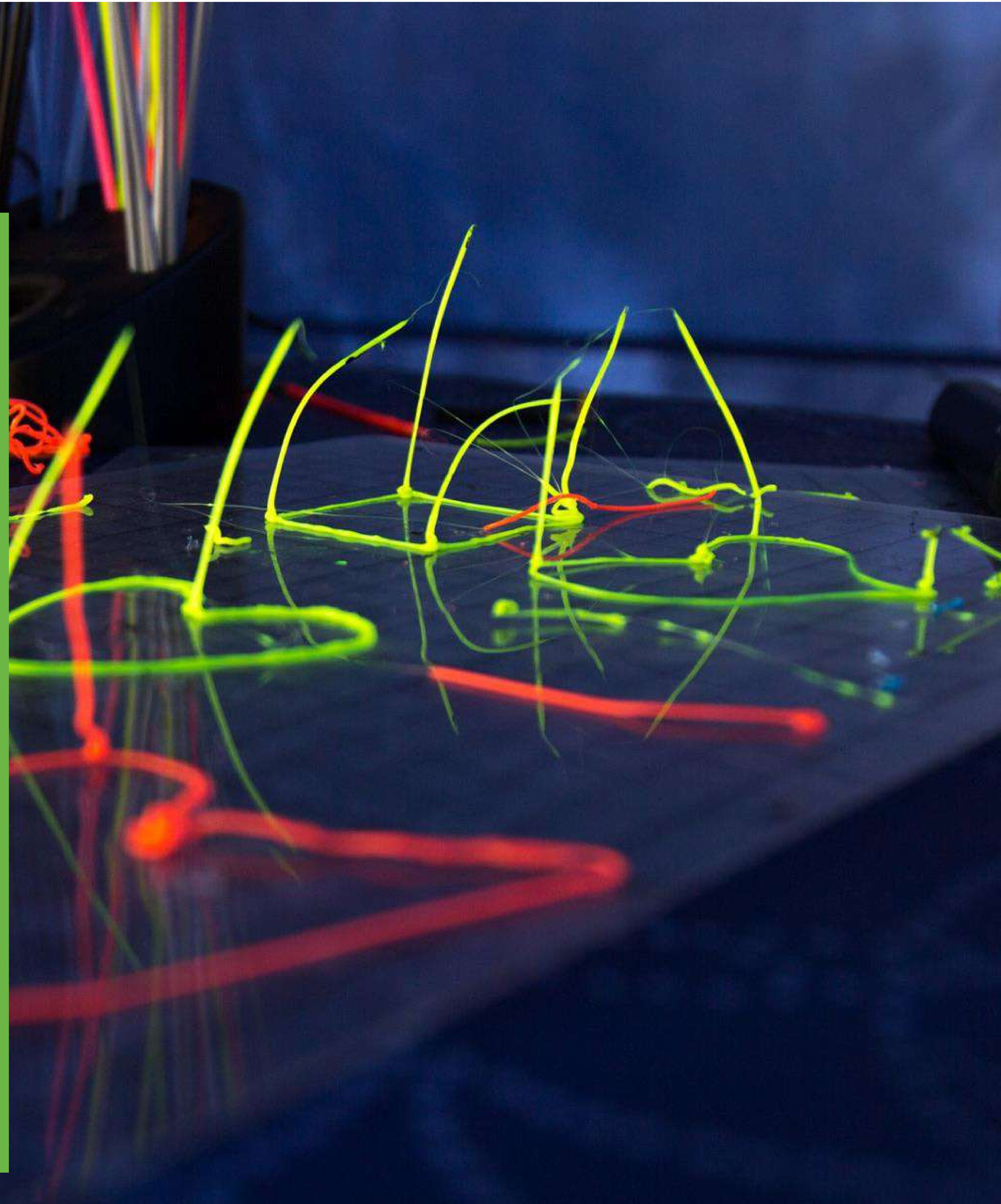
Pikniki rodzinne – ważny element wakacyjnych spotkań pracowników i ich rodzin. Odbywają się co roku w 13 lokalizacjach w całej Polsce, w 2018 roku uczestniczyło w nich ponad 25 tysięcy osób (pracowników oraz ich rodzin). Pikniki oznaczają moc atrakcji dla dzieci i dorosłych.



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 2018 r. do konkursu nadesłano ponad 260 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 2018 zorganizowano 55 losowań, do których przesłano około 15 600 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 2018 r. w okresie wakacyjnym skorzystało 630 dzieci pracowników Grupy Eurocash.

Karty Fitness - Grupa Eurocash we współpracy z zewnętrznymi partnerami udostępnia pracownikom na korzystnych warunkach karty umożliwiające dostęp do różnorodnych obiektów sportowych i rozrywkowych w całym kraju. W roku 2018 z takich kart korzystało ok. 3 340 osób



5.7 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 pracownicy Grupy Eurocash mogą zgłaszać pod dedykowanym numerem telefonu. Dyżur pełniony przez pracowników ma miejsce w każdy poniedziałek (w godz. 10.00-12.00) oraz czwartek (w godz. 14.00-16.00). Poza wskazanymi terminami istnieje możliwość pozostawienia wiadomości głosowej, wysłania wiadomości SMS pod ten sam numer, wiadomości e-mail na wskazany adres lub listu pocztą tradycyjną.

