



Do Biedronki IDĘ!

Bo przyszłość
ma przyszłość



Raport zrównoważonego rozwoju sieci Biedronka za 2024 rok



Nota dotycząca przyjętych standardów raportowania

Jerónimo Martins Polska S.A., właściciel sieci Biedronka, nie podlega formalnemu obowiązkowi raportowania zgodnie z wymogami Dyrektywy w sprawie raportowania zagadnień zrównoważonego rozwoju (CSRD) ani Europejskich Standardów Raportowania Zrównoważonego Rozwoju (ESRS). Jako istotna część Grupy Jerónimo Martins, Biedronka przekazała wszystkie wymagane dane niefinansowe do Raportu Rocznego Grupy za 2024 rok, który został przygotowany zgodnie z wymogami CSRD i ESRS. Zachęcamy do odwiedzenia **strony raportu Grupy Jerónimo Martins**.

Równolegle przygotowaliśmy niniejszy lokalny raport zrównoważonego rozwoju Biedronki. Mimo braku formalnego obowiązku raportowania, jego struktura i treść – tam, gdzie było to zasadne – nawiązują do podejścia wynikającego z ESRS. Takie podejście zapewnia większą przejrzystość, jakość i porównywalność prezentowanych informacji, z uwzględnieniem specyfiki polskiego rynku oraz oczekiwań lokalnych interesariuszy.

W treści raportu – tam, gdzie było to adekwatne – zamieszczono odniesienia do poszczególnych standardów ESRS. Uwzględniono również wybrane dane oraz podejście spójne z Raportem Rocznym Grupy Jerónimo Martins za 2024 rok.

SPIS TREŚCI

1.

LIST ZARZĄDU
SIECI BIEDRONKA

2.

O BIEDRONCE

3.

TROSZCZYMY SIĘ
O ŚRODOWISKO

4.

BUDUJEMY
ODPOWIEDZIALNE
RELACJE

5.

ZARZĄDZAMY
ODPOWIEDZIALNIE

6.

O RAPORCIE



» str. 4

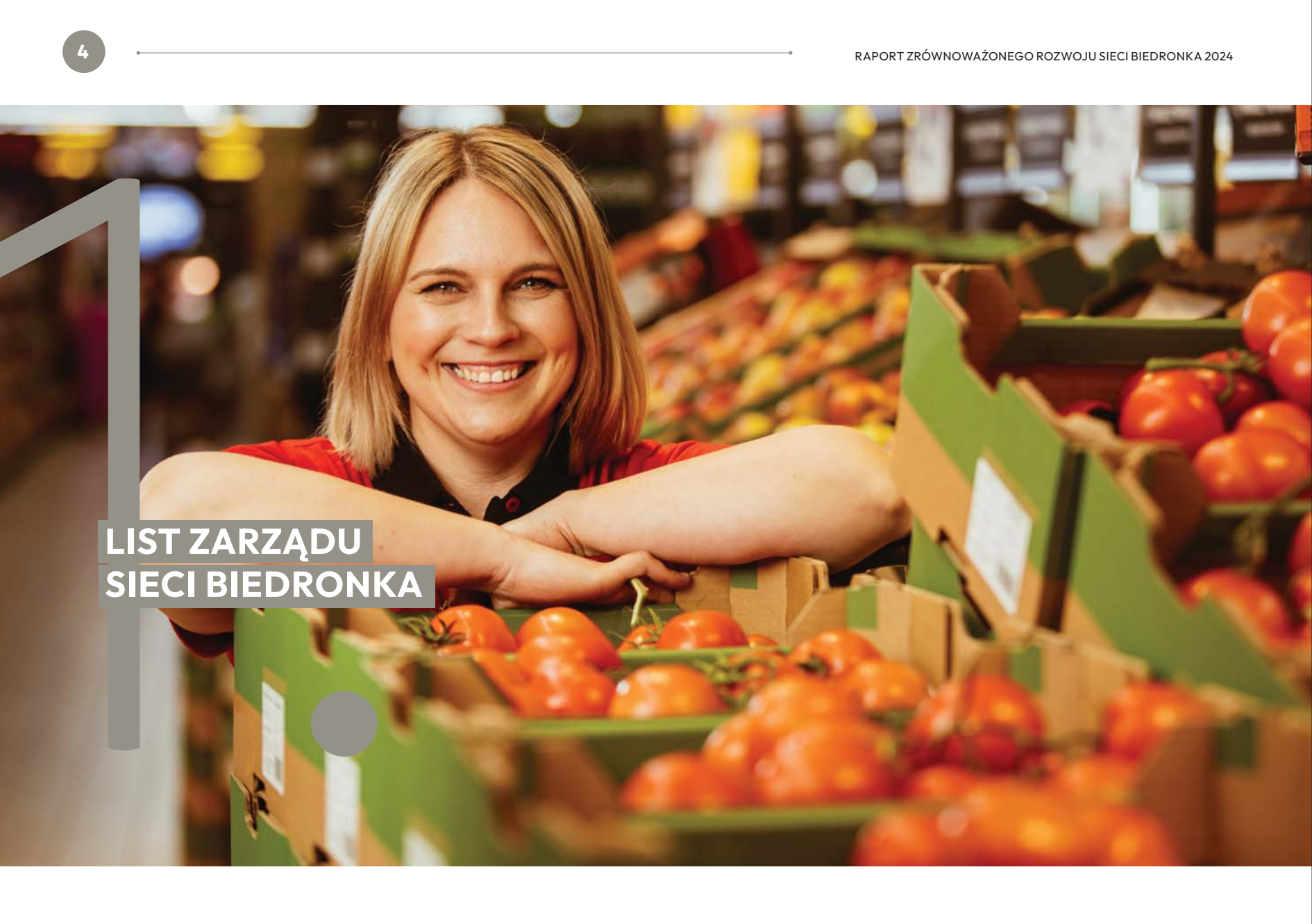
» str. 7

» str. 29

» str. 53

» str. 114

» str. 121



LIST ZARZĄDU SIECI BIEDRONKA

SZANOWNI PAŃSTWO,

30 lat działalności Biedronki w Polsce to coś więcej niż tylko historia rozwoju największej sieci detalicznej w kraju. To podróż przez trzy dekady codziennych decyzji, które miały wpływ na życie milionów ludzi – naszych pracowników, klientów, partnerów i lokalnych społeczności. Skala naszego działania potwierdza wartość naszej oferty, a nieprzerwany i zrównoważony rozwój pokazuje, jak odpowiedzialność korporacyjna przenika każdy aspekt naszego biznesu.

Rozwijamy się i przekraczamy granice – w dniu publikacji niniejszego raportu na Słowacji działają już pierwsze sklepy oraz centrum dystrybucyjne. Równocześnie umacniamy naszą obecność online, oferując klientom nową jakość doświadczeń zakupowych. Rok 2024 był również wyjątkowy pod względem inwestycji – na rozwój przeznaczaliśmy blisko 1,8 miliarda złotych. Otworzyliśmy 186 nowych sklepów i zmodernizowaliśmy 280 lokalizacji, wprowadzając najbardziej aktualne rozwiązania funkcjonalne i przyjazne środowisku. Nasze przychody ze sprzedaży po raz pierwszy przekroczyły próg 100 miliardów złotych, a EBITDA wyniosła około 7,8 miliarda złotych.

Rok 2024 po raz kolejny pokazał, że siłą Biedronki są nasze wartości oraz różnorodność – ludzi, doświadczeń, perspektyw i działań. Jesteśmy największym pracodawcą w Polsce, zatrudniającym ponad 84 000 osób wywodzących się z 43 krajów, z różnych grup wiekowych, zawodów i środowisk społecznych. W naszych zespołach są osoby powracające na rynek pracy, młodzi ludzie stawiający pierwsze kroki zawodowe, a także ponad 1 000 osób z niepełnośprawnościami. Tworzymy środowisko pracy oparte na równości, szacunku i otwartości, w którym każdy ma przestrzeń do rozwoju. Różnorodność naszych zespołów i bogactwo ich doświadczeń stanowią fundament nowoczesnej, odpornej i innowacyjnej organizacji.

Różnorodność rozumiemy szerzej – jako otwartość na innych, gotowość do słuchania, współpracy i poszukiwania rozwiązań tam, gdzie inni mogą widzieć przede wszystkim przeszkody. Dlatego nasz wpływ wykracza poza tworzenie miejsc pracy. Jesteśmy wspólnotą. Szczególnie wyraźnie widoczne było to we wrześniu 2024 roku, kiedy gwałtowne powodzie dotknęły część Polski, a nasi pracownicy – niezależnie od zajmowanych stanowisk – zjednoczyli się, by wspierać się nawzajem i pomagać poszkodowanym społecznościom lokalnym. Wierzymy, że prawdziwa siła organizacji ujawnia się właśnie w takich momentach — gdy wartości nie są tylko hasłami, lecz wyrażają się w czynach.

