



RAPORT DOBRYCH PRAKTYK 2018
Z ZAKRESU SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI
I ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

GRUPA SCHIEVER W POLSCE

Kwiecień, 2019

RAPORT DOBRYCH PRAKTYK 2018
GRUPA SCHIEVER W POLSCE

WPROWADZENIE	3
POLITYKA CSR - KODEKS DOBRYCH PRAKTYK	5
NASZ DIALOG Z INTERESARIUSZAMI	6
NASZE GŁÓWNE OSIE DZIAŁANIA – FILARY SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI SCHIEVER	8
POZNAJ GRUPĘ SCHIEVER	9
HISTORIA GRUPY SCHIEVER	9
GRUPA SCHIEVER OBECNIE	10
WARTOŚCI GRUPY SCHIEVER	11
SKŁAD GRUPY SCHIEVER W POLSCE	12
TWORZENIE WARTOŚCI W CZASIE	13
NASZE SKLEPY	14
ODPOWIEDZIALNY HANDEL	15
EKOLOGICZNE TORBY	15
DOBROSTAN ZWIERZĄT	16
SPRAWDZONA JAKOŚĆ – REGULARNIE PRZEPROWADZANE BADANIA	17
ODPOWIEDZIALNA OFERTA	18
„EKOLOGICZNA ADMINISTRACJA” ORAZ EDUKACJA EKOLOGICZNA PRACOWNIKÓW	20
KLIENT	21
KLIENT W CENTRUM UWAGI	22
PRACOWNIK	25
SZKOLENIA I ROZWÓJ	25
RÓŻNORODNOŚĆ W GRUPIE SCHIEVER W POLSCE	26
PRZYJAZNE ŚRODOWISKO PRACY	29
BEZPIECZEŃSTWO W PRACY	29
Projekt X-LAB	31
AMBASADOR PRODUKTU	31
ZDROWIE	33
ŚRODOWISKO	34
RACJONALNE GOSPODAROWANIE ZASOBAMI	34
ENERGIA - DZIAŁANIA CENTRALNE	37
ENERGIA - DZIAŁANIA LOKALNE	37
ODPADY	39
SPOŁECZEŃSTWO	40
WOLONTARIAT 2018	40
ETYKA	42
ETYCZNA POLITYKA GRUPY SCHIEVER	42
KODEKS ETYKI GRUPY SCHIEVER W POLSCE	42
INICJATYWY I ZRZESZENIA GRUPY SCHIEVER	43
KARTA RÓŻNORODNOŚCI	44

RAPORT DOBRYCH PRAKTYK 2018 GRUPA SCHIEVER W POLSCE

Raport dobrych praktyk z zakresu społecznej odpowiedzialności i zrównoważonego rozwoju GRUPY SCHIEVER W POLSCE za rok 2018 powstał w oparciu o zaktualizowane wytyczne, normy ISO26000, a prezentowane praktyki przyczyniają się do realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju (SDG – Sustainable Development Goals).

Raport ten nie został poddany weryfikacji zewnętrznej, natomiast w jego tworzeniu udział wzięli członkowie zarządu, zaangażowani również w inicjatywy CSR na poziomie Grupy.

CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU



REALIZACJA CELÓW ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU (SDG)

- **Cel 1:** Wyeliminować ubóstwo we wszystkich jego formach na całym świecie.
- **Cel 2:** Wyeliminować głód, zapewnić bezpieczeństwo żywnościowe i lepsze odżywianie, promować zrównoważone rolnictwo.
- **Cel 3:** Zapewnić wszystkim w każdym wieku zdrowe życie oraz promować dobrostan
- **Cel 4:** Zapewnić inkluzywną i jakościowo dobrą edukację oraz promować uczenie się przez całe życie.
- **Cel 5:** Osiągnąć równość płci i wzmocnić pozycję kobiet i dziewcząt.
- **Cel 6:** Zapewnić dostępność wody dla wszystkich ludzi oraz zrównoważone zarządzanie wodą i infrastrukturą sanitarną.
- **Cel 7:** Zapewnić wszystkim dostęp do stabilnej, zrównoważonej i nowoczesnej energii po przystępnej cenie.
- **Cel 8:** Promować trwały, inkluzywny i zrównoważony wzrost gospodarczy, pełne i produktywne zatrudnienie oraz godną pracę dla wszystkich ludzi.
- **Cel 9:** Budować odporną infrastrukturę , promować inkluzywną i zrównoważoną industrializację oraz wspierać innowacyjność.
- **Cel 10:** Zmniejszyć nierówności w obrębie państwa i między państwami.
- **Cel 11:** Uczynić miasta i ludzkie osiedla były inkluzywnymi, bezpiecznymi, odpornymi i zrównoważonymi miejscami.
- **Cel 12:** Zapewnić zrównoważoną konsumpcję i zrównoważone wzorce produkcyjne.
- **Cel 13:** Podjąć pilne działania zwalczające zmiany klimatyczne i ich skutki.
- **Cel 14:** Chronić morza i oceany oraz wykorzystywać ich zasoby w zrównoważonych sposób.
- **Cel 15:** Chronić, przywrócić i promować zrównoważone wykorzystywania ekosystemów lądowych, zarządzać lasami w sposób zrównoważony, zwalczać pustynnienie, zatrzymać i odwrócić proces degradacji gleby, powstrzymać straty w bioróżnorodności.
- **Cel 16:** Promować pokojowe i inkluzywne społeczeństwa, sprzyjające zrównoważonemu rozwojowi; zapewnić wszystkim ludziom dostęp do wymiaru sprawiedliwości. Tworzyć efektywne, obywatelskie i inkluzywne instytucje na wszystkich szczeblach.
- **Cel 17:** Wzmocnić sposoby implementacji Celów i odnowić światowe partnerstwo na rzecz zrównoważonego rozwoju.

Grupa Schiever w Polsce aktywnie przyczynia się do realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju zdefiniowanych w Agendzie ONZ w 2015 roku. Również naszą ambicją jest zrównoważone zarządzanie i zachowanie równowagi w obszarze ekonomicznym, społecznym i środowiskowym. Wiemy, że realizacja Agendy Zrównoważonego Rozwoju ONZ „Przekształcamy nasz świat: Agenda na rzecz zrównoważonego rozwoju 2030” możliwa jest wyłącznie dzięki wspólnie podejmowanym działaniom, dlatego aktywnie angażujemy się w liczne inicjatywy będące odpowiedzią na najbliższe naszemu otoczeniu problemy społeczne i środowiskowe. Tym samym Grupa Schiever w Polsce wspiera realizację Globalnych Celów Zrównoważonego Rozwoju powiązanych ściśle z naszym sektorem działalności i odpowiadających realnie na oczekiwania naszych głównych interesariuszy.

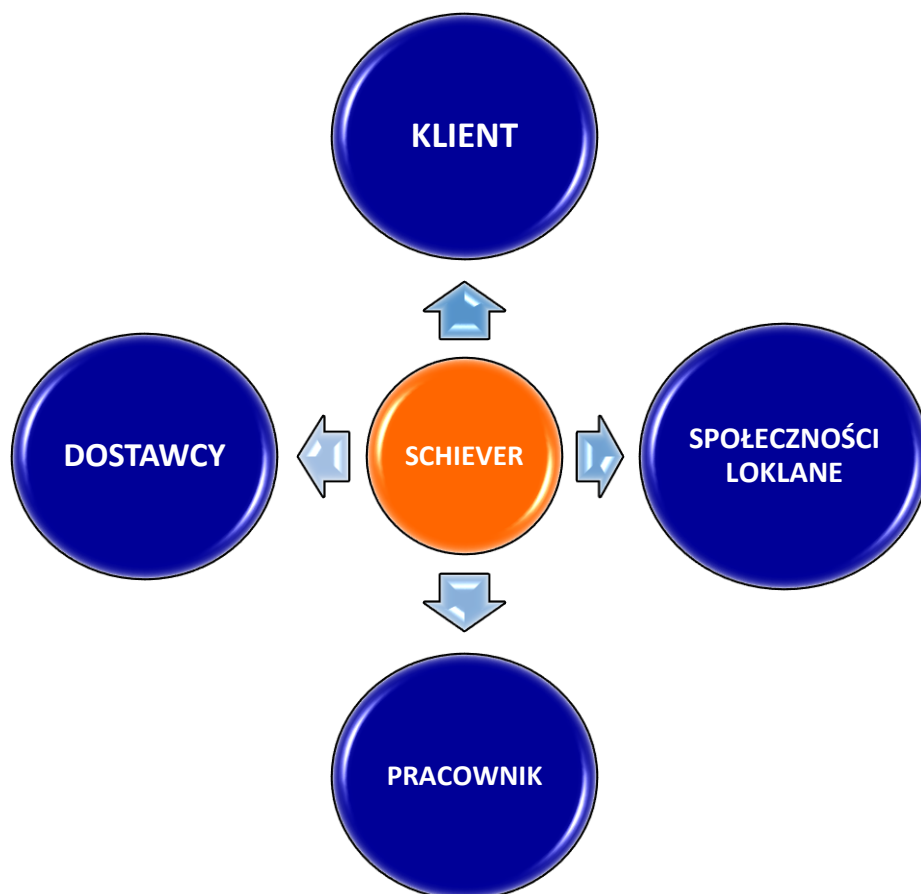
POLITYKA CSR - KODEKS DOBRYCH PRAKTYK

Strategia CSR Grupy Schiever w Polsce ma za zadanie wspierać i kształtować właściwą kulturę organizacyjną przedsiębiorstwa, zwłaszcza kulturę pracy oraz regulować relacje wewnątrz firmy, a także pomiędzy firmą i jej interesariuszami w zgodzie z naszymi wartościami: **Szacunek, Energia i Niezależność.**

INTERESARIUSZE

Główni interesariusze naszej firmy:

- ✓ klient
- ✓ pracownik
- ✓ dostawcy
- ✓ społeczności lokalne



NASZ DIALOG Z INTERESARIUSZAMI

Istotnym elementem naszej strategii odpowiedzialnego zarządzania jest dialog z interesariuszami. Dlatego też, na przestrzeni lat stworzyliśmy i udostępniliśmy naszym interesariuszom liczne kanały komunikacyjne dostosowane do ich potrzeb i oczekiwań.

Dialog z kluczowymi interesariuszami to dla nas źródło cennych informacji, wskazówek i inspiracji, dzięki którym, możemy działać lepiej.

PRZYKŁAD KOMUNIKACJI: Schiever – KLIENT

Imię*

Nazwisko*

Adres e-mail*

Powód dla którego się kontaktujesz

Treść wiadomości*

Szukasz pracy?

Schiever Polska zatrudnia blisko 450 osób pracujących w trzech lokalizacjach. Źródłem naszego sukcesu jest nauka. Każdego dnia doskonalimy się w dziedzinie dystrybucji i w zarządzaniu...

DOŁĄCZ DO NAS!

Schiever Polska Sp. z o.o.
ul. Grunwaldzka 64
60-311 Poznań
tel. 61 661 81 70
fax. 61 628 22 31

PRZYKŁAD KOMUNIKACJI: bi1 – KLIENT

Newsletter

Twój adres e-mail

Twój numer telefonu

Wybierz sklep w Twojej okolicy

Informujemy, że wyrażając niniejszą zgodę masz prawo w dowolnym momencie wycofać zgodę, kienąco informację o jej wycofaniu na adres e-mail: schiever@schiever.com.pl. Wycofanie zgody nie wpływa na zgodność z prawem przetwarzania, którego dokonano na podstawie zgody przed jej wycofaniem.