Zauważone nadużycia można zgłaszać bezpośrednio, bez uprzedniego wyczerpania drogi służbowej. Akceptowane są zgłoszenia zarówno imienne, jak i anonimowe. Każda sprawa zostanie wnikliwie rozpatrzona. 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.

5.8 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.

6. PRZYSZŁOŚĆ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI I JEJ WPŁYW NA SPOŁECZNOŚCI LOKALNE

6.1 PROMOCJA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI



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. hipermarketami i dyskontami). Ważnym elementem jest zapewnienie franczyzobiorcom możliwości zdobywania wiedzy z zakresu pracy i zarządzania sklepem spożywczym w oparciu o aktualne trendy.

Akademia Umiejętności Eurocash to największy w Polsce

kompleksowy program edukacyjno-szkoleniowy wspierający polskie niezależne sklepy detaliczne zrzeszone w sieciach franczyzowych i partnerskich Grupy Eurocash. W programie uczestniczą przedstawiciele sieci partnerskich i franczyzowych Grupy Eurocash: abc, Delikatesy Centrum, Euro Sklep, Gama, Groszek, Lewiatan, Duży Ben oraz Kontigo. W ramach Akademii 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 aktualnej wiedzy eksperckiej i specjalistycznej,
- zapewnienie możliwości korzystania z nowoczesnych form i metod kształcenia,
- umożliwianie partnerom wymiany doświadczeń.

Akademia Umiejętności Eurocash opiera się na czterech filarach:

- interaktywnej platformie edukacyjnej,
- warsztatach,
- konferencjach,
- studiach podyplomowych.

Akademia Umiejętności Eurocash działa pod patronatem Szkoły Głównej Handlowej, Polskiej Izby Handlu, Polskiej Organizacji Franczyzodawców, Franchising.pl, Retail



Learning Institute, Fundacji Firmy Rodzinne oraz Ośrodka Rozwoju Edukacji. Patronat medialny nad Akademią objął Poradnik Handlowca. Partnerami Akademii są również firmy Spomlek, Grupa Żywiec, Kamis, Lex Kancelaria Finansowa, Colian, Toyota.

Od 2010 roku z oferty edukacyjnej Akademii Umiejętności skorzystało łącznie ponad 62 tys. osób.

Dzięki Akademii Umiejętności Grupa Eurocash jest w stanie dostarczyć klientom wiedzę o najnowocześniejszych standardach i rozwiązaniach, które pozwalają im umocnić pozycję niezależnego handlu detalicznego w Polsce i pokonanie wszystkich konkurentów.

W 2017 r. Akademia Umiejętności Eurocash otrzymała Hermesa Specjalnego. Kapituła konkursu, przyznając nagrodę, doceniła skalę działania, profesjonalizm, wysoką jakość oferty oraz spersonalizowane podejście do klienta.

W 2018 r. Akademia Umiejętności Eurocash uzyskała certyfikat ISO 29990 w zakresie realizacji usług edukacyjnych, co jest potwierdzeniem najwyższej jakości i skuteczności jej oferty edukacyjnej. Certyfikat ISO stanowi gwarancję, że procesy nauczania prowadzone przez Akademię są stale doskonałe.

6.2 I FILAR AKADEMII – PLATFORMA EDUKACYJNA.

Platforma edukacyjna dostępna jest pod adresem <http://www.akademiaeurocash.com.pl> Nowa wersja serwisu zapewnia użytkownikom nieograniczony dostęp online do ponad 70 kursów e-learningowych o tematyce odpowiadającej potrzebom przedsiębiorców prowadzącym sklepy spożywcze oraz ich pracowników. Szkolenia multimedialne umieszczone na platformie zawierają informacje z praktycznym ich zastosowaniem. Kursy dotyczą wszystkich obszarów funkcjonowania sklepu – od zarządzania finansami, personelem, działami świeżymi po obsługę klienta i merchandising. W ofercie ponad **70 kursów e-learningowych** 11 prowadzonych jest w języku ukraińskim.

Platforma to także dostęp do specjalistycznych i eksperckich artykułów z zakresu nowoczesnego zarządzania sklepem. Nowością w 2018 r. na platformie były m.in. kursy e-learningowe i artykuły na temat sukcesji, której celem jest ochrona biznesu i majątku rodzinnego oraz skuteczne przekazanie sklepu następcom (dzieci, rodzina).