Nasi klienci stanowią również bardzo ważny wymiar tej wspólnoty. Ich codzienne wybory – produkty, po które sięgają, inicjatywy, które wspierają – przyczyniają się do czegoś głębszego niż zwykła transakcja handlowa. Dzięki ich zaangażowaniu i lojalności jesteśmy w stanie przekazywać tony żywności organizacjom pomocowym, wspierać osoby w potrzebie i współtworzyć inicjatywy na rzecz ochrony bioróżnorodności i ekosystemów.

Nasze działania społeczne idą w parze z odpowiedzialnością wobec państwa i samorządów. Biedronka jest jednym z największych płatników podatków w Polsce. Blisko współpracujemy z lokalnymi partnerami – szkołami, fundacjami, organizacjami społecznymi – aby lepiej odpowiadać na rzeczywiste potrzeby społeczności w obszarach, w których działamy.

Prawie 95 procent produktów dostępnych w naszych sklepach pochodzi z Polski, co jest efektem bliskiej współpracy z ponad 1 400 lokalnymi dostawcami. Dzięki temu możemy oferować klientom wysoką jakość, świeżość i konkurencyjne ceny, jednocześnie wspierając krajową gospodarkę

i konsekwentnie wzmacniając spójność społeczną. Ponieważ żywność jest sercem naszego biznesu, inwestujemy w poprawę profilu odżywczego produktów, wprowadzamy nowe artykuły odpowiadające na specjalne potrzeby żywieniowe naszych klientów oraz rozwijamy działania edukacyjne poprzez informacyjne oznaczenia na opakowaniach.

Ochrona środowiska nie jest dodatkiem do naszej strategii – to jeden z jej filarów. W 2024 roku podwoiliśmy liczbę sklepów wyposażonych w panele fotowoltaiczne. Wprowadziliśmy e-paragony, aby ograniczyć zużycie papieru i ułatwić klientom dostęp do narzędzi cyfrowych. Modernizujemy opakowania produktów zgodnie z zasadami ekoprojektowania i – wspólnie z naszymi dostawcami – rozwijamy dobre praktyki w rolnictwie i logistyce.

Rok 2024 przyniósł również ogłoszenie zobowiązań zrównoważonego rozwoju na lata 2024–2026. Po raz pierwszy Grupa Jerónimo Martins raportowała zgodnie z Europejskimi Standardami Raportowania Zrównoważonego Rozwoju, po przeprowadzeniu kompleksowej analizy podwójnej istotności. Wyzwania – środowiskowe, społeczne i gospodarcze – stają się coraz bardziej złożone, jednak nie zmniejszamy naszych ambicji. Z determinacją kontynuujemy działania na rzecz promowania zrównoważonych i odpornych łańcuchów dostaw, rozwijania oferty zgodnej ze standardami zdrowego żywienia i oczekiwaniami klientów oraz zadbania o to, aby nasze miejsca pracy były włączające i wspierające.

Dlatego też z przyjemnością oddajemy w Państwa ręce Raport Zrównoważonego Rozwoju sieci Biedronka za 2024 rok



Pedro Soares dos Santos
Prezes Zarządu



Luis Araujo
Dyrektor Generalny



Maciej Łukowski
Dyrektor Generalny
Jerónimo Martins
Slovensko, s. r. o



Marcin Ładak
Dyrektor Pionu
Prawnego



Jarosław Sobczyk
Dyrektor
Personalny



Manuela Barros
Dyrektorka
Finansowa



Paweł Stolecki
Dyrektor
Operacyjny

O BIEDRONCE

Na skróty:

- 30-lecie Biedronki w Polsce
- Nasze podejście do zrównoważonego rozwoju
- Strategia zrównoważonego rozwoju

30-LECIE BIEDRONKI W POLSCE

» 1995

- Otwarcie pierwszej Biedronki

1997

- Zakup sklepów Biedronki przez Jerónimo Martins

1998

- Pierwszy produkt marki własnej

2006

- Start zbiórek żywności w Biedronce
- Początek partnerstwa z Caritas przy festynach rodzinnych z okazji dnia dziecka



2015

- Pierwsza edycja konkursu „Piórko”

2013

- Start Biedronkowej Akademii Zdrowia dla pracowników

2010

- Biedronka zostaje oficjalnym sponsorem Polskiego Związku Piłki Nożnej

2007

- 1000 sklepów

2016

- Pierwsza akcja lojalnościowa w Biedronce – Gang Świeżaków
- Powstanie strony dlanaswjm.pl – głównego kanału komunikacji z pracownikami
- Start programu przekazywania żywności ze sklepów do OPP

2017

- Powstanie Fabryki Zup w Brwinowie
- Powstanie marki Go Bio

2019

- 3000 sklepów
- Biedronka zostaje partnerem głównym Szlachetnej Paczki i partnerem akcji Czyste Tatry
- Powstanie marka Go Vege
- Pierwsza odsłona akcji Dobra Torba z Bankami Żywności
- Powstanie Polskiej Koalicji ds. Zrównoważonego Oleju Palmowego z udziałem Biedronki
- Start programu audytów społecznych i środowiskowych dostawców



2024

- 3730 sklepów
- Podpisanie Karty Różnorodności i start kampanii RóżniMy
- Ponad 1000 sklepów z panelami fotowoltaicznymi na dachach
- Start programu zatrudnienia osób z niepełnosprawnością
- 13 mln klientów aplikacji „Biedronka” i start e-paragonów



2023

- Start oficjalnego programu wolontariatu pracowniczego w partnerstwie ze Szlachetną Paczką
- Biedronka zostaje sponsorem głównym Olimpiady Zdrowia PCK z Biedronką
- Start Eko-wakacji z Biedronką
- Podpisanie Karty Praw Dziecka w Biznesie
- Powstanie marki Go Active
- Pierwsze opakowanie w projekcie „closed-loop”



2022

- Przekazanie przez Biedronkę, Grupę Jeronimo Martins i Fundację Biedronki prawie 65 mln zł na cel wsparcia uchodźców z Ukrainy
- Powstanie sklepu Biedronka Home



2020

- Powołanie Fundacja Biedronki
- Powstanie Polskiego Paktu Plastikowego z udziałem Biedronki
- Pierwszy raport zrównoważonego rozwoju Biedronki
- Utworzenie po raz pierwszy w branży handlowej w Polsce stanowiska Rzecznika Klienta
- Start EduAkcji – online'owej platformy szkoleniowej dla pracowników Biedronki
- Pierwsze piktogramy segregacji na opakowaniach marki własnej

2021

- Biedronka zostaje sponsorem głównym Finału WOŚP
- Wycofanie się ze sprzedaży jaj kłatkowych
- Powstanie Komitetu Ochrony Środowiska Biedronki
- Bycie pierwszą siecią handlową w Polsce angażującą się w walkę z ubóstwem menstruacyjnym
- Biedronka zostaje partnerem akcji Pudełko Szczęścia Caritas
- Wprowadzenie systemu Nutri-Score na opakowania produktów marek własnych
- Powstanie Sustainability Committee Biedronki



Biedronka
home



Paweł Stolecki
Dyrektor Operacyjny w sieci Biedronka
Członek Zarządu

”

Trzy dekady temu Biedronka otworzyła swój pierwszy sklep w Polsce – dziś, po 30 latach obecności na tym rynku, śmiało możemy powiedzieć, że staliśmy się integralną częścią codziennego życia milionów Polaków i zmieniamy polski handel. 30-lecie działalności to dla nas nie tylko moment podsumowań, ale także potwierdzenie skuteczności modelu opartego na dialogu. Nie tylko analizujemy preferencje zakupowe, ale także kształtujemy zwyczaje żywieniowe. Każdego dnia odwiedza nas ponad 5 milionów klientów, a nasze sklepy stają się coraz bardziej dostępne, nowoczesne i odpowiedzialne. W 2024 roku nie tylko umocniliśmy naszą obecność w Polsce, otwierając 186 nowych sklepów i modernizując kolejne placówki, ale także przygotowaliśmy grunt pod międzynarodową ekspansję marki Biedronka – czego ukoronowaniem jest debiut naszych sklepów na Słowacji.



186

NOWYCH SKLEPÓW

MODERNIZACJA

280

SKLEPÓW



OKOŁO

5 mln

KLIENTÓW DZIENNE



PONAD

84 tys.

PRACOWNIKÓW

1300

SKLEPÓW Z ŁADAMI
TRADYCYJNYMI



45%

SKLEPÓW Z PANELAMI
FOTOWOLTAICZNYMI

3200

SKLEPÓW Z KASAMI
SAMOOBŚLUGOWYMI

JESTEŚMY LIDEREM HANDLU W POLSCE

Zarządzamy **3 730 sklepami w ponad 1 300 miejscowościach** na terenie całego kraju. Każdego dnia nasze placówki odwiedza ponad **5 milionów klientów**, którzy mogą liczyć na świeże produkty, atrakcyjne promocje i szeroki wybór asortymentu. Nad sprawnym funkcjonowaniem sieci czuwają **ponad 84 tysiące pracowników**, co czyni nas największym pracodawcą w Polsce. Nasze sklepy wspiera nowoczesna infrastruktura logistyczna, a dostawy realizowane są z 17 centrów dystrybucyjnych. 30-lecie naszej działalności w Polsce zbiega się z ekspansją na nowe rynki w 2025 roku, kiedy to otworzyliśmy pierwsze sklepy i centrum dystrybucyjne na Słowacji. W 2024 roku konsekwentnie rozwijaliśmy naszą działalność, osiągając wzrost sprzedaży o 4,1% i przychody ze sprzedaży na poziomie **ok. 101,6 miliarda zł**.