- Wyrażam zgodę na przetwarzanie moich danych osobowych, wskazanych w formularzu powyżej, przez Relia Investments Sp. z o.o. z siedzibą w: ul. Grunwaldzka 64, 60-311 Poznań w celach marketingowych.
- Wyrażam zgodę na wykonywanie marketingu bezpośredniego przez Relia Investments sp. z o.o. z siedzibą w: ul. Grunwaldzka 64, 60-311 Poznań zgodnie z art. 172 ustawy Prawo telekomunikacyjne oraz na otrzymywanie informacji handlowych od Relia Investments spółki z o.o., zgodnie z art. 10 ust.2 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną.

Informacja o Administratorze i przetwarzaniu danych.

ZAPISZ SIĘ

PRZYKŁAD KOMUNIKACJI: AUCHAN – KLIENT

Auchan
Słowo Klienta
Twoja opinia się liczy!

Napisz do nas !

Prześlij wiadomość pocztą tradycyjną:
Włóż swoją opinię do załączonej koperty i wyślij

lub

Pocztą elektroniczną:
slowoklienta@schiever.com.pl
wskazując swoje dane i sklep, którego wiadomość dotyczy (jak poniżej)

Twoje dane:
Jeśli posiadasz kartę Auchan wpisz 13 cyfrowy numer kodu kreskowego

Sklep: _____

Nazwisko: _____ Imię: _____

Adres: _____

Kod: _____ Miasto: _____

Tel.: _____ E-mail: _____



Klient

fanpage bi1 - Facebook <https://www.facebook.com/Sklepy.w.Polsce>

- instagram https://www.instagram.com/bi1_hipermarket/
- Linkedin
- strona internetowa (schiever.com.pl ; bi1.pl)
- słowo Klienta
- POK (Punkt obsługi klienta w sklepach)
- gazetki reklamowe, materiały promocyjne
- newsletter, sms



Pracownik

- spotkania roczne: ocena kompetencji pracowników, bilans + określenie ścieżki rozwoju, szkolenia
- spotkania kwartalne z pracownikami: "spotkania przy kawie"
- projekt wolontariat: DobroCzynni
- gazetka firmowa bi1 , gazeta Schiever&Ja
- Ambasador Produktu
- dedykowany adres: stopmobbingowi@schiever.com.pl
- socialmedia: Facebook, Instagram, LinkedIn
- media wewnętrzne (TV, plakaty, mailing)
- targi pracy



Dostawca / Kontrahent

- spotkania branżowe
- kontakt bezpośredni, spotkania
- członkostwo w organizacjach branżowych (POHiD, CCIFP), uczestnictwo w grupach roboczych



Społeczność Lokalna

- fanpage bi1 - Facebook, Instagram
- strona internetowa (schiever.com.pl ; bi1.pl)
- akcje prospołeczne
- gazetki drukowane bi1
- targi pracy

NASZE GŁÓWNE OSIE DZIAŁANIA – FILARY SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI SCHIEVER

Grupa Schiever w Polsce realizuje strategię zrównoważonego rozwoju poprzez odpowiednie działania w zdefiniowanych kluczowych obszarach, powiązanych z głównymi interesariuszami, którymi są dla nas:

- ✓ odpowiedzialna konsumpcja i łańcuch dostaw (klient, dostawcy)
- ✓ pracownik,
- ✓ środowisko,
- ✓ społeczności lokalne,
- ✓ ład korporacyjny / etyka.

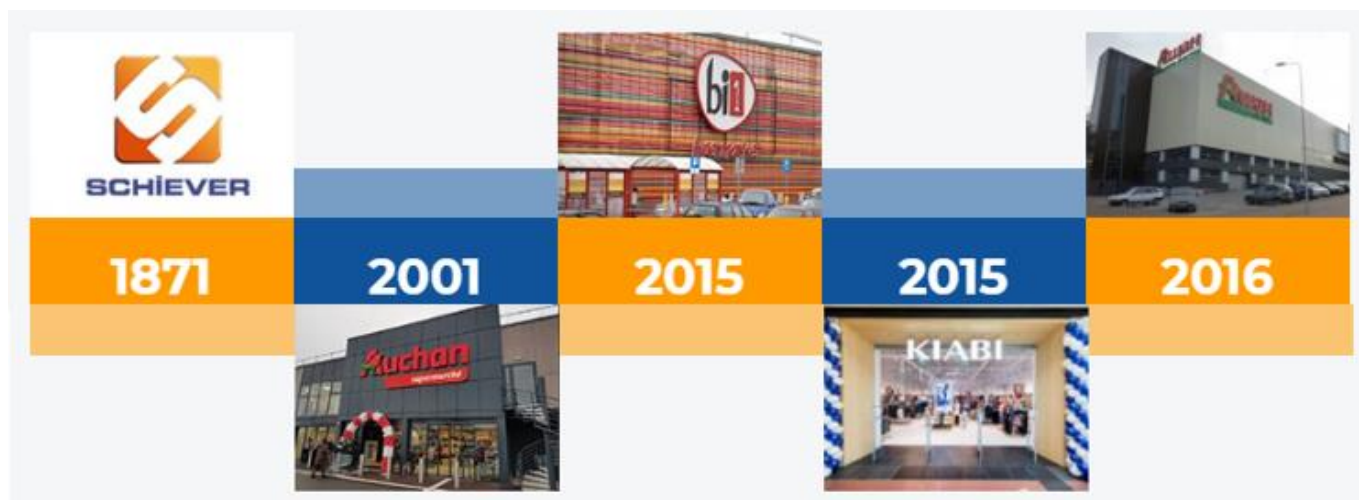
Realizacja strategii CSR Grupy Schiever w Polsce jest naszym wkładem w osiągnięcie Celów Globalnych ONZ (SDG). Naszą Strategię i Cele łączy wspólna ambicja, czyli odpowiedzialne osiągnięcie korzyści biznesowych z uwzględnieniem rozwoju społecznego i troska o środowisko naturalne.

MISJA GRUPY SCHIEVER :



Działamy wspólnie na rzecz
odpowiedzialnego handlu
dostępnego dla wszystkich

POZNAJ GRUPĘ SCHIEVER



HISTORIA GRUPY SCHIEVER

1871 – założenie firmy zajmującej się handlem winami oraz napojami alkoholowymi we Francji

2001 – otwarcie pierwszego hipermarketu Auchan w Polsce przez Schiever Polska

2015 – otwarcie 7 hipermarketów bi1 w Polsce

2015 – otwarcie pierwszego salonu odzieżowego KIABI w Polsce

2016 – otwarcie hipermarketu Auchan w Tadżykistanie

RAPORT DOBRYCH PRAKTYK 2018
GRUPA SCHIEVER W POLSCE

GRUPA SCHIEVER OBECNIE

LAT ROZWOJU
146

3 KRAJE:
FRANCJA
POLSKA
TADŻYKISTAN

7000 
PRACOWNIKÓW

10 MAREK

160 
SKLEPÓW

MARKI CAŁEJ GRUPY SCHIEVER TO:

HIPERMARKETY
 
hipermarket

TEKSTYLIA
KIABI
la mode à petits prix

SUPERMARKETY
  

SKLEPY DETALICZNE


SKLEPY BUDOWLANO-DEKORACYJNE
  

RESTAURACJE


12
SKLEPÓW W POLSCE

7
HIPERMARKETÓW BI1

2
HIPERMARKETY AUCHAN



3
SKLEPY KIABI

WARTOŚCI GRUPY SCHIEVER



SZACUNEK

Poszanowanie zasad i szacunek dla innych

Szacunek to nasza fundamentalna wartość, mocno zakorzeniona w kulturze całej naszej firmy, opartej od samego początku na normach etycznych. Jesteśmy otwarci i gotowi do wysłuchania innych. Dotrzymujemy zobowiązań wobec wszystkich współpracowników, partnerów biznesowych oraz naszych klientów. Szanujemy produkty, obowiązujące zasady i wzajemną pracę.

ENERGIA

Zaangażowanie i zawodowa motywacja

Energia to niezbędna wartość dla sprawnego działania i rozwoju firmy. To nasze zaangażowanie, aktywne działanie i praca zespołowa ale również dążenie do stałego rozwoju, wprowadzania innowacyjnych rozwiązań oraz odpowiadania na potrzeby klientów i budowania z nimi trwałych relacji każdego dnia. Ta sama energia, pozwala nam codziennie udoskonalać naszą pracę i budować przyszłość naszego przedsiębiorstwa.



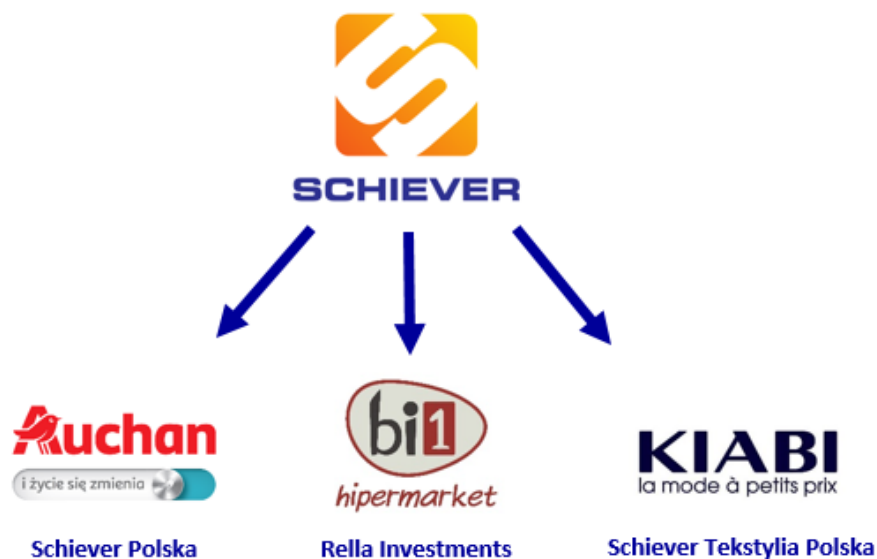
NIEZALEŻNOŚĆ

Samodzielność i podejmowanie inicjatyw

Dla naszej firmy, która w 100% jest firmą rodzinną, niezależność to jedna z podstawowych wartości. Bycie niezależnym oznacza dla nas możliwość podejmowanie inicjatyw i gotowość do długoterminowego rozwoju poprzez zdobywanie i szkolenie dodatkowych umiejętności i kompetencji.

To również odpowiedzialność, którą dzielimy się każdego dnia i z której jesteśmy dumni.