**70
KURSÓW
E-LERNINGOWYCH**

Uzupełnieniem wiedzy są comiesięczne newslettery z ciekawostkami z rynku i opiniami ekspertów wysyłane do wszystkich użytkowników platformy. **W 2018 r. z platformy edukacyjnej korzystało 12 400 osób.**

6.3 II FILAR AKADEMII - WARSZTATY

Spersonalizowany serwis umożliwia użytkownikom rejestrację na warsztaty. Odbývają się w całej Polsce i są prowadzone przez trenerów-praktyków z 20-letnim doświadczeniem w handlu. Warsztaty to praktyczna część realizowanego przez Akademię Umiejętności Eurocash programu szkoleniowego. Uczestnicy mogą korzystać z rozbudowanej oferty szkoleń, z których najpopularniejszymi tematami są: „Stoisko mięso-wędliny”, „Obsługa klienta”, „Straty w sklepie spożywczym”, „Stoisko owoce-warzywa”. Od początku istnienia Akademii Umiejętności Eurocash w warsztatach uczestniczyło ponad **31 tys. osób**, z czego w 2018 r. w ponad 70 lokalizacjach w całej Polsce przeszkolonych zostało ponad 6 tys. właścicieli i pracowników sklepów.

W 2018 r. Akademia Umiejętności Eurocash uruchomiła także, pod patronatem Ośrodka Rozwoju Edukacji, specjalny program szkoleń i warsztatów edukacyjnych dla uczniów szkół zawodowych, który pokazuje młodym ludziom z całej Polski, że zawód sprzedawcy daje ciekawą perspektywę zawodową, a przy odpowiednim zaangażowaniu może przynieść również satysfakcjonujące wynagrodzenie. W spotkaniach prowadzonych w szkołach zawodowych wzięło udział ponad 130 uczniów z całej Polski.

6.4 III FILAR AKADEMII – KONFERENCJE EDUKACYJNE

Konferencje merytoryczne to spotkania tysięcy przedsiębiorców z całej Polski, w trakcie, których uczestnicy pogłębiają swoją wiedzę o zarządzaniu sklepem oraz poznają najnowocześniejsze trendy i rozwiązania w handlu detalicznym. Coroczny Kongres Przedsiębiorców Polskiego Handlu to doskonała okazja do wymiany doświadczeń oraz integracji osób pracujących na co dzień w tej samej branży. Podczas konferencji organizowane są warsztaty, konsultacje oraz spotkania z ekspertami rynkowymi z Polski i ze świata. Dotychczas w konferencjach edukacyjnych organizowanych przez Grupę Eurocash uczestniczyło ponad 18 tys. osób, z czego niemal **5 tys. osób w 2018 r.**

6.5 IV FILAR AKADEMII – STUDIA PODYPLOMOWE

Wieloletnie 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 r. 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 pierwszej edycji studiów 2017/2018 wzięło udział 45 słuchaczy, natomiast w kolejnej uczestniczy 41 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 jest 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.

Aby 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 zarządzania sklepem, w tym m.in.: zarządzania personelem, finansami czy marketingiem. Wykładowcy to profesorowie renomowanych uczelni oraz zewnętrzni eksperci z wieloletnim doświadczeniem na rynku spożywczym.

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

W 2018 r. uruchomiono na SGH równolegle Kurs Dookształcający Akademia Zarządzania Przedsiębiorstwem Handlu Detalicznego dla osób nieposiadających wykształcenia wyższego, który w kompleksowy sposób rozwija wiedzę i

umiejętności uczestników z zakresu zarządzania sklepem. W 2018 r. kurs ukończyło 30 osób.

Studia podyplomowe i Akademia Zarządzania 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.

B) PROMOCJA I WSPARCIE W SUKCESJI

Projekt sukcesja w biznesie to szerzenie wiedzy na temat sukcesji wśród 15 tys. franczyzobiorców zrzeszonych w Grupie Eurocash poprzez wykłady, szkolenia, upowszechniane artykuły i filmy edukacyjne poruszające aspekty psychologiczne, finansowe, prawne, społeczne przygotowujące nestorów do przekazania swoich firm rodzinnym wybranym przez siebie sukcesorom. Projekt upowszechniania wiedzy na temat sukcesji prowadzony przez Akademię Umiejętności Eurocash to jedyna taka inicjatywa w sektorze handlu.

W 2018 r. podjęto następujące działania:

- Akademia Umiejętności Eurocash zorganizowała 39 spotkań informacyjnych, dwie konferencje i kilkudziesiąt szkoleń informacyjnych, w których wzięło udział łącznie ponad 8 tys. przedsiębiorców.
- Osobny moduł wykładowy na studiach podyplomowych i kursie dookształcającym „Zarządzanie przedsiębiorstwem

w handlu detalicznym” na SGH poświęcony zagadnieniu sukcesji – 115 słuchaczy.

- Aspektem prawnym sukcesji poświęcono dwa kursy e-learningowe oraz osiem artykułów merytorycznych opublikowanych na platformie edukacyjnej Akademii Umiejętności. Korzysta z niej 12,4 tys. użytkowników.
- Trzy artykuły merytoryczne na temat sukcesji (w marcu, czerwcu, wrześniu 2018 r.) w Poradniku Handlowca z nakładem 70 tys. egzemplarzy.