Niewielki spadek sprzedaży porównywalnej (-0,3%) wynikał przede wszystkim z silnego trendu spadku cen podstawowych produktów. Rozwój przełożył się na wymierne korzyści dla otoczenia – od lat jesteśmy **największym płatnikiem CIT** wśród sieci handlowych – nasz **wkład w polską gospodarkę** w minionym roku wyniósł 760 milionów złotych. W 2024 roku EBITDA Biedronki obniżyła się o 6,3%, co było efektem strategicznej decyzji o podwyżkach wynagrodzeń dla zespołów oraz utrzymania polityki cenowej, która pozwala oferować codzienne oszczędności.

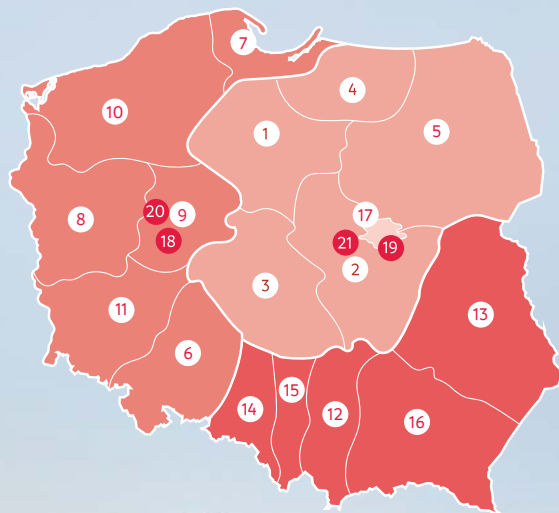
Nasza strategia rozwoju opiera się na ścisłej współpracy z ponad 1 800 dostawcami, z których zdecydowana większość to firmy z Polski. Ponad 94% produktów spożywczych dostępnych w naszej ofercie pochodzi właśnie od lokalnych przedsiębiorców. Taki model pozwala nam zapewniać klientom



bogatą ofertę produktów, w dużej części pochodzących z rodzimych upraw i hodowli. Szczególny nacisk kładziemy na rozwój segmentu marek własnych. W 2024 roku wprowadziliśmy 511 nowych produktów w tym obszarze. Zwiększyliśmy sprzedaż certyfikowanych produktów marek własnych i produktów świeżych z certyfikatem zrównoważonego rozwoju do 16,8%.

Równolegle rozwijamy innowacyjne kanały sprzedaży. Ekspresowe dostawy realizujemy pod marką **Biek**, która w 2024 roku zyskała pięć nowych mikro-centrów dystrybucyjnych – łącznie sieć objęła 23 lokalizacje. Współpracujemy także z platformami marketplace, oferując alternatywne formy zakupów spożywczych np. GLOVO, a rozszerzony asortyment produktów przemysłowych udostępniamy online za pośrednictwem platformy **Biedronka Home**.

Nasza sieć działa w czterech makroregionach – Wschód, Zachód, Południe oraz Big Warsaw. Wsparcie administracyjne zapewniają biura regionalne. W Brwinowie działa fabryka zup „Z Naszej Kuchni”, skąd trafiają one do sklepów w całym kraju.



● Makroregion
Wschód

● Makroregion
Zachód

● Makroregion
Południe

● Makroregion
Big Warsaw

1. Grudziądz
2. Mszczonów
3. Sieradz
4. Stawiguda
5. Wyszaków

6. Brzeg
7. Gdańsk
8. Gorzów Wielkopolski
9. Kostrzyn
10. Koszalin
11. Lubin

12. Kraków
13. Lubartów
14. Ruda Śląska
15. Sosnowiec
16. Wojnicz

17. Warszawa

● Biura i fabryka zup

18. Kostrzyn – siedziba Jerónimo Martins Polska SA, Centrum Przetwarzania Danych
19. Warszawa – biuro główne
20. Poznań – Centrum Usług Wspólnych
21. Brwinów – fabryka zup „Z Naszej Kuchni”



PROFIL ORGANIZACJI

Biedronka działa pod skrzydłami Jerónimo Martins Polska S.A. zarejestrowanej w Kostrzynie przy ul. Żniwnej 5. Jest częścią portugalskiej Grupy Jerónimo Martins, która od ponad 230 lat funkcjonuje w branży spożywczej i od 1989 roku jest notowana na giełdzie Euronext w Lizbonie. Grupa obecna jest w sześciu krajach: Portugalii, Polsce, Kolumbii, Słowacji, Czechach i Maroku, zatrudniając łącznie ponad 139 tysięcy pracowników.

Wśród tych rynków to Polska stanowi największy i strategicznie najważniejszy obszar działalności. Biedronka jest kluczowym segmentem operacyjnym Grupy – odpowiada za około 70% całkowitej sprzedaży i 80% EBITDA Grupy Jerónimo Martins.



» Więcej o działaniach Grupy Jerónimo Martins przeczytasz w raporcie rocznym za 2024 rok.

Struktura zarządcza

ESRS GOV-1

Naszą działalnością kieruje zespół doświadczonych menedżerów i ekspertów branżowych, którzy wyznaczają kierunek rozwoju firmy i dbają o jej skuteczne funkcjonowanie.

Zarząd Jerónimo Martins Polska SA w 2024 roku:

- Pedro Soares Dos Santos – Prezes Zarządu,
- Luis Araujo – Dyrektor Generalny,
- Manuela Barros – Dyrektorka Finansowa,
- Marcin Ładak – Dyrektor Pionu Prawnego,
- Maciej Łukowski – Dyrektor Generalny Jerónimo Martins Slovensko, s.r.o.,
- Jarosław Sobczyk – Dyrektor Personalny,
- Paweł Stolecki – Dyrektor Operacyjny Polska.

Nad działalnością Biedronki czuwa **Rada Nadzorcza**, której zadaniem jest zapewnienie zgodności naszych działań z najwyższymi standardami ładu korporacyjnego oraz dbałość o długofalowy rozwój firmy. W skład Rady Nadzorczej wchodzi przedstawiciele Grupy Jerónimo Martins oraz niezależni eksperci branżowi.

Na koniec 2024 roku w Radzie Nadzorczej zasiadały trzy osoby – dwie pełniące funkcje wykonawcze w obszarze finansów i ochrony danych w Grupie oraz jedna niezależna. Posiedzenia odbywają się regularnie zgodnie ze statutem, a w 2024 roku miały miejsce trzy spotkania.

31 grudnia 2024 roku w skład Rady Nadzorczej Jerónimo Martins Polska SA wchodzili:

- António Pereira – Finance Transformation Global Director,
- Sławomir Łuczak – Partner, radca prawny w Kancelarii Prawnej SKS,
- Madalena Mena – Dyrektorka Operacyjna ds. Finansów.

W strukturze Grupy Jerónimo Martins działa szereg komitetów odpowiedzialnych za zarządzanie ryzykiem, nadzór i zgodność – m.in. Komitet ds. Wynagrodzeń, Komitet Audytu, Komitet ds. Ładu Korporacyjnego i Odpowiedzialności Biznesu, Komitet Etyki Jerónimo Martins oraz Komitet Kontroli Wewnętrznej. Organy te wspierają realizację strategii, koordynują działania Grupy i zapewniają zgodność z przyjętymi standardami. W Biedronce działa Komitet ds. Zrównoważonego Rozwoju, który nadzoruje realizację strategii zrównoważonego rozwoju sieci oraz Komitet Ochrony Środowiska odpowiedzialny za nadzorowanie działań środowiskowych.

Ważną rolę odgrywa również Komitet Wykonawczy Jerónimo Martins Polska SA, który odpowiada za wdrażanie planów strategicznych i bieżące decyzje operacyjne. Tworzą go dyrektorzy kluczowych obszarów biznesowych, co umożliwia skuteczne przekładanie strategii na działania operacyjne. System kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem nadzoruje Departament Audytu Wewnętrznego, raportujący bezpośrednio do Komitetu Audytu Grupy Jerónimo Martins.

WYNAGRODZENIA CZŁONKÓW ZARZĄDU I RADY NADZORCZEJ

ESRS GOV-3

Ocena pracy Zarządu i Rady Nadzorczej odbywa się regularnie w ramach procesu zarządzania przez cele, prowadzonego przez Dyrektora ds. Wyników i Przywództwa. Elementem tego procesu są również zagadnienia związane z wpływem firmy na gospodarkę, środowisko i społeczności lokalne. Komisja ds. Wynagrodzeń Grupy Jerónimo Martins uwzględnia te aspekty przy formułowaniu decyzji dotyczących wynagrodzeń, opierając się na takich kryteriach jak realizacja projektów wzmacniających konkurencyjność i długoterminową

stabilność finansową, a także jakość relacji z interesariuszami. Efektywność działań w tych obszarach weryfikowana jest m.in. za pomocą niezależnych zewnętrznych wskaźników ESG, publikowanych przez instytucje takie jak FTSE Russell (FTSE4Good), MSCI, CDP czy Euronext Vigeo-Eiris.