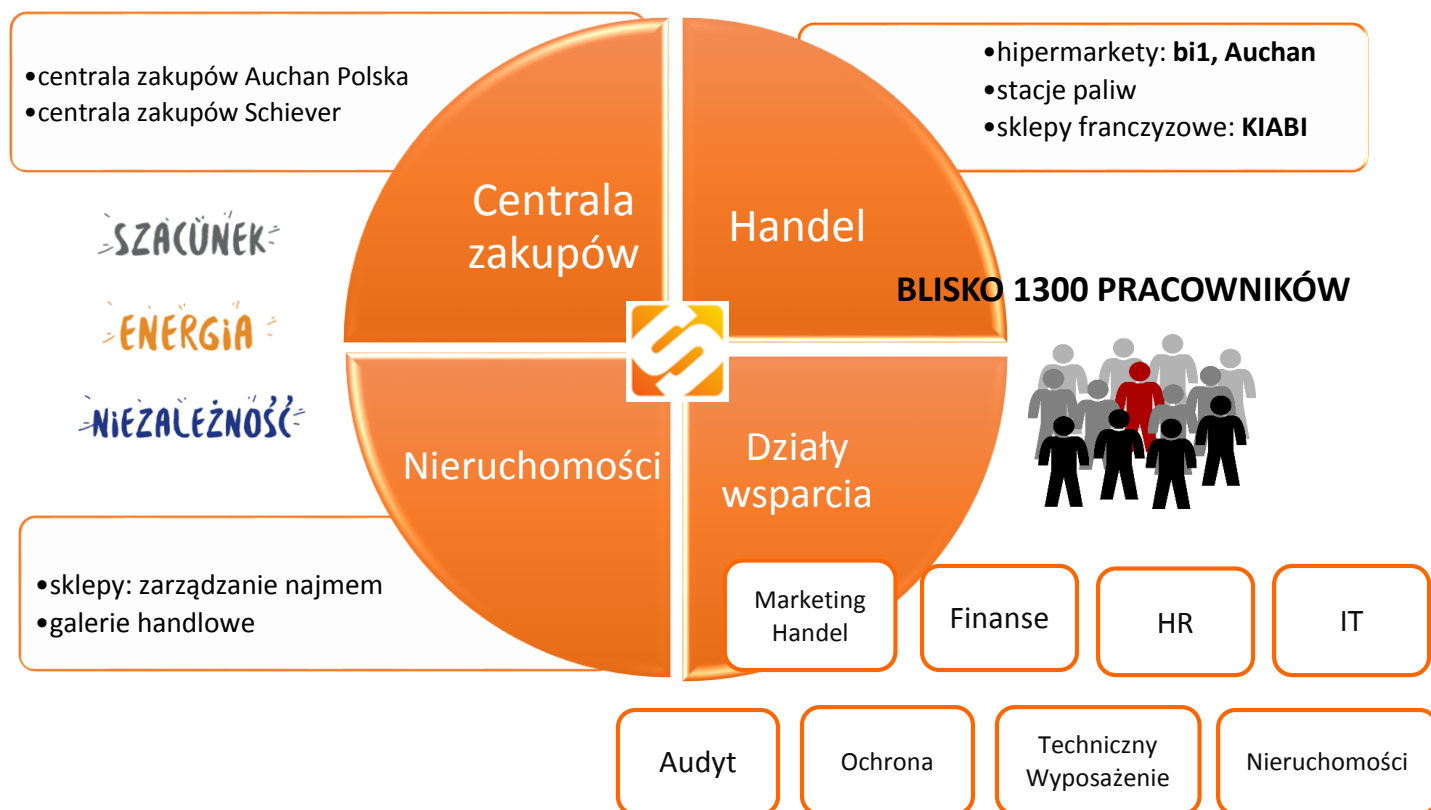
SKŁAD GRUPY SCHIEVER W POLSCE



RELACJE POMIĘDZY POSZCZEGÓLNYMI UCZESTNIKAMI RYNKU



Tworzenie wartości w czasie



RAPORT DOBRYCH PRAKTYK 2018
GRUPA SCHIEVER W POLSCE

NASZE SKLEPY

bi1 *by zdrowo żyć*

bi1 to marka własna Grupy Schiever. We Francji istnieje ponad 20 sklepów bi1, w Polsce od 2015 roku mamy już 7 hipermarketów bi1. Marka stawia na kompleksowość zakupów oraz dobrą jakość produktów w relatywnie niskich cenach. bi1 wyróżnia szeroki wybór świeżych owoców i warzyw, a na dziale tradycja smaczne wyroby własnej produkcji oraz oferta z własnych wędzarników. www.bi1.pl



Auchan

i życie się zmienia

Grupa Schiever współpracuje z Auchan Polska. Pierwszy nasz sklep otworzyliśmy w Polsce w 2001 roku w Zielonej Górze. W maju 2007 powstał nasz sklep Auchan w Raciborzu. W 2016 roku otworzyliśmy swój pierwszy hipermarket Auchan w Tadżykistanie.

www.schiever.com.pl/SKLEPY



KIABI
la mode à petits prix



Kiabi to marka odzieżowa numer 1 we Francji, pod względem wartości i ilości sprzedanych produktów. Posiada ponad 500 punktów sprzedaży w 17 krajach. W Polsce mamy 3 salony: w Warszawie, Gdańsku oraz Wrocławiu. Kiabi jest marką oferującą modę w niskich cenach dla całej rodziny. Poza aktualnymi kolekcjami odzieży dla kobiet i mężczyzn, Kiabi wyróżnia się szerokim wyborem produktów dla dzieci w każdym wieku oraz ofertą dla kobiet w ciąży, czy ofertą ubrań w rozmiarach powyżej XXL. www.kiabi.pl

ODPOWIEDZIALNY HANDEL

EKOLOGICZNE TORBY

W trosce o środowisko naturalne, w 2018 roku we wszystkich naszych hipermarketach wprowadziliśmy przy kasach torby papierowe. Dodatkowo, jako alternatywę, proponujemy Klientom hipermarketów bi1 TORBY wielokrotnego użycia „na zawsze”

W przypadku zniszczenia torby Klient może zawsze wymienić ją na nową w Punkcie Obsługi Klienta.



Liczba toreb „na zawsze bi1” wprowadzonych
do obrotu w 2018 roku



143 444 szt.

DOBROSTAN ZWIERZĄT

Dobrostan zwierząt (animal welfare, well-being) bezpośrednio lub pośrednio warunkuje zdrowotność i produktywność zwierząt, a przez to wpływa na jakość produktów pochodzenia zwierzęcego.



AKCJA KARP - odejście od sprzedaży karpia żywego w okresie świątecznym

Decyzja ta podyktowana jest potrzebą zwrócenia uwagi na kwestię humanitarnego traktowania zwierząt, w tym ryb. Uważamy, że każde zwierzę zasługuje na właściwe traktowanie, a karpie można sprzedawać eliminując ich cierpienie oraz stres podczas transportu i sprzedaży.



WYCOFANIE ZE SPRZEDAŻY JAJ OD KUR Z CHOWU KLATKOWEGO

Planujemy całkowite wycofanie JAJ OD KUR Z CHOWU KLATKOWEGO do roku 2025.

Tempo zmian jakie wprowadzimy w tym zakresie jest związane ze zmianami jakie w ofercie jaj będą wprowadzane u naszego partnera handlowego i głównego dostawcy. Staramy się zapewnić optymalny wybór produktów wszystkim naszym klientom, jednocześnie wypełniając zobowiązania naszej Grupy dotyczące polityki zrównoważonego rozwoju.



SPRAWDZONA JAKOŚĆ – REGULARNIE PRZEPROWADZANE BADANIA



BADANIA ŻYWNOSCI

W trosce o jakość i bezpieczeństwo oferowanych produktów co miesiąc w każdym z naszych hipermarketów zlecamy badania mikrobiologiczne dla 9 rodzajów produktów pochodzących z produkcji własnej jak i artykułów z oferty naszych dostawców. Dodatkowo zlecamy badania surowych wyrobów mięsnych w ilości 12 sztuk badanego asortymentu w okresie miesięcznym i raz na kwartał 2 rodzaje żywności produkcji oferowanej do sprzedaży jako produkt gotowy. W celu zapewnienia prawidłowej higieny prowadzimy również systematyczny monitoring polegający na pobraniu wymazów czystościowych z obszarów produkcyjnych co jest potwierdzane wynikami mikrobiologicznymi. Zlecane przez nas badania realizowane są przez 2 niezależne akredytowane laboratoria.

IDENTYFIKOWALNOŚĆ

Wiemy, jak ważną kwestią w polityce bezpieczeństwa żywności jest śledzenie procesu produkcji na każdym etapie powstawania produktu, dlatego też nasze mięso spełnia wszystkie wymogi identyfikowalności będącej gwarantem jego jakości.

Jesteśmy w stanie zidentyfikować dany wyrób mięsny na każdym z etapów przetwarzania od momentu dostawy do momentu wystawienia na ladę.

Identyfikowalność pozwala nam na dotarcie do danych dostawcy i zidentyfikowanie surowca na poziomie numeru partii surowca. Numer partii surowca drukowany jest na etykiecie opakowanego produktu końcowego.

BADANIA STACJA PALIW

W celu monitorowania jakości dostarczanego paliwa wykonujemy serię 20 badań w ciągu roku, w tym dwa badania rozszerzone.

Badania paliw są realizowane przez akredytowane laboratorium. Natomiast Wyniki badań są regularnie wywieszane do wiadomości naszych klientów na naszych stacjach paliw.



ODPOWIEDZIALNA OFERTA

Po to, by sprostać oczekiwaniom naszych klientów, coraz bardziej świadomych oraz poszukujących artykułów dopasowanych do konkretnych potrzeb żywieniowych, regularnie pracujemy nad poszerzaniem naszej oferty tak, by dostosować ją do różnorodnych oczekiwań.

W odpowiedzi na potrzeby żywieniowe naszych klientów każdego dnia proponujemy bogatą ofertę zdrowej żywności :

PRODUKTY DLA ZDROWIA: BIO, BEZ LAKTOZY, BEZ GLUTENU

✓ **3000** produktów **Zdrowej Żywności** w tym:

- ✓ 2 000 artykułów BIO,
- ✓ 350 artykuły bez glutenu,
- ✓ 100 artykułów bez laktozy,
- ✓ 70 artykułów sojowych, 300 artykułów dietetycznych.



PRODUKTY WEGAŃSKIE

✓ **100** artykułów wegańskich.

Powiększając naszą ofertę zarówno pod kątem ilościowym i jakościowym, dążymy do tego, by była ona nie tylko jak najbardziej różnorodna dla diabetyków, wegetarian i wegan, ale również dostępna cenowo. Między innymi z tego powodu w naszych sklepach wprowadzane są cotygodniowe promocje i rabaty sięgające nawet 20% na wybrane kategorie BIO.



Dodatkowo studenci, którzy biorą udział w naszym programie lojalnościowym, posiadający Kartę Jedyna podwajają ilość punktów, przy zakupie artykułów z oferty BIO.

FILIA JAKOŚCI – WĘDZONKI, KIEŁBASY, PIECZENIE

Filia jakości – co dla nas oznacza w praktyce:

- ✓ określona specyfikacja surowcowa i receptura,
- ✓ surowiec od certyfikowanych dostawców,
- ✓ ściśle określona specyfikacja gotowego produktu,
- ✓ stałe, odpowiednio dobrane parametry procesu technologicznego,
- ✓ regularne kontrole – badania laboratoryjne na zgodność ze specyfikacją,
- ✓ pełna identyfikowalność procesu i identyfikacja produktu – zapisy HACCP.

Nasi dostawcy posiadają stosowne certyfikaty gwarantowanej jakości żywności.