C) PROMOCJA ZAWODU SPRZEDAWCY

Eurocash szkoli przyszłych sprzedawców. Program „Akademia Umiejętności Eurocash na rzecz promocji zawodu sprzedawcy w szkołach zawodowych/branżowych oraz technikach” został stworzony w odpowiedzi na rosnący problem braku wykwalifikowanych sprzedawców na rynku pracy. Nadrzędnym celem współpracy szkół i Akademii Umiejętności Eurocash była promocja zawodu sprzedawcy wśród młodych ludzi. Z roku na rok odnotowywane jest słabnące zainteresowanie kierunkiem sprzedawca, przez co coraz częściej szkoły łączą różne profile w klasach wielozawodowych lub całkowicie rezygnują z otwierania kolejnych roczników. Wychodząc naprzeciw tej sytuacji, Grupa Eurocash stworzyła inicjatywę, która nie tylko wzbogaca obecny program kształcenia, ale pokazuje również uczniom, że zawód sprzedawcy daje ciekawe perspektywy zawodowe, a w efekcie odpowiedniego zaangażowania może przynieść również dobre wynagrodzenie.

W ramach projektu Akademia Umiejętności Eurocash or-

ganizuje praktyczne warsztaty dla uczniów, gości w szkołach zawodowych i branżowych podczas dni otwartych oraz organizuje specjalne spotkania z rodzicami. Uczniowie biorący udział w programie mają możliwość odbycia płatnych praktyk zawodowych w sklepach franczyzowych i partnerskich Grupy Eurocash. W trakcie nauki oraz praktyk trenerzy Akademii Umiejętności Eurocash zapewniają indywidualne wsparcie merytoryczne dla uczniów. W ramach tegorocznej edycji programu Eurocash zorganizował m.in. wycieczkę dla uczniów Bieszczadzkiego Zespołu Szkół Zawodowych im. Lecha Wałęsy w Ustrzykach Dolnych do centrum logistycznego w Krosno-Szczepańcowa, w której wzięło udział około 50 osób.

W 2017 r. Akademia Umiejętności Eurocash rozpoczęła współpracę z wybranymi szkołami zawodowymi/branżowymi oraz technicznymi, które kształcą uczniów na kierunkach sprzedawca oraz technik handlowiec. Pilotażowym programem zostały objęte wybrane szkoły z województwa podkarpackiego, śląskiego i dolnośląskiego. W roku szkolnym 2017/2018 zorganizowanych zostało łącznie 25 warsztatów, w których uczestniczyło 138 uczniów (każdy z nich brał udział w trzech warsztatach). Tematyka zajęć dotyczyła zagadnień związanych m.in. z obsługą klienta i merchandisingiem w sklepie spożywczym. Inicjatywa Akademii Umiejętności Eurocash uzyskała patronat Ośrodka Rozwoju Edukacji.

6.6 WSPIERANIE LOKALNYCH SPOŁECZNOŚCI

A) HEROSI POLSKIEJ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI – PLEBISCYT HANDLU DETALICZNEGO

LOKALNI HEROSI

100 inicjatyw przedsiębiorców na 100-lecie niepodległości



„Lokalni Herosi – 100 inicjatyw przedsiębiorców na 100-lecie niepodległości” to pierwszy ogólnopolski, prospołeczny projekt grantowy, w którym inspiratorami działań z obszaru CSR byli polscy przedsiębiorcy – kilkadziesiąt tysięcy właścicieli sklepów zrzeszonych w Grupie Eurocash.

Inspiracją do realizacji projektu była 100. rocznica odzyskania przez Polskę niepodległości. Akcja jest kontynuacją „Herosów Polskiej Przedsiębiorczości – Plebiscytu Handlu Detalicznego”, podczas którego w 2017 roku Eurocash promował najlepsze praktyki w prowadzeniu biznesu.

W tegorocznej edycji właściciele sklepów zaopatrujących się w Eurocash we współpracy z organizacjami pozarządowymi lub instytucjami publicznymi zgłaszali projekty na rzecz poprawy życia w okolicy. Do etapu głosowania zakwalifikowanych zostało ponad **400 pomysłów** z 250 miejscowości. Nagrody stanowiło 100 grantów na wsparcie inicjatyw dotyczących sportu, kultury, przestrzeni wspólnej, ekologii i pomocy potrzebującym. Łączna pula wyniosła **1,5 mln zł**, a poszczególne granty opiewały na kwoty 10, 50 i 100 tys. zł. Punkty można było zdobywać, wysyłając paragony ze sklepu oraz głosując poprzez stronę internetową – łącznie oddano prawie 5,5 mln punktów.

Praktyka realizowana była z Fundacją Pracownia Badań i Innowacji Społecznych „Stocznia”, pod honorowym patronem Ministerstwa Przedsiębiorczości i Technologii.



1,5 MLN ZŁOTYCH

B) 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,
- 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.