» Więcej o strukturze zarządczej przeczytasz w raporcie rocznym Grupy Jerónimo Martins za 2024 rok.

Nasze wartości

Od samego początku działalności kierujemy się niezmienną zasadą: **oferujemy wysokiej jakości produkty w atrakcyjnych cenach**. Jednak Biedronka to coś więcej niż miejsce zakupów – jesteśmy firmą, która czuje się odpowiedzialna za otoczenie, w którym działa. Oferujemy świeże i zdrowe produkty, promujemy odpowiedzialne zakupy oraz angażujemy się w programy wspierające lokalne społeczności.

W Biedronce kierujemy się jasno określonymi wartościami, które stanowią fundament naszej działalności i kultury organizacyjnej:



Codziennie podnosimy poprzeczkę – dążymy do ciągłego doskonalenia oraz osiągania coraz lepszych wyników, podnosząc standardy zarówno dla siebie, jak i dla naszych klientów.



Polegamy na sobie i działamy zespołowo – budujemy atmosferę zaufania i efektywnej współpracy, wierząc, że wspólny wysiłek prowadzi do najlepszych rezultatów.



Wierzymy w robienie właściwych rzeczy – kierujemy się uczciwością i etyką we wszystkich aspektach naszej działalności, dbając o przejrzyste relacje z klientami, partnerami biznesowymi i pracownikami.

Nagrody i wyróżnienia

Rok 2024 przyniósł Biedronce liczne nagrody i wyróżnienia, które potwierdzają zaangażowanie w kluczowych obszarach. Jesteśmy dumni, że nasz wkład doceniają klienci, partnerzy handlowi oraz niezależne gremia eksperckie.

Lider rynku i silna marka

- **Lista 2000 „Rzeczpospolitej”** – 2. miejsce wśród największych firm w Polsce oraz 1. miejsce w branży detalicznej.
- **Top Marka 2024** – ogólnopolski ranking medialny realizowany przez PRESS i IMM – najsilniejsza marka w kategorii „Rynki spożywcze” według PRESS i IMM.
- **Retail Champion** – Wybrany przez konsumentów (organizator: European Conferences United) – nagroda za najlepszy program lojalnościowy (badanie GfK Polonia).
- **BLIX Awards. Wybór Konsumentów** (organizator: Grupa BLIX) – Innowacyjna Sieć Roku wśród dyskontów.
- **Retailer of the Year – Wybrany przez dostawców** – tytuł najlepszego dyskontu, przyznany przez partnerów handlowych na podstawie niezależnego badania dostawców przeprowadzonego przez NielsenIQ w ramach Poland & CEE Retail Summit.
- **Złoty Laur Super Biznesu** – nagroda dziennika „Super Express” za wkład w rozwój polskiej gospodarki.
- **Retail Business Awards** (organizatorzy: Business Centre Club i Wydawnictwo Gospodarcze) – Market Roku (najlepsza strategia cenowa) i Architekt rynku FMCG (za wpływ na rynek).

Odpowiedzialność biznesu i zrównoważony rozwój

- **Złoty Listek ESG Tygodnika „Polityka”** (organizatorzy: Polityka, Deloitte i Forum Odpowiedzialnego Biznesu) – za działania zgodne z ISO 26000, CSRD i ESRS.



- **Ranking ESG „Odpowiedzialne zarządzanie”** (organizator: Koźmiński Business Hub) – Lider Odpowiedzialnego Biznesu w kategorii handel i najwyższy wynik w obszarze „Governance”.
- **Srebrny Spinacz** (organizator: Związek Firm Public Relations – ZFPR) – za jubileuszową edycję konkursu „Piórko. Nagroda Biedronki za książkę dla dzieci” (ZFPR).
- **Forum Odpowiedzialnego Biznesu** – 10-lecie partnerstwa.

Miejsce pracy i employer branding

- **Employer Branding Stars** (organizator: Employer Branding Institute) – nagroda Employer Branding Institute.
- **Employer Branding Excellence Awards** (organizator: HRM Institute) – wyróżnienie HRM Institute za kampanię zewnętrzną.
- **Siła Przyciągania** (organizator: Puls Biznesu) – nagroda Master Champion w kategorii nowoczesnego zarządzania personelem.
- **Friendly Workplace 2024** (organizator: redakcja portalu MarkaPracodawcy.pl) – certyfikat redakcji MarkaPracodawcy.pl.
- Wyróżnienie w programie **„Odpowiedzialny i Przyjazny Pracodawca”** dla organizacji, które wykazały się szczególnym zaangażowaniem we wdrażaniu Pracowniczych Planów Kapitałowych, wykorzystując PPK jako element systemu benefitów pracowniczych i osiągając wysoką partycypację w programie.
- **Diversity IN Check** – wyróżnienie dla jednej z dwóch firm, które osiągnęły największe postępy w badaniu stopnia dojrzałości pracodawców w zakresie zarządzania różnorodnością i budowania włączających organizacji koordynowanym przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu.

Komunikacja

- **Złota Mowa Reklamowa** (organizator: Biuro Reklamy Telewizji Polskiej) – kampania „Biedronka to MY. Codziennie”.



Produkty i innowacje

- **Good Sweet Awards** (organizator: Forum Lodowe & Sweet) – złoty medal: Bonitki z karmelem (kategoria „Five o’clock”), srebrny: Baitz z mleczną czekoladą („Coś słodkiego”), brązowy: Meltie’s z ryżem i orzechami.
- **Nagrody Czytamy Etykiety** (organizator: Czytamyetykiety.pl) – granola bez dodatku cukru z owocami Vitanella (produkt śniadaniowy), baton proteinowy GO ACTIVE z pistacjami (produkt proteinowy), danie gotowe GO ACTIVE – kurczak z ryżem w sosie curry oraz spody do pizzy GUSTOBELLO (produkt spożywczy roku).
- **Laur Konsumenta** (organizator: Kowalski Pro-Media) i tytuł Lidera XX-lecia (2004–2024).

Zarządzanie zrównoważonym rozwojem

ESRS GOV-1, GOV-2

Zrównoważony rozwój w Grupie Jerónimo Martins – w tym w sieci Biedronka – jest oparty na strategii, w ramach której opracowywane są zobowiązania w trzyletnich cyklach. Strategia ta opiera się m.in. na analizie istotności prowadzonej przez Grupę od 2013 roku, a także na innych źródłach, takich jak analizy ryzyka i analizy rynkowe. Obecny plan na lata 2024–2026 powstał w oparciu o analizę podwójnej istotności, przeprowadzoną w 2023 roku zgodnie z wytycznymi dyrektywy CSRD i standardów ESRS. W ramach procesu analizy ryzyka prowadzona jest również ocena odporności modelu biznesowego na ryzyka ESG w horyzoncie krótko-, średnio- i długoterminowym, obejmująca m.in. analizę scenariuszową dotyczącą transformacji w kierunku gospodarki niskoemisyjnej, ekstremalnych zjawisk pogodowych oraz zmian preferencji konsumenckich. Strategia obejmuje cele krótko- i średnioterminowe oraz długofalowe zobowiązania do 2050 roku. W 2023 roku Grupa opublikowała pierwszy raport zgodny z wytycznymi dyrektywy CSRD oraz standardami ESRS.

Raport Grupy Jerónimo Martins za 2024 rok został poprzedzony analizą podwójnej istotności. Aby ocenić potencjalne wpływy w całym łańcuchu wartości, uwzględniono ich skalę, zasięg i nieodwracalność, a także prawdopodobieństwo ich wystąpienia. Ocenie poddano również wpływy rzeczywiste. Analiza została oparta zarówno na wkładzie interesariuszy, jak i wiedzy eksperckiej. Kwestie o istotnym znaczeniu finansowym zostały zidentyfikowane przy wykorzystaniu systemu zarządzania ryzykiem Grupy.

Prezentowany raport zrównoważonego rozwoju sieci Biedronka został opracowany w oparciu o wytyczne Europejskich Standardów Sprawozdawczości Zrównoważonego Rozwoju (ESRS). Biedronka, jako część Grupy Jerónimo Martins,



dostarczyła dane niefinansowe do raportu rocznego Grupy, przygotowanego zgodnie z wymogami dyrektywy CSRD oraz standardami ESRS. Jednocześnie – niezależnie od obowiązku sprawozdawczego – opracowaliśmy lokalny raport zrównoważonego rozwoju Biedronki, wykorzystując ESRS jako dobrowolną ramę odniesienia. Celem tego raportu jest przedstawienie kluczowych informacji z perspektywy polskiego rynku – w sposób przejrzysty, spójny i przydatny dla naszych interesariuszy. Tam, gdzie było to zasadne, wskazaliśmy powiązania z odpowiednimi standardami ESRS. Szczegółowe informacje na temat przyjętej metodyki raportowania znajdują się w rozdziale „O Raporcie”.