PRODUKCJA WŁASNA – PRODUKCJA NA MIEJSCU



Wieloletnie doświadczenie, a także znajomość preferencji naszych klientów pozwalają nam twierdzić, że wiemy co dobre i smaczne. Dlatego, w naszych sklepach oprócz produktów od sprawdzonych dostawców: zakładów przetwórstwa mięsnego, rybnego, a także piekarni i cukierni, oferujemy wyroby własnej produkcji takie jak np. wędliny, kiełbasy i ryby z własnej wędzarni, pieczywo wypiekane na miejscu, a także pączki, ciasta i torty przygotowane na specjalne zamówienie klienta. Produkcja własna, to produkty przygotowywane na miejscu, bezpośrednio w danym sklepie.

WĘDLINY WŁASNEJ PRODUKCJI

Poprzez dokładną selekcję świeżych surowców pochodzących od sprawdzonych dostawców, a także stosowaniu sprawdzonych receptur, naturalnych ziół i przypraw, udaje nam się wydobyć z naszych wędlin prawdziwy, polski smak i aromat. To sprawia, że produkty naszej produkcji mają niepowtarzalny smak.



RYBY Z WŁASNEJ WĘDZARNI

Do wędzenia naszych ryb używamy zrębków wędzarniczych z drzew liściastych, nie stosujemy preparatów dymu wędzarniczego. Każdego dnia klient może zakupić świeżo uwędzoną rybę. Surowce do wędzenia pochodzą wyłącznie od naszych certyfikowanych dostawców.

PIECZYWO Z WŁASNEJ PIEKARNI

W części naszych sklepów klienci mogą zakupić pieczywo z naszej piekarni. Wyroby piekarnicze powstają na bazie własnych oryginalnych receptur. Naszym klientom proponujemy codziennie szeroką gamę pieczywa bez konserwantów: ciepłe, kruche kajzerki, bagietki, czy też chleb, wszystko to prosto z naszego pieca.



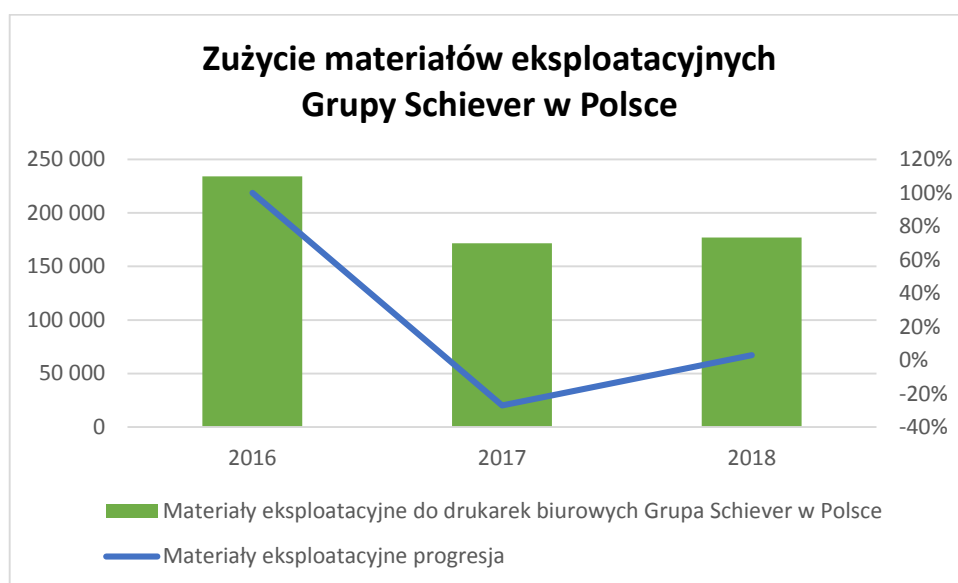
„EKOLOGICZNA ADMINISTRACJA” ORAZ EDUKACJA EKOLOGICZNA PRACOWNIKÓW

Przywiązujemy ogromną wagę do ochrony środowiska naturalnego oraz odnawialności zasobów, dlatego chcemy pracować odpowiedzialniej, mając przy tym na uwadze wyniki finansowe, jak i minimalizowanie naszego wpływu na środowisko.

Każdego dnia staramy się uwrażliwić naszych współpracowników na aspekt środowiskowy i chcemy, by dbałość o zasoby naturalne stała się integralną częścią kultury naszej Grupy w Polsce.

W tym celu prowadzimy akcje informacyjne (TV Schiever), które mają za zadanie zachęcać pracowników poprzez codzienne drobne gesty do minimalizowania wpływu na otaczające środowisko :

- ✓ druk dwustronny lub 2 strony na 1 arkuszu,
- ✓ drukowanie wyłącznie niezbędnych dokumentów,
- ✓ e-faktury,
- ✓ koperty wielokrotnego użytku do korespondencji wewnętrznej,
- ✓ komunikacja wewnętrzna drogą elektroniczną,
- ✓ papier jednostronnie zadrukowany - wykorzystywany do robienia notatek,
- ✓ zminimalizowanie zużycia materiałów eksploatacyjnych oraz papieru.



KLIENT

NASZ CEL: ZWIĘKSZENIE LOJALNOŚCI KLIENTÓW, WPŁYWANIE NA WZROST ŚWIADOMOŚCI KLIENTÓW

W jaki sposób budujemy trwałe relacje z Klientem:

- ✓ wpływamy na wzrost świadomości naszych Klientów (strona www.bi1.pl, fanpage Facebook): przepisy i porady kulinarne Ambasadorów Produktu,
- ✓ promujemy zdrowy styl życia m.in. poprzez cotygodniową szeroką ofertę artykułów z segmentu BIO / Zdrowa żywność,
- ✓ wędzimy metodą tradycyjną,
- ✓ oferujemy program lojalnościowy, w ramach którego nagradzamy klientów za zakupy w bi1, wspieramy w zdobywaniu punktów określone grupy społeczne (młode mamy, studentów, seniorów) przydzielając im dodatkowe punkty za zakupy określonych grup produktów lub w określonym czasie.



SKŁADNIKI

- 6 średnich ziemniaków
- 1 średnia marchew
- ½ cukinii
- 1 większa cebula
- 2 cm świeżego imbiru
- 3 łyżki mąki pszennej
- 2 jajka
- Jogurt naturalny
- Sól, pieprz/pieprz cayenne
- Olej do smażenia
- Natka pietruszki do posypania

Przygotowanie

1. Ziemniaki, cukinię i cebulę obrać i umyć, pokroić w kawałki i wrzucić do malaksiera.
2. Marchewkę i imbir obrać, umyć i zetrzeć na tarce o małych oczkach, po czym wrzucić do malaksiera.
3. Do malaksiera dodać również mąkę, jajka, sól oraz pieprz. Teraz można zmiksować ok. 20-30 sekund na średnich obrotach, tak aby zostały niewielkie kawałeczki ziemniaków, cebuli i cukinii, a nie jednolita masa – to ważne!
4. Masa powinna przypominać gęste ciasto, jeżeli poszczególne składniki nie będą się ze sobą 'kleiły' dodaj jeszcze trochę mąki.
5. Rozgrzej olej na patelni i smaż placuszki na złoty kolor, ok. 3 min z każdej strony. Olej powinien być mocno rozgrzany, wówczas placuszki nie będą go 'piły'.
6. Placuszki polej jogurtem i posyp posiekaną natką pietruszki.

To idealny pomysł na szybki i lekki obiad!

Ela
Ambasador
Zdrowej
Żywności

Organizujemy szereg akcji promocyjnych, których celem jest m.in. oferowanie klientom atrakcyjnych produktów w atrakcyjnych cenach. Nasza szeroka i dobrej jakości oferta jest dostępna dla wszystkich niezależnie od zasobności portfela. Klienci w naszych sklepach zawsze znajdą szeroki wybór artykułów poszukiwanych i istotnych dla nich w danym sezonie. Słuchamy naszych klientów, by jak najlepiej odpowiadać na ich potrzeby w zakresie oferty, jakości usług i dodatkowych udogodnień w naszych sklepach:

- co najmniej raz w roku badamy satysfakcję naszych klientów w ramach bezpośrednich wywiadów przeprowadzanych przez profesjonalną agencję, by poznać ich opinie o naszych sklepach,
- regularnie sprawdzamy ocenę poziomu naszych usług poprzez dodatkowe analizy pokazujące naszą pozycję rynkową.

KLIENT W CENTRUM UWAGI

Założenia projektu

Nasz Cel:

Zwiększenie świadomości proklienckiej wśród menedżerów i pracowników Grupy Schiever w Polsce.

Chcemy, by nasi klienci poczuli, iż ich potrzeby stawiane są przez nasze ekipy na pierwszym miejscu.

Zależy nam, aby po projekcie Klient w naszych sklepach:

- ✓ Czuł się najważniejszy.
- ✓ Dostrzegł, że zmieniamy się dla niego, zgodnie z jego oczekiwaniami.
- ✓ Witął go uśmiechnięty, życzliwy pracownik.
- ✓ Dostawał pomoc w każdej trudnej dla siebie sytuacji.
- ✓ Uzyskiwał wszelkie potrzebne informacje.
- ✓ Czuł się bezpiecznie.



KONCEPCJA PROJEKTU

Koncepcja



Rozpoczęcie projektu – kwiecień 2018

Czas trwania projektu – do końca czerwca 2019 roku

RAPORT DOBRYCH PRAKTYK 2018 GRUPA SCHIEVER W POLSCE

REALIZACJA CELÓW PROJEKTU W SZCZEGÓŁACH

- ✓ Szkolenia z obsługi klienta.
- ✓ Szkolenia produktowe.
- ✓ Realizacja inicjatyw na sklepach.
- ✓ Warsztat dla managerów centrali.
- ✓ Matryca odpowiedzialności i wzajemnych oczekiwań na linii sklepy – centrala i centrala – centrala.
- ✓ Wdrażanie dobrych praktyk.
- ✓ Gra on-line.



SZKOLENIA KLIENT W CENTRUM UWAGI W LICZBACH

SZKOLENIA Z OBSŁUGI KLIENTA

Market	Ilość szkoleń	Ilość pracowników
Białystok	19	85
Czeladź	17	56
Legnica	15	40
Racibórz	10	83
Rzeszów	4	69
Szczecin	5	21
Wałbrzych	12	61
Zielona Góra	12	65
RAZEM	94	480

SZKOLENIA PRODUKTOWE

Market	Ilość szkoleń	Ilość pracowników
Białystok	31	185
Czeladź	19	85
Legnica	10	102
Racibórz	10	47
Rzeszów	9	61
Szczecin	6	53
Wałbrzych	7	55
Zielona Góra	2	5
RAZEM	94	538

RAPORT DOBRYCH PRAKTYK 2018
GRUPA SCHIEVER W POLSCE

TOP 10 dobrych praktyk – jak działamy

Wdrożenie TOP 10 dobrych praktyk:

- ✓ 1 dobra praktyka = 1 tydzień,
- ✓ spotkanie managera z pracownikami i zapoznanie z kolejną dobrą praktyką,
- ✓ animacja poglądowa w TV Schiever prezentowana przez 1 tydzień,
- ✓ plakaty prezentujące TOP 10,
- ✓ stosowanie dobrych praktyk w codziennej pracy,
- ✓ wprowadzenie TOP 10 dobrych praktyk do szkolenia adaptacyjnego.