C) ZBIÓRKI I AKCJE DLA POTRZEBUJĄCYCH

Pracownicy Grupy chętnie angażują się w akcje prospołeczne. Gdy dostrzegają osoby czy zwierzęta w potrzebie, organizują im niezbędną pomoc. Grupa Eurocash wspiera tego typu działania: w 2018 r. w całej Grupie prowadzono zbiórki m.in. na chore dzieci pracowników oraz dzieci z lokalnej społeczności, schroniska dla zwierząt, zbiórki zakrętek. Zespoły pracowników włączały się również w ogólnopolskie akcje Szlachetna Paczka i Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy.

D) CHOINKA PEŁNA ŻYCZEŃ

Co roku w okresie świąt w Grupie ma miejsce największa zbiórka dla dzieci z domów samotnej matki. Grupa Eurocash kontaktuje się z placówkami w Poznaniu oraz Warszawie i Lublinie. Prosi dzieci i matki o listy do św. Mikołaja lub o spis rzeczy, które są im potrzebne. Karteczki z nazwą prezentów są wywieszane na choinkach w biurach i oddziałach Grupy. Pracownicy mogą wybrać życzenia i je spełnić, dostarczając prezenty do siedzib Grupy. Paczki są przewożone do poszczególnych placówek w tygodniu przed Wigilią. Akcja co roku cieszy się ogromnym zainteresowaniem pracowników Grupy Eurocash.

W 2018 r. udało się pomóc 74 dzieciom i matkom w Poznaniu, Warszawie i Lublinie. Nasi pracownicy przygotowali w sumie 110 paczek, które trafiły pod choinki najbardziej potrzebujących dzieci i ich matek. Korzyści z akcji dla Grupy to zadowolenie pracowników



E) DZIAŁ PORTALU PRACOWNICZEGO „POMÓŻ!”

Na portalu pracowniczym Grupy Eurocash 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.

F) BIEGI CHARYTATYWNE

Co roku pracownicy Grupy biorą udział w charytatywnych imprezach sportowych. Uczestnictwo w tego typu wydarzeniach jest finansowane przez Grupę Eurocash.

Na stałe do jej kalendarza wpisały się biegi charytatywne: Wings For Life World Run, Bieg Firmowy oraz Poland Business Run. Udział Grupy Eurocash w Biegu Firmowym 2018 przyczynił się do przekazania rekordowej kwoty 202 234 zł podopiecznym Fundacji Everest. Nasi pracownicy równie chętnie angażują się w inicjatywy takie jak np. Color Run, który współpracuje z różnymi organizacjami charytatywnymi.



G) DNI DAWCY SZPIKU

Od czterech lat sieć Gama wspólnie z Fundacją DKMS prowadzi na terenie swoich placówek coroczne Dni Dawcy Szpiku Kostnego. W maju 2015 r. odbyła się pierwsza akcja pod nazwą „Gama Wspólnie Przeciw Białaczce”. Zarejestrowało się wówczas 214 nowych dawców. W związku z bardzo pozytywnym odbiorem akcji przez klientów oraz dużym zaangażowaniem pracowników sklepów akcja weszła do stałego harmonogramu. W maju 2016 r. zarejestrowało się 453 nowych dawców. Kolejna edycja (maj 2017) idealnie wkomponowała się w obchodzony przez DKMS „Światowy Dzień Walki z Nowotworami Krwi”. Baza DKMS powiększyła się o kolejnych 304 nowych dawców. W trakcie czwartych „Dni Dawców Szpiku Kostnego” sieć sklepów Gama została wyróżniona i objęta specjalnym patronatem jako reprezentanci obchodzonych w maju Światowych Dni Dawcy pod nazwą WBCD – World Blood Cancer Day. W trakcie akcji udało się pozyskać kolejnych 366 nowych dawców. W ciągu czterech lat sieć Gama oraz Fundacja DKMS osiągnęły wiele: zarejestrowało się ponad 1300 nowych dawców. Wśród nich dwie osoby oddały swój szpik – dzięki czemu zrealizowano dwa potwierdzone sukcesem przeszczepy.

H) PROGRAM BEZPIECZEŃSTWA DROGOWEGO

Sieć sklepów Gama realizuje akcję wizerunkową „Gamuś Bawi i Edukuje” pod hasłem „Bezpieczeństwo na drodze”.

Maskotki Gamusia odwiedzają dzieci w przedszkolach i z wykorzystaniem specjalnych elementów edukacyjnych takich jak znaki czy przejścia dla pieszych – uczą odpowiednich zachowań na drodze. Grupa Eurocash chce edukować najmłodszych, by świat zewnętrzny był dla nich jak najbezpieczniejszy. Na zakończenie spotkania Gamuś obdarowuje dzieci malowanekami – w których w sposób prosty i przyjazny uczy podstawowych zasady bezpieczeństwa na drodze. W wielu przedszkolach do akcji sieci sklepów Gama przyłączają się także policjanci z lokalnych komend.