Odpowiedzialność za zatwierdzanie celów ESG oraz nadzór nad ich realizacją spoczywa na Zarządzie Jerónimo Martins Polska S.A., który integruje kwestie zrównoważonego rozwoju z celami biznesowymi i regularnie monitoruje postępy podczas przeglądów zarządczych. Rada Nadzorcza nadzoruje wdrażanie strategii ESG na podstawie cyklicznych raportów przygotowywanych przez jednostki wewnętrzne, a także uwzględnia wpływ na środowisko i społeczeństwo w ocenie kadry zarządzającej.

KOMITET DS. ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Od 2019 roku w Biedronce działa Komitet ds. Zrównoważonego Rozwoju, który odpowiada za koordynację wdrażania strategii ESG. W jego skład wchodzi przedstawiciele Jerónimo Martins Polska oraz Grupy Jerónimo Martins.

Przedstawiciele Jerónimo Martins Polska w 2024 roku:

- Kamila Badowska – Starsza Menedżerka ds. Rozwoju Opakowań
- Karolina Błońska – Starsza Menedżerka ds. Zrównoważonego Rozwoju
- Katarzyna Grabarska – Starsza Menedżerka ds. Opakowań
- Tomasz Grzegorzczak – Dyrektor ds. Produktów Świeżych i Bezpieczeństwa Żywności
- Agnieszka Koc – Dyrektorka ds. Ochrony Środowiska i Zrównoważonego Rozwoju
- Dagmara Łakoma – Starsza Menedżerka ds. Ochrony Środowiska
- Grzegorz Pytko – CCO, Dyrektor Działu Zakupów

- Jarosław Sobczyk – Dyrektor Personalny, Członek Zarządu
- Magdalena Szymańska – Starsza Menedżerka ds. Bezpieczeństwa Żywności
- dr inż. Justyna Szymani – Dyrektorka Działu Rozwoju i Kontroli Jakości Marki Własnej
- Paweł Stolecki – Dyrektor Operacyjny, Członek Zarządu
- Dorota Wrotek – Dyrektorka Marketingu

Przedstawiciele Grupy Jerónimo Martins w 2024 roku:

- Eduardo Brito – Chief Operations Officer
- Tiago Gama Silva – ESG Relations – Social Director
- Sara Miranda – Chief Communications & Corporate Responsibility Officer
- Marta Moreira – Operations Quality Corporate Director
- José Nogueira de Brito – Chief Commercial Officer
- Ana Rovisco – ESG Relations – Environment Director
- Carlos Santos – Quality & Private Label Development Director
- Fernando Ventura – Environment Global Director
- Luisa van Zeller – Human Resources Project Senior Manager

Odpowiedzialność za wdrażanie poszczególnych elementów strategii ESG została przypisana konkretnym osobom z kadry kierowniczej. Jasno określone role oraz stała współpraca między zespołami umożliwia skuteczną realizację celów ESG oraz bieżące dostosowywanie działań do pojawiających się wyzwań i potrzeb.

KOMITET OCHRONY ŚRODOWISKA

Komitet Ochrony Środowiska od 2021 roku wspiera realizację strategii środowiskowej oraz rozwija kulturę proekologiczną w Biedronce. Skupia się na identyfikowaniu potrzeb, inicjowaniu projektów i angażowaniu pracowników w tematy związane z ochroną środowiska. W 2024 roku w skład Komitetu weszło 30 ambasadorów reprezentujących różne obszary firmy – w tym logistykę, zakupy, marketing, finanse, HR oraz jakość – co umożliwia spojrzenie na wyzwania środowiskowe z szerokiej perspektywy operacyjnej. Całość koordynuje sekcja ds. ochrony środowiska.

Należyta staranność w naszej działalności i łańcuchu dostaw

ESRS GOV-4

W Biedronce proces należytej staranności jest integralną częścią ładu korporacyjnego, strategii i codziennej działalności operacyjnej. Zgodnie z europejskimi zaleceniami dotyczącymi należytej staranności, wdrażamy w Biedronce różnorodne działania mające na celu zapobieganie i ograniczanie wpływu naszej działalności na środowisko oraz prawa człowieka i prawa pracownicze. Proces ten opiera się na Wytycznych OECD dla przedsiębiorstw wielonarodowych oraz Wytycznych ONZ dotyczących biznesu i praw człowieka. Obejmuje on identyfikację potencjalnych i rzeczywistych społecznych oraz środowiskowych skutków działalności w całym łańcuchu wartości.

Proces należytej staranności	Opis w raporcie
1 Uwzględnienie należytej staranności w ładzie korporacyjnym, strategii i modelu biznesowym	GOV-1, GOV-2, GOV-3, MDR-P, E1-1, E1-2, E5-1, E2-1, E3-1, E4-2, S1-1, S3-1, S4-1, G1-1
2 Współpraca z interesariuszami na kluczowych etapach procesu należytej staranności	S1-2, S3-2, S4-2, G1-2
3 Identyfikacja potencjalnych i rzeczywistych negatywnych oddziaływań	SBM-3, S1-3, S4-3
4 Zapobieganie lub łagodzenie niekorzystnych oddziaływań	E1-3, E2-2, E3-2, E4-3, E5-2, S1-4, S3-3, S3-4, S4-4
5 Monitorowanie skuteczności działań oraz raportowanie informacji	E1-4, E1-5, E1-6, E5-3, E5-5, S1-5, S1-9, S1-10, S1-11, S1-12, S1-14, S1-15, S1-16

Jeśli to adekwatne, wdrażamy działania prewencyjne i naprawcze – od mechanizmów kontroli jakości i wymagań kontraktowych, po inicjatywy edukacyjne i wspierające lokalne społeczności. Ich skuteczność jest regularnie oceniana, a wyniki raportowane interesariuszom.



Więcej na temat podejścia do należytej staranności przeczytaj w raporcie rocznym Grupy Jerónimo Martins za 2024 rok.

NASZE PODEJŚCIE DO ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU



Agnieszka Koc
Dyrektorka ds. Ochrony Środowiska
i Zrównoważonego Rozwoju w sieci Biedronka



Zrównoważony rozwój jest zasadą wpisaną we wszystkie obszary działalności Biedronki. Nasze podejście polega na równoważeniu celów biznesowych z odpowiedzialnością społeczną i troską o środowisko naturalne. W praktyce oznacza to, że przy każdej decyzji – od planowania ekspansji, przez logistykę i operacje sklepów, po ofertę produktową – kierujemy się długoterminowym spojrzeniem i uwzględnieniem naszego wpływu. Naszą metodą jest słuchanie kluczowych grup, ciągła analiza informacji, które otrzymujemy od otoczenia oraz wykorzystywanie skali naszej działalności jako siły napędowej pozytywnych zmian.

Opis badania podwójnej istotności

DIALOG Z INTERESARIUSZAMI

ESRS 2 SBM-2

Dialog z interesariuszami to dla nas kluczowe narzędzie do zrozumienia oczekiwań zewnętrznych. W ramach analizy podwójnej istotności, będącej integralnym elementem procesu raportowania zgodnego z Europejskimi Standardami Raportowania Zrównoważonego Rozwoju (ESRS), uwzględniliśmy opinie przedstawicieli najważniejszych dla nas interesariuszy.

Proces konsultacji prowadzimy zgodnie ze standardem AA1000SES, który promuje transparentność i efektywność komunikacji. Wykorzystujemy różnorodne narzędzia – od badań opinii i warsztatów po spotkania i platformy cyfrowe – aby lepiej rozumieć potrzeby poszczególnych interesariuszy i wspólnie wypracowywać rozwiązania odpowiadające na konkretne wyzwania. Wśród uczestników konsultacji znalazło się blisko 4 800 osób powiązanych z Biedronką – m.in. pracowników, dostawców, konsumentów oraz organizacji pozarządowych współpracujących z siecią. Dzięki temu wyniki analizy podwójnej istotności zostały wzbogacone o perspektywę istotną dla realiów Biedronki, co pozwala lepiej odzwierciedlić specyfikę i wyzwania tej części Grupy.

ISTOTNI INTERESARIUSZE

Organy administracji
publicznej, regulatorzy
i władze lokalne



Akcjonariusze



Pracownicy



Przedstawiciele
pracowników



Konsumenci
i użytkownicy
końcowi



Dostawcy
i partnerzy
biznesowi



Media



Analitycy



Społeczności
lokalne



Organizacje
pozarządowe



ANALIZA PODWÓJNEJ ISTOTNOŚCI – NOWA PERSPEKTYWA DLA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

ESRS IRO-1, SBM-3

W 2023 roku, po raz pierwszy na poziomie całej Grupy Jerónimo Martins, przeprowadziliśmy analizę podwójnej istotności zgodnie z nowymi europejskimi standardami raportowania zrównoważonego rozwoju. To rozszerzenie naszych dotychczasowych praktyk: analizy istotności realizujemy od 2013 roku. W badaniu uwzględniliśmy opinie ponad **16 600 interesariuszy** z Polski, Portugalii i Kolumbii oraz wiedzę ekspercką – zarówno wewnętrzną, jak i zewnętrzną.