Już na etapie wdrażanie projektu można było zauważyć spadek odnotowanych skarg klientów Grupy Schiever w Polsce na przestrzeni 2 ostatnich lat.

Skargi klientów na poziomie Grupy w Polsce w ostatnich 2 latach:



PRACOWNIK

NASZ CEL: WZMOCNIENIE WIZERUNKU ODPOWIEDZIALNEGO PRACODAWCY

W jaki sposób realizujemy koncepcję odpowiedzialnego pracodawcy?

Budujemy relacje oparte na naszych 3 wartościach: **Szacunek, Energia i Niezależność** oferując naszym współpracownikom:

- ✓ prywatną opiekę medyczną, grupowe ubezpieczenie na życie jak też dofinansowanie karnetów sportowych,
- ✓ budowanie kariery w SCHIEVER, rekrutację wewnątrz grupy oraz możliwość awansu wewnątrz struktury spółki,
- ✓ jasną komunikację wewnętrzną oraz uczciwą politykę wynagradzania, uwzględniającą indywidualny wkład każdego pracownika.



SZKOLENIA I ROZWÓJ

Zdając sobie sprawę, że sukces Grupy Schiever zależy od naszych pracowników wspieramy ich rozwój oferując szkolenia obejmujące:

- ✓ program wdrożenia pracowników na stanowisko pracy obejmujący zarówno wiedzę jak i ćwiczenia praktyczne,
- ✓ programy szkoleniowe dla poszczególnych grup stanowiskowych pogłębiające wiedzę na stanowisku oraz umożliwiające rozwój kompetencji,
- ✓ dajemy możliwość samokształcenia poprzez dostęp do platformy e-learningowej oferującej szkolenia z różnych obszarów,
- ✓ budujemy zespół trenerów wewnętrznych wspierający implementację nowej wiedzy i umiejętności bezpośrednio w miejscu pracy.

ZREALIZOWANE SZKOLENIA NA POZIOMIE GRUPY W 2018 ROKU:



RÓŻNORODNOŚĆ W GRUPIE SCHIEVER W POLSCE

NASZ CEL: STWORZENIE ŚRODOWISKA PRACY, W KTÓRYM KAŻDY WSPÓŁPRACOWNIK CZUJE SIĘ SZANOWANY I DOCENIANY, DZIĘKI CZEMU MOŻE W PEŁNI REALIZOWAĆ SWÓJ POTENCJAŁ, PRZYCZYNIAJĄC SIĘ DO SUKCESU NASZEJ GRUPY

- ✓ Budujemy relacje oparte na naszych 3 wartościach: **Szacunek, Energia i Niezależność.**
- ✓ Promujemy różnorodność w miejscu pracy poprzez politykę równych szans oraz przeciwdziałanie dyskryminacji.

RÓŻNORODNOŚĆ I POLITYKA RÓWNYCH SZANS



- ✓ Rekrutacja: wybór pracowników oparty na znormalizowanej i obiektywnej ocenie umiejętności, CV oceniane wyłącznie na podstawie obiektywnych kryteriów, równe szanse, bez dyskryminacji ze względu na płeć, pochodzenie etniczne lub społeczne, wiek lub inne.
- ✓ Równe szanse rozwoju zawodowego: awans wewnątrz struktury spółki bez dyskryminacji ze względu na płeć, pochodzenie etniczne lub społeczne, wiek lub inne.
- ✓ Wspieranie różnorodności kadry managerskiej: kobiety na stanowiskach managerskich stanowią 68% kadry.
- ✓ Zatrudnianie osób z niepełnosprawnościami.
- ✓ Dialog pokoleniowy – zarządzanie zróżnicowaniem pokoleniowym wśród pracowników.

Łączna liczba pracowników Grupy Schiever w Polsce na dzień 31 grudnia 2018 :

1299



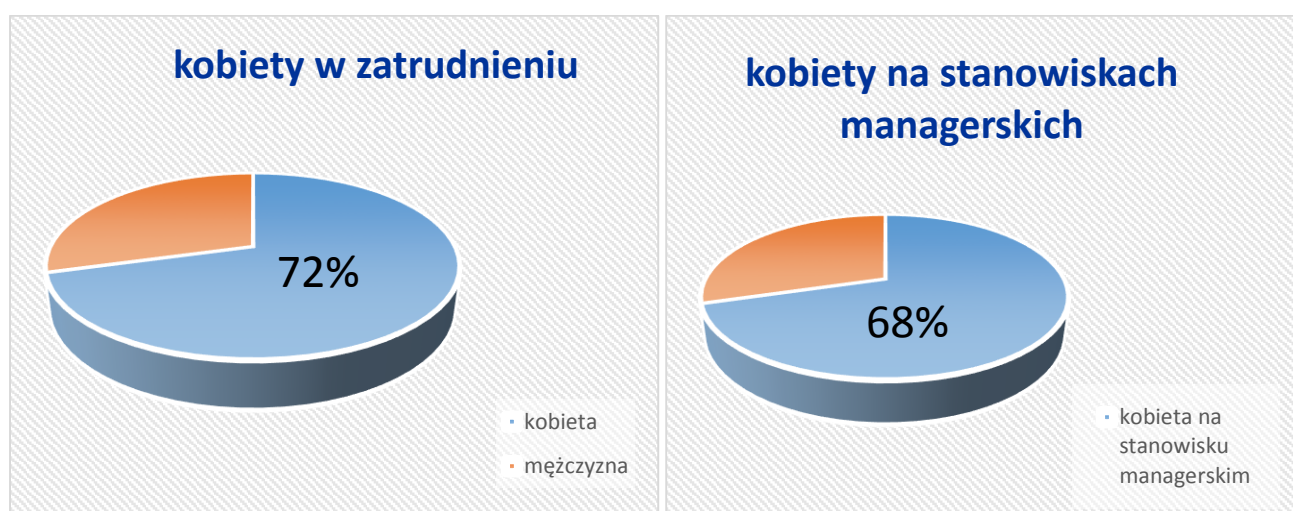
RAPORT DOBRYCH PRAKTYK 2018
GRUPA SCHIEVER W POLSCE



Różnorodność i polityka równych szans – kobiety

W Grupie Schiever w Polsce kobiety stanowią 72% zatrudnionych.

Udział kobiet na stanowiskach managerskich to 68%.



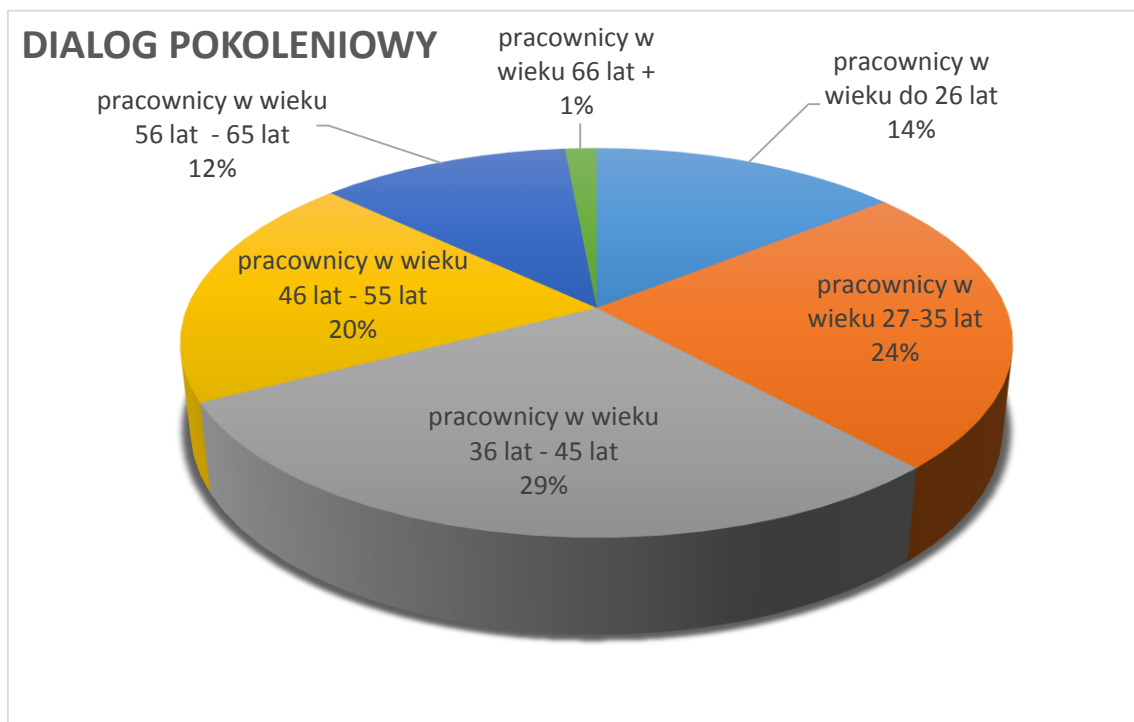
Różnorodność i polityka równych szans – wiek

Istotnym aspektem polityki równych szans jest dla nas również dialog pokoleniowy, dlatego też stawiamy na różnorodność naszych ekip pod względem wieku.

Zatrudnienie na dzień 31 grudnia 2018 roku według wieku na poziomie Grupy w Polsce.

pracownicy w wieku do 26 lat	pracownicy w wieku 27 - 35 lat	pracownicy w wieku 36 - 45 lat	pracownicy w wieku 46 - 55 lat	pracownicy w wieku 56 - 65 lat	pracownicy w wieku 66 lat +
185	311	379	255	150	19

RAPORT DOBRYCH PRAKTYK 2018
GRUPA SCHIEVER W POLSCE



Różnorodność i polityka równych szans – niepełnosprawność

W Grupie Schiever w Polsce w 2018 roku zatrudnienie znalazło 36 osób o różnym stopniu niepełnosprawności.



Podział ze względu na stopień niepełnosprawności pracowników w roku 2018:

znaczny stopień niepełnosprawności	umiarkowany stopień niepełnosprawności	lekki stopień niepełnosprawności
2	27	7

PRZYJAZNE ŚRODOWISKO PRACY

Siłę naszych sklepów stanowią wyjątkowi pracownicy.

To ich profesjonalizm, doświadczenie i zaangażowanie są najważniejszymi wartościami naszej grupy. Dlatego też, każdego dnia, staramy się oferować naszym pracownikom przyjazne środowisko pracy, miłą atmosferę, dodatkowe benefity pozapłacowe i możliwości rozwoju.

Działając zgodnie z naszymi wartościami: **SZACUNEK, ENERGIA, NIEZALEŻNOŚĆ** chcemy, żeby każdy pracownik pracował z pasją i zaangażowaniem kreując, również swoim zachowaniem, klimat sprzyjający dobrym warunkom pracy dla siebie i swoich współpracowników.

Przyjazną atmosferę w środowisku pracy mogą czasem zakłócić działania niepożądane, noszące znamiona mobbingu lub dyskryminacji. Żeby zapobiec takim sytuacjom wprowadziliśmy Procedurę przeciwdziałania mobbingowi i dyskryminacji.

Zgłoszenia dotyczące naruszenia standardów postępowania pracownicy mogą przysyłać za pośrednictwem poczty elektronicznej na adres stopmobbingowi@schiever.com.pl lub listownie do Dyrektora Personalnego na adres siedziby firmy.