I) ODPOWIEDZIALNA SPRZEDAŻ ALKOHOLU

Jedną z pierwszych akcji, do których przystąpiły sklepy partnerskie Gama był ogólnopolski program społeczny „Tu się sprawdza dorosłość”. Inicjatywa była skierowana do właścicieli i sprzedawców sklepów, którzy posiadają w swojej ofercie wyroby alkoholowe. Jako główny cel programu obrano zmniejszenie dostępności alkoholu dla osób nieletnich. Sklepy, które dołączyły do akcji, zobowiązały się tym samym do rzetelnej kontroli dokumentów tożsamości młodzieży i niesprzedawania alkoholu osobom przed 18. rokiem życia. Tego typu kampanie edukacyjne są bardzo ważne, uświadamiają sprzedawcom ich odpowiedzialność zarówno prawną, jak i moralną. Świadome podejście do handlu alkoholem jest istotne z punktu widzenia relacji sprzedawcy z konsumentem.

6.7 EUROCASH.PL – INNOWACYJNE NARZĘDZIE BIZNESOWE DLA NIEZALEŻNYCH PRZEDSIĘBIORCÓW



TWOJE NOWE MOŻLIWOŚCI

We wrześniu 2018 r. swoją premierę miał Eurocash.pl – największa platforma e-commerce dla handlu niezależnego w Polsce. Dostarcza ona przedsiębiorcom wiedzę o lokalnym rynku, dane demograficzne, rankingi najlepiej sprzedających się produktów i podgląd gazetki konkurencji.

Eurocash.pl posiada funkcjonalności, które pozwalają w sposób efektywny zarządzać sklepem i podejmować trafne decyzje biznesowe. Dzięki temu prostemu i intuicyjnemu narzędziu, niezależni detaliści mogą skutecznie konkurować z handlem wielkoformatowym.

Na jego skuteczność składa się m.in. najszybsza na rynku, „ucząca się” wyszukiwarka produktów. Dodatkowo detaliści mają dostęp do inteligentnych list zakupowych, jak również mogą tworzyć swoje własne listy. Eurocash.pl jest również bazą wiedzy o rynku. Dane i analizy na temat najbliższego otoczenia sklepu pozwolą przedsiębiorcom po-

dejmować trafne decyzje zakupowe. Portal gromadzi także informacje o produktach, trendach na rynku oraz wiele porad sprzedażowych.

Największą zaletą Eurocash.pl jest jego mobilność. Można z niej korzystać zarówno przy użyciu komputera, jak również poprzez aplikację mobilną. Dzięki temu przedsiębiorcy mogą zdalnie zarządzać swoim biznesem detalicznym. Całość cech platformy gwarantuje większą optymalizację działań, a co za tym idzie – więcej czasu, który można poświęcić na odpoczynek lub dalszy rozwój biznesu.

6.8 DOBRE PRAKTYKI W BIZNESIE

A) RANKING RÓWNI W BIZNESIE



Grupa Eurocash i Polska Izba Handlu w 2017 r. zainicjowały wspólny projekt. Ranking Równi w Biznesie ocenia strategię dystrybucyjną oraz cenową dziesięciu największych producentów w Polsce w celu nagłośnienia i uświadomienia problemu dyskryminacji kanału małegoformatowego przez część producentów FMCG oraz promowania dobrych praktyk biznesowych. Celem tych działań jest zmniejszenie nierówności pomiędzy osiedlowymi sklepami, a dyskontami i supermarketami.

Ranking jest przygotowywany przez analityków Grupy Eurocash w oparciu o posiadane dane agencji badawczej Nielsen za okres jednego roku poprzedzającego jego przygotowanie. Analitycy Grupy Eurocash zestawiają ze sobą wyniki rynkowe dziesięciu największych producentów (według wartości sprzedaży). Ocenie poddawani są producenci piwa, wody, napojów gazowanych, soków i nektarów, wódki oraz mleka. Każdemu z nich przyznaje się punkty w pięciu obszarach, któremu jest przypisana odpowiednia waga w finalnym wyniku: cena 20%, dystrybucja 25%, udział rynkowy 20%, kontrybucja do wzrostu 25% oraz dedykowane produkty 10%. Końcowa liczba punktów, jaką otrzymuje producent, jest średnią ważoną wyników wszystkich tych wskaźników. Im więcej punktów, tym bardziej zrównoważona strategia danego producenta i wyższe miejsce w rankingu.

Równi w Biznesie mają nie tylko wyróżnić dobre praktyki wśród dostawców, ale przede wszystkim promować ich wśród polskich przedsiębiorców i osób, które dbają o zaopatrzenie sklepów. Wyniki są nagłaśniane wśród producentów, w mediach branżowych i ogólnoinformacyjnych. Druga edycja rankingu pokazała, że kilku producentów było w stanie w ciągu jednego roku zmienić swoje strategie sprzedaży tak, by awansować z końca do czołówki zestawienia.

B) WSPARCIE BIZNESOWE KLIENTÓW

Klienci bezpośredni mogą liczyć na indywidualne wsparcie ze strony doświadczonych pracowników Grupy Eurocash. W szczególności Franczyzobiorcy 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.