Na podstawie wpływu na interesariuszy i istotności finansowej określiliśmy najważniejsze tematy, które mają wpływ na naszą działalność i otoczenie. W 2024 roku zaktualizowaliśmy wyniki badania w oparciu o ostateczne wytyczne opracowane przez EFRAG (Europejską Grupę Doradcą ds. Sprawozdawczości Finansowej), posiłkując się analizą porównawczą i przeglądem danych oraz ekspertyzami wewnętrznymi i zewnętrznymi – bez ponownego angażowania interesariuszy.

Analiza podwójnej istotności uwzględnia perspektywę wpływu naszej działalności na środowisko, społeczeństwo i gospodarkę, jak i finansowy wymiar tych tematów, oceniając ryzyka, szanse, prawdopodobieństwo ich wystąpienia oraz horyzont czasowy, w którym mogą one oddziaływać na nasz model biznesowy, działalność operacyjną i wyniki finansowe. Badanie opiera się na danych z konsultacji z interesariuszami oraz na ekspertyzach wewnętrznych i zewnętrznych, co pozwala na kompleksową i wiarygodną ocenę istotności.

WYBRANE ETAPY ANALIZY PODWÓJNEJ ISTOTNOŚCI

1. Identyfikacja zagadnień ESG
- » 2. Konsultacje z interesariuszami
- » 3. Ocena wpływu, ryzyk i szans
- » 4. Określenie tematów kluczowych

MACIERZ PODWÓJNEJ ISTOTNOŚCI 2024



KONSULTACJE W LICZBACH



16 600

ODPOWIEDZI
W PROCESIE
BADAWCZYM

9

KLUCZOWYCH GRUP
INTERESARIUSZY

3

KRAJE OBJĘTE BADANIEM:
POLSKA, PORTUGALIA,
KOLUMBIA

» Więcej informacji na temat procesu i wyników analizy podwójnej istotności znajduje się w *Raporcie Zrównoważonego Rozwoju Grupy Jerónimo Martins*.

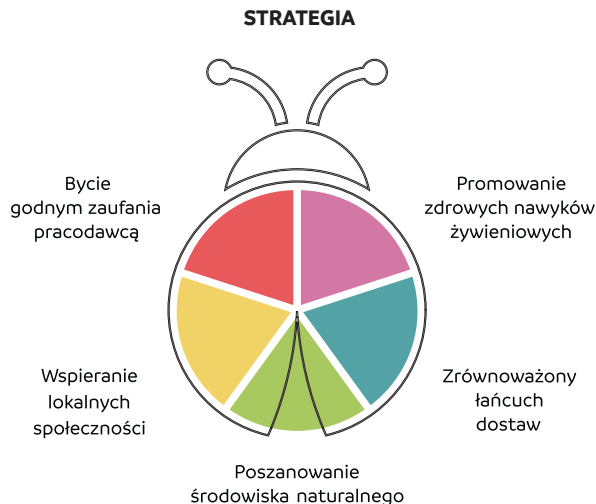
Pogłębione badanie, będące częścią analizy podwójnej istotności, pozwoliło nam potwierdzić priorytetowe obszary, które w największym stopniu kształtują kierunki naszej strategii oraz relacje z partnerami społecznymi i biznesowymi. To zagadnienia istotne zarówno z punktu widzenia wpływu, jaki wywieramy na otoczenie, jak i znaczenia finansowego. Stanowią one fundament planu zrównoważonego rozwoju na lata 2024–2026 i wspierają nas w tworzeniu odpowiedzialnej, nowoczesnej i stabilnej organizacji.

W raporcie przedstawiamy kluczowe tematy z analizy podwójnej istotności oraz dodatkowe aspekty zrównoważonego rozwoju ważne dla naszej działalności i interesariuszy. Kategorie te wyróżniliśmy w raporcie i tabeli zgodności za pomocą symboli (M – istotny, N-M – poniżej progu istotności).

MODEL ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

NAKŁADY

- 186 nowych sklepów (161 netto)
- 280 zmodernizowanych sklepów
- 3 730 sklepów
- 17 centrów dystrybucyjnych
- 84 145 pracowników
- 1 811 dostawców
- 1,8 miliarda złotych inwestycji



WPŁYWY

- Ponad 5 mln klientów dziennie
- prawie 101,6 miliarda zł przychodów ze sprzedaży
- 4,1% wzrost sprzedaży
- 760 mln zł podatku CIT
- 239,3 mln zł przekazane na kampanie i projekty społeczne (w tym darowizna dla Fundacji Biedronka)
- Ponad 60 godzin szkoleniowych na pracownika

Surowce

(spożywcze, niespożywcze, opakowaniowe i inne)

Działając wspólnie z naszymi dostawcami, promujemy zrównoważone pozyskiwanie surowców spożywczych i innych komponentów, gwarantując bezpieczeństwo konsumentów, jednocześnie promując ochronę i poszanowanie środowiska, ludzi i społeczności w odniesieniu do wpływu wywieranego przez produkcję naszych produktów.

Przetwórstwo

Pomagamy naszym partnerom biznesowym w osiągnięciu zrównoważonego rozwoju i wdrażaniu innowacji, przy jednoczesnym zapewnieniu efektywności procesów.

Pracownicy

Promujemy bezpieczne i zdrowe środowisko pracy dla wszystkich naszych pracowników, zawsze starając się minimalizować wpływ naszej działalności na otaczającą społeczność i środowisko, poprawiać warunki pracy i wspierać naszych pracowników.

Klient

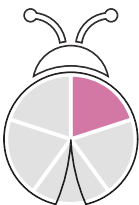
Oferujemy bezpieczną, zdrową, wysokiej jakości żywność oraz promujemy odpowiedzialną konsumpcję.

Społeczność

Wspieramy lokalne społeczności i przyczyniamy się do zmniejszenia ubóstwa i niedożywienia oraz promowania zdrowych nawyków.

STRATEGIA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Nasze działania w obszarze zrównoważonego rozwoju planujemy w trzyletnich cyklach. Rok 2024 otwiera nowy etap – realizację celów na lata 2024–2026. To kontynuacja wcześniejszych zobowiązań oraz odpowiedź na nowe wyzwania, które szczegółowo opisujemy w dalszej części raportu. Działania te wpisują się także w długoterminową strategię Grupy, której horyzont sięga roku 2050. Do tej pory nasze raporty zrównoważonego rozwoju opierały się na strukturze filarów odpowiedzialności korporacyjnej. W tym roku, w związku z rozpoczęciem raportowania Grupy Jerónimo Martins zgodnie z wymogami ESRS, zmieniamy podejście i – tam, gdzie było to zasadne – dostosowujemy strukturę raportu Biedronki do tego kierunku. Polityki, strategia i cele zostały przedstawione w układzie nawiązującym do wymagań standardów.



Promowanie zdrowych nawyków żywieniowych

Chcemy pozytywnie wpływać na zdrowie naszych klientów przez promowanie bezpiecznej, dobrej i zbilansowanej żywności oraz odpowiedzialnych zwyczajów żywieniowych. Dlatego koncentrujemy się na bezpieczeństwie i jakości naszych produktów oraz na zróżnicowanej diecie, zapewniając jednocześnie szeroką dostępność produktów, dbając o minimalizację istniejącego i możliwego wpływu na środowisko i społeczeństwo podczas ich produkcji, w przystępnych cenach.



Zrównoważony Łańcuch Dostaw

W naszym łańcuchu dostaw uwzględniamy aspekty etyczne, społeczne oraz środowiskowe, rozwijając trwałe i obustronnie korzystne relacje handlowe z naszymi partnerami oraz aktywnie wspierając lokalnych dostawców. Długoterminowa współpraca z rodzimymi firmami jest strategicznym założeniem od początku istnienia naszej sieci, a produkty spożywcze pochodzące od polskich dostawców stanowią podstawę naszej oferty.

Strategia Zrównoważonego Rozwoju Biedronki na lata 2024–2026 odzwierciedla kierunek naszych działań w obszarach wpływu środowiskowego, społecznego i odpowiedzialnego zarządzania. Zobowiązania zrównoważonego rozwoju Biedronki na lata 2024–2026 zostały opisane w kolejnych rozdziałach raportu – przy tematach, których bezpośrednio dotyczą.

Nasze priorytety:

- Inwestowanie w jakość i innowacyjność marek własnych
- Zapewnienie bezpieczeństwa żywności
- Dostarczanie pełnych informacji o wartościach odżywczych sprzedawanych przez nas produktów



Nasze priorytety:

- Walka z wylesianiem
- Dostarczanie produktów z certyfikatem zrównoważonego rozwoju
- Kupowanie od lokalnych dostawców i wspieranie innowacji
- Zrównoważone rybołówstwo
- Dbanie o dobrostan zwierząt





Poszanowanie środowiska naturalnego

Firmy zależne od branży spożywczej stoją wobec szeregu wyzwań środowiskowych, zważywszy na znaczne wykorzystanie zasobów naturalnych, wpływ upraw i hodowli na naturalne ekosystemy oraz na zmiany klimatyczne czy rosnący problem zanieczyszczenia plastikiem. Naszym celem jest ograniczenie wpływu na środowisko, aby nasz łańcuch dostaw mógł dostarczać zdrową i różnorodną żywność, jednocześnie minimalizując negatywne skutki naszej działalności – z myślą o przyszłych pokoleniach.