W momencie otrzymania zgłoszenia powołana zostaje Komisja antymobbingowa, w skład której wchodzi:

- ✓ przedstawiciel pracodawcy,
- ✓ pracownik ds. bezpieczeństwa i higieny pracy,
- ✓ przedstawiciel załogi.

Po otrzymaniu zgłoszenia Komisja, w ciągu 7 dni od zgłoszenia, rozpoczyna postępowanie wyjaśniające w sprawie, której dotyczy zgłoszenie.

BEZPIECZEŃSTWO W PRACY

Obok przyjaznego środowiska pracy wiemy, jak ważnym elementem jest bezpieczeństwo w miejscu pracy. W celu zminimalizowania liczby wypadków przy pracy, jako odpowiedzialny społecznie pracodawca prowadzimy kompleksową politykę prewencyjną.

We wszystkich naszych lokalizacjach prowadzimy cykliczne szkolenia BHP, szkolenia stanowiskowe ze szczególnym uwzględnieniem specjalistycznych szkoleń z obsługi urządzeń. Prowadzimy również systematyczną weryfikację właściwego sposobu obsługi urządzeń przez dedykowane działy oraz monitorujemy ich stan techniczny.

W obszarze prowadzonej działalności, na koniec roku 2018 odnotowaliśmy łącznie 16 wypadków przy pracy, z czego 15 zakończyło się zwolnieniem lekarskim.

RAPORT DOBRYCH PRAKTYK 2018
GRUPA SCHIEVER W POLSCE

W wyniku odnotowanych wypadków, pracownicy przebywali łącznie 1121 dni na zwolnieniu lekarskim.

Liczba wypadków przy pracy 2018	Łączna liczba dni zwolnienia lekarskiego w następstwie wypadku przy pracy
16	1121

Liczba wypadków przy pracy w roku 2018 w stosunku do lat poprzednich

Liczba wypadków przy pracy 2018	Liczba wypadków przy pracy 2017	Liczba wypadków przy pracy 2016
16	21	20

W rezultacie, dzięki efektywnej polityce prewencyjnej udało nam się obniżyć wskaźnik częstości wypadków z 16,14 w 2017 roku do 12,30 w roku 2018.

Wskaźnik częstości wypadków w 2018 roku w stosunku do roku poprzedniego

Wskaźnik częstości wypadków 2018	Wskaźnik częstości wypadków 2017
12,30	16,14

Wskaźnik częstości wypadków został obliczony według wzoru :

$$\text{W częstości} = \frac{\text{liczba wypadków}}{\text{liczba pracowników}} \times 1000$$

Wskaźnik ciężkości wypadków w 2018 roku wyniósł 39,9% na poziomie całej Grupy Schiever w Polsce.

Wskaźnik ciężkości wypadków 2018
39,90%

Wskaźnik ciężkości wypadków został obliczony według wzoru :

liczba dni nieobecności z powodu wypadku przy pracy przeliczona na dni robocze * 1000 / Liczba przepracowanych godzin.

Projekt X-LAB

W październiku 2018 roku uruchomiliśmy projekt **X LAB – Inkubator Pomysłów**, w ramach którego każdy z pracowników ma możliwość przesłania swojej propozycji nowego rozwiązania lub też pomysłów dotyczących usprawnienia funkcjonowania istniejących działań. Celem projektu jest poprawienie komfortu, jakości, czy też atmosfery pracy w firmie. Może to być „mikroinnovacja” rozwiązanie dające się wdrożyć w niewielkiej skali, w jednym sklepie, czy dziale ale może to być pomysł z potencjałem do wdrożenia na poziomie całej firmy.



X LAB – inkubator pomysłów, narzędzie do projektowania nowych rozwiązań bądź usprawnień w firmie.

- Masz świetny pomysł i energię do działania?
- Zależy Tobie na poprawie jakości i komfortu pracy?
- Chcesz mieć wpływ na jeszcze lepszą atmosferę w pracy?
- Chcesz zaangażować się w rozwój swojego działu czy nawet całej firmy?
- Chcesz z naszym wsparciem zmienić swoje otoczenie w miejscu pracy?

Do dzieła – zgłoś swój innowacyjny pomysł!

- mailowo na adres: xlabschiever.com.pl lub
- Pracownikowi Administracyjnemu w Twoim sklepie lub
- Twojemu bezpośredniemu przełożonemu

UWAGA:

- Twój pomysł może być „mikroinnovacją” – rozwiązaniem dającym się wdrożyć w niewielkiej skali, w jednym sklepie czy dziale ale może być również pomysłem do wdrożenia w całej firmie.
- Najlepszy pomysł zostanie nagrodzony i zaprezentowany w mediach SCHIEVER
- Pomysły można nadsyłać na bieżąco
- Projekty przewidziane do realizacji będą publikowane co 3 miesiące.

Pamiętaj!

Najczęściej dla wielkich wyzwań najskuteczniejsze okazują się drobne i proste rozwiązania



RAPORT DOBRYCH PRAKTYK 2018
GRUPA SCHIEVER W POLSCE

AMBASADOR PRODUKTU

Również z końcem października 2018 rozpoczęliśmy nabór do kolejnej już **III edycji Akcji Ambasador Produktu**. Swoją kandydaturę mógł nadesłać każdy z pracowników grupy Schiever, kto chciałby się podzielić swoją pasją, czy też wiedzą w zakresie danego asortymentu. Osoby, które pragną dołączyć do grona Ambasadorów, chcą aktywnie wspierać komunikację z klientem na sklepie, w prasie i w internecie, mogą przesłać swoje zgłoszenie na adres mailowy: naszesklepy@schiever.com.pl

Ambasador Produktu to:



Tytuł honorowy funkcjonujący od 2017 roku, przyznawany pracownikom wykazującym się szeroką wiedzą w zakresie danej grupy produktów lub też wyróżniającym się szczególnymi umiejętnościami i pasjami.

Ambasador Produktu to reprezentant marek wchodzących w skład grupy Schiever, dbający o dobry wizerunek firmy, najlepszą jakość i szeroki wybór produktów. Aktywnie dzieli się swoją wiedzą, rekomendując i promując dany rodzaj produktów klientom za pomocą różnych środków przekazu.



Osoba wspierająca również inne lokalne inicjatywy sklepu oraz firmy, mająca również możliwość poszerzania swojej wiedzy i rozwijania swoich umiejętności poprzez udział w dodatkowych szkoleniach i wydarzeniach organizowanych przez firmę. Ambasador Produktu współpracuje z Działem Marketingu oraz Dyrektorem Sklepu.

Ambasadorzy Produktu w poszczególnych lokalizacjach w 2018 roku



Białystok	Bielsko-Biała	Czeladź	Legnica	Racibórz	Rzeszów
3	4	1	2	2	1

ZDROWIE

LISTOPAD MIESIĄCEM RZUCANIA PALENIA – RZUĆ PALENIE RAZEM Z NAMI!



Światowy Dzień Rzucania Palenia obchodzony jest już od ponad trzydziestu lat. Dzień ten przypada co roku w trzeci czwartek listopada. Zdaniem naszej Grupy listopad to dobry miesiąc, żeby stawić czoła wyzwaniu i podjąć skuteczną próbę rzucenia palenia tytoniu. W dniu 16 listopada w siedzibie Centrali w Poznaniu oraz w dniu 21 listopada w bi1 Legnica zaprosiliśmy wszystkich zainteresowanych

podjęciem wyzwania rzucenia palenia na nieodpłatne badania miernikiem tlenu węgla poprzedzone wykładem prowadzonym przez Przedstawiciela lokalnej Stacji Sanitarnej – Epidemiologicznej. Dodatkowo, w dniu 15 listopada zaproponowaliśmy naszym pracownikom inicjatywę zachęcającą do rzucania palenia „Sięgnij po jabłko zamiast papierosa! **Akcję udało nam się zorganizować łącznie w 10 lokalizacjach (Sklepy oraz Siedziba).**

ŚWIATOWY DZIEŃ RZUCANIA PALENIA TYTONIU 15 LISTOPADA 2018

W tym dniu, szczególnie mając na uwadze Wasze zdrowie, zachęcamy do podjęcia tego wyzwania!

„Sięgnij po jabłko zamiast papierosa!” – pod takim właśnie hasłem odbyła się akcja propagująca rzucanie palenia. W dniu 15 listopada **we wszystkich naszych lokalizacjach bi1 oraz Auchan, , jak też w siedzibie Centrali** zachęcaliśmy naszych współpracowników do podjęcia wyzwania rzucenia palenia w ramach „ŚWIATOWEGO DNIA RZUCANIA PALENIA TYTONIU”.



ŚRODOWISKO

NASZ CEL: DZIAŁANIE NA RZECZ ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU POPRZECZ ZMNIEJSZENIE WPŁYWU DZIAŁALNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTWA NA ŚRODOWISKO NATURALNE

W jaki sposób zarządzamy wpływem na środowisko?

- ✓ poprzez realne działania minimalizujemy wpływ na środowisko,
- ✓ jesteśmy eko- efektywni (poprawa efektywności energetycznej, wzrost wydajności zużycia zasobów),
- ✓ realnie ograniczamy zużycie zasobów naturalnych.

Grupa Schiever w Polsce w sposób ciągły realizuje politykę minimalizowania wpływu na środowisko po to, by mogło ono sprostać potrzebom obecnych i przyszłych pokoleń.

Dzięki cyklicznej kontroli stanu naszych urządzeń prowadzonej oraz wprowadzaniu nowych rozwiązań technologicznych przez działy techniczne w naszych sklepach spełniamy wszelkie normy środowiskowe.

Nasze działania w tym obszarze polegają między innymi na zmniejszaniu emisji zanieczyszczeń oraz przekazywaniu odpadów na surowce do wyspecjalizowanych firm zajmujących się ich przetwarzaniem i utylizacją.

Dodatkowo organizujemy cykliczne szkolenia naszych pracowników, podkreślając aspekt gospodarności oraz uświadamiamy zagrożenia związane z ochroną środowiska.