C) UMOWY OKOŁOBIZNESOWE DLA KLIENTÓW

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

D) 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 mogą też kontaktować się telefonicznie, mailowo, a także osobiście. Cyklicznie organizowane są spotkania z menedżerami Grupy

Eurocash.

Jednym z ciekawszych narzędzi jest Workplace. Dzięki niemu pracownicy Grupy mogą komunikować się z franczyzobiorcami Eurocash Franczyza. Dostęp do Workplace mają wszyscy franczyzobiorcy, którzy zalogują się do usługi za pomocą firmowego maila delikatesy.pl. Workplace daje możliwość tworzenia specjalnych grup tematycznych np. Dla regionów, dotyczących promocji, operacji, wydarzeń i innych. Pracownicy Grupy mogą w ich ramach podjąć wspólną dyskusję z franczyzobiorcami Delikatesów Centrum. Za pomocą Workplace odbywają się również transmisje na żywo różnych wydarzeń. Przykładem tego może być transmisja Kongresu Akademii Umiejętności Eurocash, który odbył się we wrześniu 2018 r.

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.

D) 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.

6.9 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. Dodatkowo wszystkie produkty Biolove powstają w Polsce.

B) ALL ABOUT ALOE



All About Aloe to nowa marka kosmetyków oparta na intensywnie pielęgnujących właściwościach aloesu dostępna w Kontigo. Produkty wyróżnia prosty skład, bogaty w cenne ekstrakty pochodzenia naturalnego o działaniu głęboko nawilżającym i odżywczym. Produkty marki nie zawierają szkodliwych składników, jak silikon, parabeny i SLS.

B) ABC NA KOŁACH

Abc na kołach to sieć wygodnych, ogólnospożywczych sklepów mobilnych, które regularnie odwiedzają klientów w najmniejszych miejscowościach. Bez względu na pogodę, czy porę roku sklepy mobilne abc na kołach docierają w miejsca gdzie przeważnie brakuje placówek stacjonarnych. Klientami sklepów są często osoby starsze, żyjące samotnie, mniej mobilne – dla nich samochód-sklep to komfortowa forma zaopatrywania się we wszelkie produkty codziennej potrzeby.



W abc na kołach dbamy, aby oferowany przez nas asortyment był jak najlepszej jakości przy zachowaniu korzystnych cen. Sklepy to specjalistyczne pojazdy przystosowane do przewozu produktów spożywczych wyposażone w lodówki czy zamrażarki i spełniające wszystkie standardy higieny oraz bezpieczeństwa żywności. W ofercie asortymentowej można znaleźć wszystkie podstawowe produkty takie jak nabiał, pieczywo i wędliny od lokalnych dostawców, a także warzywa i owoce, słodczyce oraz napoje.

Sieć aktywnie angażuje się w życie lokalnej społeczności na przykład poprzez zgłoszenie inicjatywy „Kapucynalia 2019” w ramach projektu „Herosi Polskiej Przedsiębiorczości”. Dzięki licznie oddanym głosom zostanie dofinansowany festyn rodzinny, którego głównym celem jest zachęcenie rodzin do aktywnego spędzenia czasu razem.

Abc na kołach to także szansa dla osób z małych miejscowości na rozpoczęcie własnej działalności gospodarczej poprzez stanie się przedstawicielem marki. Biznes oparty o umowę agencyjną zawartą z silnym i stabilnym partnerem biznesowym, jakim jest Grupa Eurocash to atrakcyjna i elastyczna alternatywa dla mieszkańców niewielkich miasteczek, gdzie rynek pracy jest niejednokrotnie trudny i nie oferuje wielu możliwości rozwoju zawodowego.

Wskaźnik wg standardu własnego		Odniesienie w raporcie
STRATEGIA I ANALIZA		
G4-1	Oświadczenie kierownictwa najwyższego szczebla na temat znaczenia zrównoważonego rozwoju dla organizacji i jej strategii	4-5
PROFIL ORGANIZACJI		
G4-3	Nazwa organizacji	6
G4-4	Główne marki, produkty i/lub usługi	6-7
G4-5	Lokalizacja siedziby głównej organizacji	8
G4-6	Liczba krajów, w których firma prowadzi operacje	8
G4-7	Forma własności i struktura prawna organizacji	13
G4-8	Obsługiwane rynki z zaznaczeniem zasięgu geograficznego, obsługiwanych sektorów, charakterystyki klientów/konsumentów i beneficjentów	6-11

G4-9	Skala działalności organizacji	8-11
G4-10	Łączna liczba pracowników według typu zatrudnienia, rodzaju umowy o pracę i regionu oraz płci	44
G4-11	Odsetek zatrudnionych objętych umowami zbiorowymi	nie dotyczy
G4-12	Charakterystyka łańcucha dostaw/wartości	39
G4-13	Znaczące zmiany w raportowanym okresie dotyczące rozmiaru, struktury, formy własności lub łańcucha dostaw	nie dotyczy
G4-14	Wyjaśnienie, czy i w jaki sposób organizacja stosuje zasadę ostrożności	32-33
G4-15	Zewnętrzne, przyjęte lub popierane przez organizację ekonomiczne, środowiskowe i społeczne deklaracje, zasady i inne inicjatywy	66
G4-16	Członkostwo w stowarzyszeniach (takich jak stowarzyszenia branżowe) i/lub w krajowych/międzynarodowych organizacjach orzecznich	19