Nasze priorytety:

- Zachowanie bioróżnorodności
- Walka ze zmianami klimatu
- Wprowadzenie odpowiedzialnej gospodarki odpadami
- Staranny dobór materiałów do produkcji opakowań
- Podnoszenie świadomości pracowników i klientów

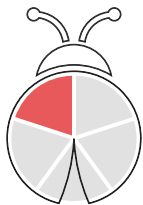


Wspieranie lokalnych społeczności

Nieustannie wsluchujemy się w potrzeby otaczających nas społeczności, wspierając najbardziej wrażliwe grupy: dzieci, młodzież oraz osoby starsze. Wspólnie z partnerami społecznymi podejmujemy inicjatywy mające na celu walkę z wykluczeniem, ubóstwem czy niedożywieniem.

Nasze priorytety:

- Zapewnienie bezpośredniego i pośredniego wsparcia dla społeczności
- Rozwijanie inicjatyw społecznych
- Tworzenie kampanii wewnętrznych



Bycie godnym zaufania pracodawcą

Jako największy pracodawca w Polsce mamy świadomość spoczywającej na nas odpowiedzialności wobec naszych pracowników. Codzienna dbałość o pracowników jest naszym priorytetem, a stworzenie jak najlepszego i najbezpieczniejszego środowiska pracy – jednym z najważniejszych celów. Naszej załodze oferujemy atrakcyjne warunki wynagrodzenia, bogaty pakiet świadczeń pozapłacowych, szkolenia i możliwość rozwoju zawodowego. Pracowników i ich rodziny wspieramy też w trudnych sytuacjach życiowych oraz towarzyszymy im w ważnych dla nich chwilach, np. związanych z narodzinami dziecka czy edukacją.

Nasze priorytety:

- Promowanie poszanowania praw człowieka i praw pracowniczych
- Wzmocnienie promocji równości płci w całej Grupie
- Wzmacnianie zdolności przywódczych przyszłych pokoleń i stymulowanie transferu wiedzy
- Wzmocnienie naszych mechanizmów uznawania i promowanie większej przejrzystości w zakresie wynagrodzeń
- Przyczynianie się do zwiększenia integracji społecznej
- Wzmocnienie naszych wewnętrznych możliwości rozwoju i mobilności, zwiększając ich atrakcyjność i skuteczność
- Wspieranie bezpiecznych warunków pracy
- Promowanie elastycznego i zdrowego środowiska pracy w całej Grupie



Członkostwo w organizacjach i stowarzyszeniach

Rozwój odpowiedzialnego biznesu to praca zespołowa. Dlatego uczestniczymy w pracach organizacji branżowych, zrównoważonego rozwoju i innowacji. To przestrzeń, w której dzielimy się wiedzą, uczymy się od innych i wspólnie kształtujemy przyszłość handlu. Jako Biedronka oraz jako część Grupy Jeronimo Martins jesteśmy członkiem wielu inicjatyw i stowarzyszeń, które wspierają wymianę najlepszych praktyk i rozwój odpowiedzialnych standardów działania. W 2024 roku byliśmy zaangażowani m.in. w działalność następujących organizacji:

Business for Nature¹RoundTable
on Sustainable Palm Oil¹Carbon Disclosure Project¹Polska Koalicja
ds. Zrównoważonego
Oleju Palmowego

Polski Pakt Plastikowy

The Consumer Goods Forum¹Polsko-Portugalska Izba
Gospodarcza

Global Food Safety Initiative

United Nations
Global CompactRound Table
on Responsible Soy¹Efficient Consumer
Response PolskaIzba Gospodarki
Elektronicznej

Lean&Green

Polskie Stowarzyszenie
Zarządzania KadramiForum Odpowiedzialnego
Biznesu (FOB)We Mean Business Coalition¹Polska Organizacja Handlu
i Dystrybucji (POHiD)Związek Pracodawców Przemysłu
Opakowań i Produktów
w Opakowaniach EKO-PAK

¹ Zaangażowanie na poziomie Grupy Jeronimo Martins.

ZRÓWNOWAŻONY ŁAŃCUCH DOSTAW

Temat ESRS	Istotność	Zobowiązanie	Postęp w realizacji w 2024
ESRS G1-2	M	Przeprowadzenie audytów środowiskowych u co najmniej 20% wybranych dostawców marki własnej i produktów świeżych, w oparciu o ocenę ryzyka i przy wolumenie zakupów przekraczającym milion EUR, w latach 2024-2026.	W 2024 roku przeprowadziliśmy audyty 10 dostawców marek własnych i produktów świeżych. Spośród tych 10 audytów cztery dotyczyły dostawców posiadających certyfikat ISO 14001.
ESRS G1-2	M	Zapewnienie, aby do 2026 roku kryteria dobrostanu zwierząt zostały dołączone do zakresu audytów przeprowadzanych u dostawców produktów świeżych, którzy wytwarzają produkty zawierające co najmniej 80% białka zwierzęcego oraz publiczne ujawnienie wyników.	Kryteria dobrostanu zwierząt zostały uwzględnione w audytach dostawców produktów świeżych zawierających ≥80% białka zwierzęcego. W Polsce audyty dobrostanu zwierząt przeprowadzono u producentów mięsa oraz w hodowli świeżych ryb z akwakultury.
ESRS G1-2	M	Przeprowadzenie kontroli 100% ferm jaj, z których pochodzą jaja świeże marki własnej Biedronki, do końca 2024 roku.	Skontrolowano 100% ferm dostarczających świeże jaja marki własnej Biedronki.
ESRS G1-2	M	Począwszy od 2024 roku, przeprowadzanie audytów 100% świeżych ryb z akwakultury zgodnie ze standardem „Fish Welfare”.	W 2024 roku rozpoczęto audyty bezpośrednich dostawców świeżych ryb z akwakultury zgodnie ze standardem „Fish Welfare” – objęto nimi 42% bezpośrednich dostawców Biedronki w tej kategorii.
ESRS S4-5	M	Zwiększenie sprzedaży marek własnych i/lub produktów świeżych oraz opakowań z certyfikatem zrównoważonego rozwoju do co najmniej 18% całkowitej sprzedaży tych kategorii produktów do 2026 roku.	W 2024 roku sprzedaż produktów marek własnych i/lub produktów świeżych oraz opakowań z certyfikatem zrównoważonego rozwoju stanowiła 16,8%.



PONAD

1800

DOSTAWCÓW



94%

PRODUKTÓW SPOŻYWCZYCH Z POLSKI



Grzegorz Pytko
CCO, Dyrektor Działu Zakupów w sieci Biedronka



W Biedronce wiemy, że jakość produktu zaczyna się dużo wcześniej niż na półce sklepowej – na polu, w zakładzie produkcyjnym, w centrum logistycznym. Dlatego współpraca z naszymi dostawcami opiera się na jasnych zasadach i wysokich standardach – środowiskowych i społecznych. Weryfikujemy wpływ środowiskowy naszych partnerów, oczekujemy przejrzystości, przeciwdziałania łamaniu praw człowieka i przestrzegania zasad BHP. Wspieramy ich w podnoszeniu standardów, planowaniu działań i dzielimy się wiedzą. Wierzymy, że odpowiedzialny i nieprzerwany łańcuch dostaw to wspólny wysiłek – i wspólna korzyść: dla pracowników naszych dostawców, dla środowiska, dla naszych klientów.

W przypadku organizacji o skali działania takiej jak Biedronka, zrównoważony łańcuch dostaw nabiera szczególnego znaczenia. Stosowanie kryteriów środowiskowych i społecznych przekłada się na ograniczenie wpływu na klimat i środowisko, warunki pracy w sektorze produkcji i logistyki oraz sytuację społeczności, które są częścią tego ekosystemu. Poprzez promocję, edukację i wspieranie rozwiązań sprzyjających zrównoważonemu rozwojowi wpływamy na standardy, które wykraczają poza naszą bezpośrednią działalność.

Jednocześnie czujemy się zobowiązani do zapewnienia naszym klientom żywności bezpiecznej, wysokiej jakości i przystępnej cenowo. Wspieramy tym samym demokratyzację dostępu do zdrowych produktów. Nasza długofalowa współpraca z lokalnymi dostawcami wzmacnia krajową gospodarkę i przyczynia się do skrócenia łańcuchów dostaw, co sprzyja ich stabilności, przejrzystości i zmniejszeniu śladu środowiskowego.