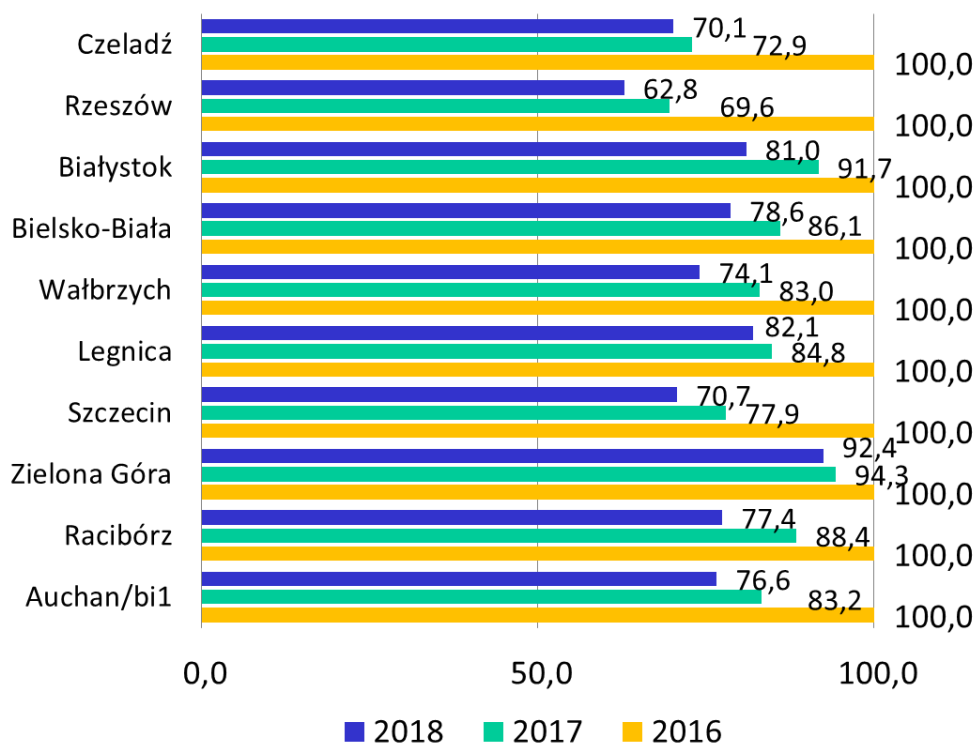
RACJONALNE GOSPODAROWANIE ZASOBAMI

Dbałość o zasoby naturalne to istotny aspekt naszej polityki środowiskowej. W celu zapewnienia efektywnego i zarazem racjonalnego wykorzystywania dostępnych zasobów realizujemy cotygodniowe i comiesięczne odczyty liczników, analizujemy i podejmujemy odpowiednie działania korygujące. Kontrolujemy gospodarowania energią, gazem, ciepłem oraz wodą poprzez cykliczne audyty Działu Technicznego i omawianie wykrytych nieprawidłowości z dyrektorami Sklepów. W celu minimalizowania ryzyka nadmiernej eksploatacji zasobów prowadzimy bieżącą analizę porównawczą zużycia mediów i w stosownych przypadkach podejmujemy natychmiastowe działania naprawcze i organizacyjne. Dzięki tym działaniom udało nam się między innymi znacząco zmniejszyć zużycie energii elektrycznej oraz wody w naszych lokalizacjach.

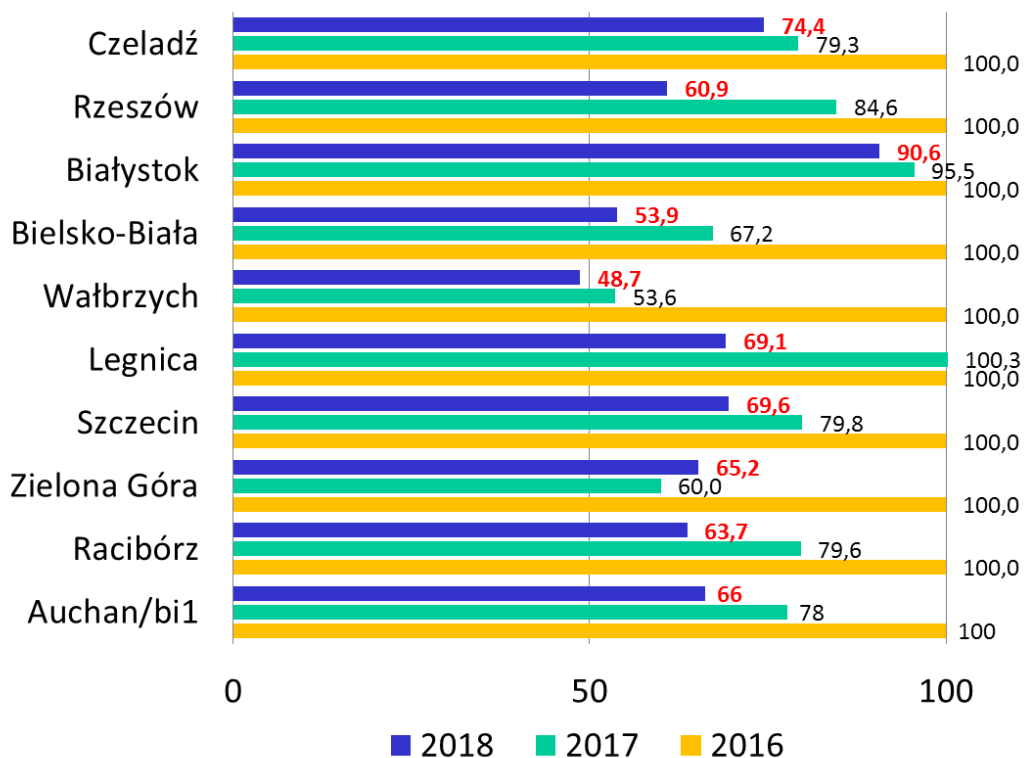


RAPORT DOBRYCH PRAKTYK 2018
GRUPA SCHIEVER W POLSCE

Procentowy stosunek zużycia energii elektrycznej w 2018 i 2017 roku w sklepach bi1/Auchan w stosunku do roku 2016

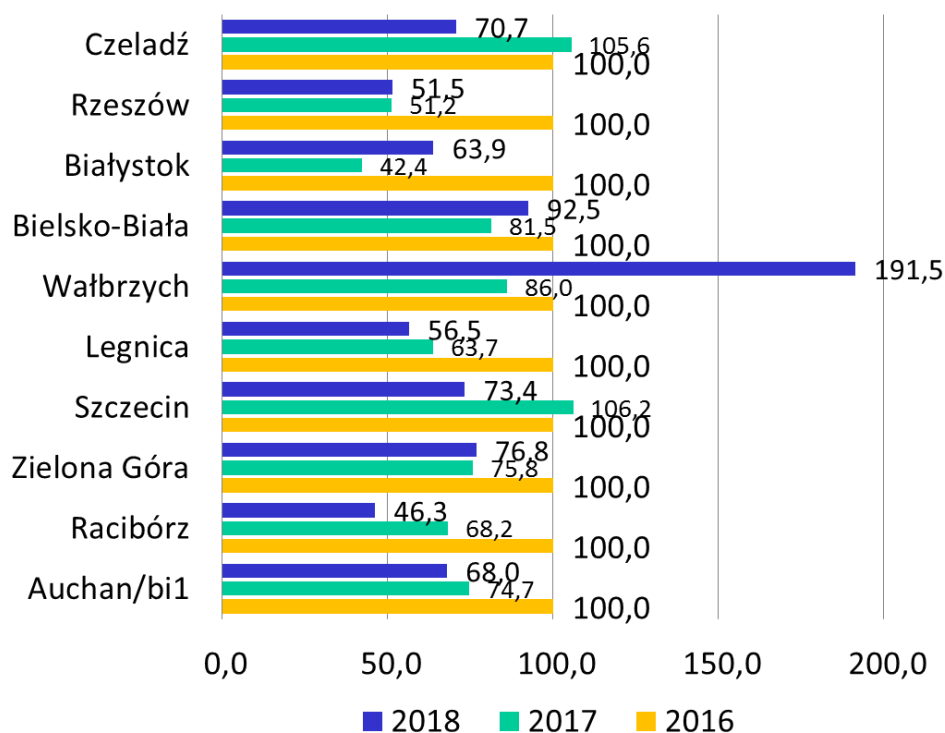


Procentowy stosunek zużycia wody w 2018 i 2017 roku w sklepach bi1/Auchan w stosunku do roku 2016



RAPORT DOBRYCH PRAKTYK 2018
GRUPA SCHIEVER W POLSCE

Procentowy stosunek zużycia ciepła/gazu w 2018 i 2017 roku w sklepach bi1/Auchan w stosunku do roku 2016





EKO-EFEKTYWNOŚĆ GRUPY SCHIEVER W POLSCE

ŚWIADECTWA EFEKTYWNOŚCI ENERGETYCZNEJ (BIAŁE CERTYFIKATY) Z DNIA
23 MAJA ORAZ 27 CZERWCA 2018

- ✓ Dokument potwierdzający planowaną oszczędność energii wynikającą z przedsięwzięć służących poprawie efektywności energetycznej, wydawany przez Prezesa Urzędu Regulacji Energetyki.
- ✓ Wartość naszych świadectw efektywności energetycznej to łącznie:

193,18 toe

toe - tona oleju ekwiwalentnego (toe) – jednostka używana w energetyce do opisu dużych wartości energii.

(1 toe = 11,63 MWh lub 48,868 GJ)

193,18 toe - Co to oznacza w praktyce?

- ✓ Oszczędność energii odpowiadająca średniemu rocznemu zużyciu w **1032** gospodarstwach domowych.



ENERGIA - DZIAŁANIA LOKALNE

NASZE ROZWIĄZANIA WYDAJNOŚCI OPERACYJNEJ W ZAKRESIE EKO-EFEKTYWNOŚCI

To właśnie między innymi dzięki poniższym działaniom, służącym poprawie efektywności energetycznej, udało nam się uzyskać ŚWIADECTWA EFEKTYWNOŚCI ENERGETYCZNEJ

DZIAŁANIA 2018	EFEKTY
Energooszczędne oświetlenie LED na parkingu bi1 Legnica	Średnia oszczędność 50% w porównaniu do tradycyjnego oświetlenia opartego na lampach sodowych lub metalohalogenkowych (oszczędność roczna 20 MWh)
Drzwi rozwierne w regałach chłodniczych bi1 Rzeszów i bi1 Szczecin	Poprawa i stabilizacja warunków przechowywania produktów w warunkach chłodniczych oraz zmniejszenie zużycia energii elektrycznej o 40% (oszczędność roczna 400 MWh)
Ekologiczny czynnik chłodniczy w instalacji bi1 Białystok (układ minusowy)	Czynnik chłodniczy - wydajny energetycznie (średnio 5-15%) niższa konsumpcja energii elektrycznej, przyjazny dla środowiska (znacząco niższy współczynnik GWP o 65% w stosunku do poprzednio używanego czynnika), bezpieczny (niepalny), konkurencyjny cenowo (oszczędność roczna 15 MWh)
Sterowanie oświetleniem w toaletach, szatniach, magazynach, korytarzach, chłodniach przy pomocy czujników natężenia oświetlenia ruchu: bi1 Rzeszów, Szczecin, Legnica i Auchan Zielona Góra	Redukcja zużycia energii elektrycznej o 30% (roczna oszczędność 30 MWh)
"Białe certyfikaty"	Świadectwa efektywności energetycznej o łącznej wartości 193,180 toe



RAPORT DOBRYCH PRAKTYK 2018 GRUPA SCHIEVER W POLSCE

ODPADY

Grupa Schiever w Polsce chcąc zminimalizować swój wpływ na środowisko gospodaruje odpowiedzialnie odpadami z poszanowaniem wszystkich norm i przepisów ochrony środowiska oraz w oparciu o wewnętrzną politykę środowiskową.