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	6-12
G4-18	Proces definiowania zawartości raportu oraz wdrożenia zasad raportowania do zdefiniowania zawartości Raportu	30-31
G4-19	Istotne aspekty zidentyfikowane w procesie definiowania zawartości Raportu	30
G4-20	Zakres i istotność dla każdego ze zidentyfikowanych aspektów wewnątrz organizacji	30
G4-21	Zakres i istotność dla każdego ze zidentyfikowanych aspektów na zewnątrz organizacji	30
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	31
ZAANGAŻOWANIE INTERESARIUSZY		
G4-24	Lista grup interesariuszy angażowanych przez organizację	19-20
G4-25	Podstawy identyfikacji i selekcji interesariuszy	19-20
G4-26	Podejście do angażowania interesariuszy, włączając częstotliwość angażowania według typu i grupy interesariuszy	19-20
G4-27	Kluczowe kwestie i problemy poruszane przez interesariuszy oraz odpowiedź ze strony organizacji, również poprzez ich zaraportowanie	19-20
PROFIL RAPORTU		
G4-28	Okres raportowania	30
G4-29	Data publikacji ostatniego Raportu (jeśli został opublikowany)	30

G4-30	Cykl raportowania (roczny, dwuletni itd.)	30
G4-31	Osoba kontaktowa	31
G4-32	Tabela wskazująca miejsce zamieszczenia wskaźników w Raporcie	83-90
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	13-14
ETYKA		
G4-56	Wartości, zasady, standardy, normy postępowania organizacji, zebrane w kodeksach postępowania i kodeksach etycznych	17-19, 66
WSKAŹNIKI EKONOMICZNE		
DMA	Podjęcie zarządcze - Wspieranie niezależnych sklepów spożywczych	6

G4-EC1	Bezpośrednia wartość ekonomiczna wytworzona i podzielona	8
G4-EC8	Znaczący pośredni wpływ ekonomiczny, w tym skala tego wpływu	6, 8-9
WSKAŹNIKI ŚRODOWISKOWE		
DMA	Podjęcie zarządcze - Środowisko	32-33
DMA	Podjęcie zarządcze - Transport	34
G4-EN3	Zużycie energii wewnątrz organizacji	33
G4-EN16	Bezpośrednie emisje gazów cieplarnianych (Zakres 1)	33
G4-EN23	Całkowita waga odpadów według rodzaju odpadu oraz metody postępowania z odpadem	36
WSKAŹNIKI SPOŁECZNE - ZATRUDNIANIE I GODNA PRACA		
DMA	Podjęcie zarządcze - Bezpieczeństwo i higiena pracy	46

DMA	Podjęcie zarządcze - Szkolenia i edukacja	49-50
DMA	Podjęcie zarządcze - Różnorodność i równość szans	65
DMA	Podjęcie zarządcze - Mechanizmy skargowe dotyczące praktyk zatrudniania	65
G4-LA1	Całkowita liczba i wskaźniki zatrudnienia nowych pracowników oraz rotacji pracowników w podziale na grupy wiekowe, płeć i region	45
G4-LA2	Świadczenia zapewniane pracownikom pełnoetatowym, które nie przysługują Pracownikom tymczasowym lub zatrudnionym w niepełnym wymiarze godzin, w podziale na główne lokalizacje prowadzenia działalności	49, 62-64
G4-LA6	Rodzaj urazów oraz wskaźnik urazów, chorób zawodowych, dni straconych i nieobecności w pracy oraz wypadków śmiertelnych związanych z pracą	46
G4-LA9	Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku przypadająca na pracownika w podziale na płeć oraz na kategorię pracowników	50

G4-LA10	Programy rozwoju umiejętności menedżerskich i kształcenia ustawicznego, które wspierają ciągłość zatrudnienia pracowników oraz ułatwiają zarządzanie końcem kariery zawodowej	53-55
G4-LA11	Procent pracowników otrzymujących regularne oceny swoich wyników oraz informacje rozwoju zawodowego, w podziale na płeć oraz kategorię pracowników	52
WSKAŹNIKI SPOŁECZNE - PRAWA CZŁOWIEKA		
DMA	Podjęcie zarządcze - Zapobieganie korupcji	65-66
WSKAŹNIKI SPOŁECZNE - ODPOWIEDZIALNOŚĆ ZA PRODUKT		
DMA	Podjęcie zarządcze - Zdrowie i bezpieczeństwo klientów	40-41

GRUPA EUROCASH

ul. Wiśniowa 11, 62-052 Komorniki

tel: + 48 61 658 33 00, faks: + 48 61 658 33 04

e-mail: eurocash@eurocash.pl

<https://grupaeurocash.pl/o-eurocash/odpowiedzialny-biznes>