RECYKLING

Odpady wytwarzane w związku z prowadzoną działalnością:

- ✓ odpady produkcyjne:
 - odpady kategorii 3 – pochodzące z przetwórstwa mięsa, odpady piekarniczo cukiernicze,
 - przeterminowane odpady żywnościowe
 - odpady bio – odpady z działu owoce i warzywa – segregowane bez opakowań
 - tłuszcze grillowe / posmażalnicze
- ✓ odpady opakowaniowe (karton, papier, folia bezbarwna, folia kolorowa) - pochodzące z faktu wprowadzania na rynek produktów w opakowaniach
- ✓ odpady drewniane pochodzące z opakowań
- ✓ odpady ze stali

Wszystkie te odpady odbierane są przez wyspecjalizowane firmy na podstawie podpisanych umów o zleceniu usług na odbiór i zagospodarowanie poszczególnych odpadów. Firmy te są zobowiązane mieć odpowiednie zezwolenia na odbiór, transport i zbieranie poszczególnych co stanowi przedmiot weryfikacji dokumentów potwierdzających powyższe w momencie podpisywania umowy. Firmy odbierające odpad kat 3 muszą mieć dodatkowo zatwierdzenie Powiatowych Lekarzy Weterynarii

Polityka gospodarki odpadami Grupy Schiever w Polsce ma na celu minimalizowanie wpływu na środowisko poprzez regularne monitorowanie procesów związanych z wytwarzaniem i zbieraniem odpadów. W tym celu przeprowadzamy regularne szkolenia uświadamiające pracowników, Umieszczamy na hali sprzedaży specjalne meble umożliwiając tym samym naszym klientom możliwość dostarczenia odpadów i łatwej segregacji, natomiast odpady związane ze sprzedażą w tym produkcją pewnych produktów także mają zapewnione odpowiednie pojemniki do segregacji poszczególnych typów odpadów, w pomieszczeniach biurowych zaś umieszczamy pojemniki pozwalające na segregację poszczególnych frakcji odpadów związanych z wytwarzaniem odpadów tzw. « socjalnych »

ODPADY 2018 W TONACH	Auchan Zielona Góra*	Auchan Racibórz*	bi1 Rzeszów*	bi1 Czeladź	bi1 Bielsko- Biała	bi1 Wałbrzych*	bi1 Legnica*	bi1 Szczecin	bi1 Białystok
Całkowita produkcja odpadów	293,8	2223,4	148,6	184,4	87,3	104,4	134,4	153,5	160,7
w tym odpady niebezpieczne	0,1	0,1	0,7	0	0	0,1	0	0,2	0

*Hipermarket + Galeria/Pasaż

RAPORT DOBRYCH PRAKTYK 2018 GRUPA SCHIEVER W POLSCE

SPOŁECZEŃSTWO

NASZ CEL: BUDOWANIE DŁUGOTRWAŁYCH RELACJI Z OTOCZENIEM, W KTÓRYM FUNKCJONUJE NASZA FIRMA

W jaki sposób realizujemy koncepcję społecznej odpowiedzialności w Schiever?

Angażujemy się w życie lokalnych społeczności wspierając inicjatywy oraz działania zgodnie z naszą strategią CSR poprzez:

- ✓ aktywne działania w lokalnych społecznościach – akcje lokalne naszych sklepów,
- ✓ wolontariat pracowniczy,
- ✓ organizowanie akcji promocyjnych wszelkich placówek kulturalno-oświatowych, Stowarzyszeń Charytatywnych, lokalnych urzędów miast na terenie naszych Galerii Handlowych,
- ✓ wspieranie lokalnej przedsiębiorczości – np. ekspozycja lokalnych Winnic,

WOLONTARIAT 2018

Zrealizowaliśmy 8 projektów w 8 lokalizacjach. 60 osób podarowało swój czas i serce pracując jako wolontariusze. Skierowaliśmy naszą pomoc do:

Ośrodka Interwencji Kryzysowej, Domu Seniora, Domu Samotnej Matki z Dziećmi, Placówki Opiekuńczo-Wychowawczej, Placówek oświatowo-wychowawczych (szkoła, żłobek), 2 schronisk dla zwierząt,

Pomogliśmy: 64 dzieciom, 85 osobom dorosłym, 115 zwierzętom



PRZYKŁADOWE ZREALIZOWANE PROJEKTY W RAMACH WOLONTARIATU

CZELADŹ – REMONT ŚWIETLICY



RAPORT DOBRYCH PRAKTYK 2018
GRUPA SCHIEVER W POLSCE

LEGNICA – REMONT KUCHNI



RACIBORZ - SPOŁECZNA SZKOŁA PODSTAWOWA RACIBORSKIEGO TOWARZYSTWA OŚWIATOWEGO „SZKOŁA”



SZCZECIN – GRA MIEJSKA FUNDACJA
AKTYWNEJ REHABILITACJI „FAR”



ETYKA

ETYCZNA POLITYKA GRUPY SCHIEVER

Grupa Schiever w Polsce promuje zasady, standardy oraz etyczne zachowania w relacjach biznesowych i pracowniczych kierując się wartościami: **Szacunek, Energia, Niezależność**.

- ✓ Stosujemy normy ładu korporacyjnego w zarządzaniu: odpowiedzialny handel, jakość i bezpieczeństwo, transparentność działań.
- ✓ Działamy zgodnie z prawem: akcje handlowe, działania promocyjne.
- ✓ Szanujemy konkurencję: aktywne i uczciwe współzawodnictwo.
- ✓ Pozyskujemy informacje dotyczące konkurencji w sposób legalny
- ✓ Stosujemy etyczne metody zdobywania klientów: niestosowanie metod dyskredytujących konkurentów.

KODEKS ETYKI GRUPY SCHIEVER W POLSCE

W październiku 2018 roku w ramach rozwoju naszej kultury organizacyjnej opracowaliśmy wewnętrzny Kodeks Etyki definiujący standardy postępowania wszystkich pracowników Grupy SCHIEVER w Polsce, niezależnie od zajmowanego stanowiska, kompetencji lub powierzonych zadań.

Założenia Kodeksu Etyki zostały przedstawione wszystkim współpracownikom w formie elektronicznej, a jego treść wraz z pozostałymi regulaminami jest komunikowana każdemu nowemu pracownikowi.

Zasady Kodeksu Etyki w połączeniu z Wartościami naszej Grupy: Szacunek, Energia, Niezależność, mają za zadanie motywować nas i wspierać w dążeniu do osiągania wspólnych celów. Oprócz ogólnych zasad i wyznawanych wartości w Kodeksie Etyki znajdziemy zapisy dotyczące:

- ✓ zasad moralnych będących kompasem dla wszystkich pracowników Grupy,
- ✓ polityki różnorodności oraz przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi,
- ✓ korupcji, konfliktu interesów,
- ✓ ochrony zasobów firmy,
- ✓ zrównoważonego rozwoju,
- ✓ procedur zgłaszania naruszeń.



RAPORT DOBRYCH PRAKTYK 2018 GRUPA SCHIEVER W POLSCE

INICJATYWY I ZRZESZENIA GRUPY SCHIEVER

Jesteśmy członkiem Polskiej Organizacji Handlu i Dystrybucji (POHiD) - związku pracodawców zrzeszającego duże firmy detaliczne i dystrybucyjne, dla których istotne są: respektowanie zasad wolności ekonomicznej, rozwój polskiego rynku detalicznego, a także harmonizacja polskiego prawa i gospodarki ze standardami Unii Europejskiej. POHiD jest organizacją branżową oraz platformą wymiany doświadczeń i dobrych praktyk pomiędzy sieciami handlowymi oraz firmami dystrybucyjnymi, działając na rzecz ochrony wolnej konkurencji i swobodnego dostępu do rynku wszystkich podmiotów gospodarczych w Polsce. Nadrzędnym jej celem jest reprezentowanie interesów swych członków wobec organów władzy publicznej oraz innych organizacji środowiska gospodarczego.

Od 2010 roku jesteśmy również sygnatariuszem Kodeksu Dobrych Praktyk POHiD.

Jesteśmy również firmą zrzeszoną w CCIFP (Francusko-Polska Izba Gospodarcza) będącą platformą wymiany doświadczeń oraz najlepszych praktyk biznesowych. Już prawie 100 firm stowarzyszonych, zaangażowanych w działania CSR, podpisało Deklarację Odpowiedzialnego Biznesu Francusko Polskiej Izby Gospodarczej.

W dniu 02 listopada 2018 roku Schiever, stawiając na długofalowy i odpowiedzialny rozwój, dołączył również do sygnatariuszy Deklaracji Odpowiedzialnego Biznesu CCIFP.

Główne założenia Deklaracji:

- I. Rozwój Kapitału Społecznego - Komunikowanie się ze społecznością lokalną, czynne wspieranie inicjatyw i rozwoju cywilizacyjnego regionu we współpracy z władzami i organizacjami lokalnymi.
- II. Rozwój Kapitału Ludzkiego-Budowanie zaufania i poszanowania pracowników i współpracowników umożliwiając ciągłą i rzetelną komunikację obustronną. Wspieranie ich rozwoju poprzez dostęp do szkoleń i wiedzy. Zwalczanie wszelkich przejawów dyskryminacji, nietolerancji wśród pracowników i współpracowników.
- III. Transparentność zarządzania. Przestrzeganie prawa i etyki biznesu na wszystkich poziomach funkcjonowania firmy, jej działaniach wewnętrznych i zewnętrznych oraz współpracowanie z firmami o etycznych zasadach zarządzania.
- IV. Ochrona zasobów naturalnych - Wszelkie działania firmy wykonywane są z możliwie jak największym poszanowaniem dla środowiska naturalnego. Propagujemy działania na rzecz ochrony środowiska wśród pracowników, współpracowników i partnerów biznesowych.
- V. Promowanie dobrych praktyk CSR - Dzielimy się swoimi doświadczeniami i rozwiązaniami z innymi przedsiębiorcami, partnerami biznesowymi i władzami lokalnymi oraz kształcimy i uświadamiamy lokalne społeczności w zakresie działań odpowiedzialnego biznesu.

Od 2018 roku jesteśmy sygnatariuszem Karty Różnorodności – deklaracji działań na rzecz różnorodności i równego traktowania w miejscu pracy, bez względu na wiek, niepełnosprawność, płeć, rasę, pochodzenie etniczne, religię.



RAPORT DOBRYCH PRAKTYK 2018
GRUPA SCHIEVER W POLSCE

KARTA RÓŻNORODNOŚCI

SCHIEVER z dniem 10 września 2018 roku została przyjęta do grona Sygnatariuszy Karty Różnorodności.

Karta Różnorodności

- ✓ Międzynarodowa inicjatywa wspierana przez Komisję Europejską, realizowana w takich krajach Unii Europejskiej jak: Austria, Belgia, Chorwacja, Czechy, Dania, Estonia, Finlandia, Francja, Hiszpania, Holandia, Irlandia, Luksemburg, Niemcy, Polska, Portugalia, Słowacja, Szwecja, Węgry, Włochy.
- ✓ Zobowiązanie, podpisywane przez organizacje, które decydują się na wprowadzenie zakazu dyskryminacji w miejscu pracy i działania na rzecz tworzenia i promocji różnorodności.

Założenia KARTY Różnorodności w Polsce:

- ✓ rozpoczęcie dyskusji i dialogu na temat różnorodności,
- ✓ rozszerzenie kategorii różnorodności na nowe grupy,
- ✓ wyjście poza polskie prawodawstwo (kodeks pracy, ustawa równościowa),
- ✓ przełożenie zapisów Karty na realne działania,
- ✓ uświadomienie innych organizacji o temacie różnorodności,
- ✓ wizerunek organizacji odpowiedzialnej i zaangażowanej w temat równego traktowania w miejscu pracy.