Współpraca z dostawcami

W relacjach z dostawcami koncentrujemy się na jakości, niezawodności i ograniczaniu wpływu na środowisko. Zachęcamy partnerów do wdrażania praktyk zgodnych z ideą zrównoważonego rozwoju, a jednocześnie oferujemy im wsparcie, takie jak szkolenia. Dzięki takim działaniom budujemy bardziej świadomy i przejrzysty łańcuch dostaw.

WSPÓŁPRACA Z DOSTAWCAMI NA RZECZ ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

W 2023 roku sieć Biedronka rozpoczęła realizację nowej inicjatywy Grupy Jerónimo Martins, skierowanej do wybranych dostawców kategorii produktów świeżych oraz marek własnych. Celem projektu jest pogłębienie współpracy w zakresie zrównoważonego rozwoju poprzez ocenę dostawców oraz budowanie ich kompetencji w tym obszarze. W pierwszej edycji zaproszenie otrzymało kilkudziesięciu partnerów.

Działania w ramach zarządzania zrównoważonym łańcuchem dostaw opieramy na połączeniu jasnych oczekiwań wobec dostawców z mechanizmami oceny i weryfikacji. Regularnie przeprowadzamy audyty jakościowe, społeczne i środowiskowe. Równocześnie promujemy stosowanie zewnętrznych standardów takich jak certyfikacje środowiskowe, które pozwalają potwierdzić zgodność procesów produkcyjnych z zasadami ochrony środowiska i odpowiedzialnej produkcji.

Audyty środowiskowe i społeczne dostawców

W 2024 roku kontynuowaliśmy audyty środowiskowe oraz społeczne u dostawców produktów oferowanych pod marką własną i produktów świeżych. Audyty środowiskowe prowadziliśmy także wśród firm świadczących usługi o istotnym wpływie środowiskowym – m.in. transportowe, chłodnicze, poligraficzne czy związane z gospodarką odpadami. Audyty te obejmują około 100 kryteriów z dziewięciu obszarów, takich jak zużycie energii i wody, gospodarka odpadami, emisje do atmosfery, redukcja hałasu czy postępowanie z substancjami niebezpiecznymi. Na podstawie skali dostaw do naszej sieci oraz charakterystyki działalności dostawców określamy poziom istotności wpływu środowiskowego i identyfikujemy obszary wymagające poprawy. W trakcie audytów społecznych sprawdzamy zgodność działań dostawców z polskimi i międzynarodowymi przepisami dotyczącymi praw człowieka oraz przestrzeganie dobrych praktyk opracowanych przez Consumer Goods Forum. Auditorzy weryfikują 120 kryteriów w 12 kategoriach obejmujących m.in. prawa człowieka, kwestie etyczne, bezpieczeństwo pracy czy zasady wynagradzania i rozliczania godzin pracy.

Dostawcy, u których zidentyfikowano niezgodności, otrzymują plan działań naprawczych, określający konkretne kroki do wdrożenia w ustalonym terminie. Po tym czasie przeprowadzany jest audyt kontrolny, weryfikujący skuteczność wprowadzonych zmian. Jeżeli działania nie zostały zrealizowane, zastrzegamy sobie możliwość zawieszenia współpracy. Taki system nie tylko zwiększa transparentność w łańcuchu dostaw, lecz także pomaga partnerom w systematycznym podnoszeniu standardów.

W 2024 roku w ramach programu audytów środowiskowych i społecznych prowadziliśmy warsztaty z dostawcami, które pozwoliły pogłębić wiedzę i zaangażowanie w obszary związane ze zrównoważonym rozwojem. Dodatkowo, do naszych audytów jakości i bezpieczeństwa żywności wprowadzamy kryteria dobrostanu zwierząt, które stanowią ważną część naszej polityki odpowiedzialności.

Ankieta środowiskowa dla nowych dostawców

Nowi dostawcy, z którymi nawiązujemy współpracę, oceniani są zarówno pod kątem jakości i bezpieczeństwa żywności jak i kryteriów środowiskowych. Ankieta środowiskowa ma na celu ocenę ryzyka związanego ze współpracą z dostawcami marek własnych oraz produktów świeżych. Jej zakres obejmuje kwestie takie jak: certyfikaty i pozwolenia środowiskowe, gospodarka wodno-ściekowa, zarządzanie odpadami, emisje do atmosfery oraz stosowane paliwa. Na podstawie zebranych informacji możemy upewnić się, że nasi dostawcy spełniają wymagane standardy środowiskowe, a także zidentyfikować obszary ich działalności wymagające poprawy. Wyniki ankiety oceniane są w trzystopniowej skali: niskie, średnie i wysokie ryzyko. Dostawcy, których odpowiedzi wskazują na wysokie ryzyko niezgodności, proszeni są o podjęcie odpowiednich działań naprawczych.

» Więcej informacji o audytach przeczytasz w *Raporcie Zrównoważonego Rozwoju Grupy Jerónimo Martins*.

Promowanie zrównoważonych praktyk produkcyjnych

CERTYFIKACJA OPAKOWAŃ I PRODUKTÓW

Wspieramy rozwój zrównoważonego łańcucha dostaw również poprzez promowanie produktów oznaczonych certyfikatami potwierdzającymi odpowiedzialne podejście do środowiska i zasobów naturalnych. W naszej ofercie można znaleźć produkty marki własnej i produkty świeże opatrzone uznanymi certyfikatami, takimi jak **Rainforest Alliance**, **MSC** (zrównoważone rybołówstwo), **FSC** i **PEFC** (zrównoważona gospodarka leśna) czy **Oeko-Tex Made in Green**. Tego rodzaju oznaczenie stanowi dla klientów sygnał, że dany produkt powstał z poszanowaniem standardów środowiskowych i etycznych.

» Więcej informacji na temat zrównoważonych praktyk produkcyjnych przeczytasz w części „Zaangażowanie lokalnych dostawców”.

TROSZCZYMY SIĘ O ŚRODOWISKO



Do Biedronki
IDE!
„bo dbanie o środowisko
to nasz wspólny interes”

Na skróty:

⌵
Działania na rzecz klimatu

⌵
Bioróżnorodność
i ekosystemy

⌵
Gospodarka
o obiegu zamkniętym





Dagmara Łakoma
Starsza Menedżerka ds. Ochrony Środowiska
w sieci Biedronka

”

Przyszłość handlu to oczywiście dobra oferta i przystępne ceny, ale pod warunkiem wzięcia odpowiedzialności – wobec ludzi, środowiska i przyszłych pokoleń. Mamy świadomość, że skala naszej działalności wiąże się z wpływem na środowisko, ale też sporą od niego zależnością. Traktujemy wyzwania klimatyczne z pełną powagą i konsekwentnie działamy w całym łańcuchu wartości. Modernizujemy sklepy i centra dystrybucyjne pod kątem efektywności energetycznej, inwestujemy w odnawialne źródła energii oraz systemy chłodnicze oparte na czynnikach chłodniczych o mniejszym GWP (potencjale tworzenia efektu cieplarnianego). Duży nacisk kładziemy na redukcję odpadów i gospodarkę obiegu zamkniętego, od przekazywania pełnowartościowej żywności organizacjom charytatywnym przez ograniczanie plastiku w opakowaniach, po recykling. Jednocześnie edukujemy – nie po to, by mówić, że robimy dużo, ale by inspirować do zmiany. Także naszych partnerów i klientów.



18,5%

ZMNIJSZENIE EMISJI
GAZÓW CIEPLARNIANYCH
W ZAKRESACH 1 I 2
W PORÓWNANIU
Z ROKIEM 2023



1695

SKLEPÓW Z PANELAMI
FOTOWOLTAICZNYMI



11,8%

REDUKCJA WSKAŹNIKA
ZUŻYCIA MATERIAŁÓW
DO OPAKOWAŃ MAREK
WŁASNYCH (WYRAŻONEGO
W TONACH NA 1 MLN EURO
OBROTU) W PORÓWNANIU
DO 2023 ROKU



1219

TON MNIEJ
PLASTIKU ROCZNIE
DZIĘKI ZMIANOM
W OPAKOWANIACH

DZIAŁANIA NA RZECZ KLIMATU (M)

ESRS 2 MDR-T

Temat ESRS	Istotność	Zobowiązanie	Postęp w realizacji w 2024
ESRS E2-3	N-M	Utrzymanie liczby lokalizacji z certyfikatem środowiskowym (17 centrów dystrybucyjnych) i zapewnienie certyfikacji środowiskowej dla nowych lokalizacji (centra dystrybucyjne i jednostki przemysłowe otwarte w latach 2024-2026).	Certyfikacja zgodnie z normą ISO 14001 została odnowiona dla 17 centrów dystrybucyjnych i Fabryki Zup.
ESRS E4-4	N-M	Wspieranie i/lub realizacja w latach 2024-2026 co najmniej dwóch projektów z zakresu ochrony przyrody i bioróżnorodności zgodnych z Globalnymi Ramami Różnorodności Kunmigi-Montreal i coroczne ujawnianie ich wyników.	Wsparliśmy 2 projekty z zakresu ochrony przyrody i różnorodności biologicznej.
ESRS E1-4	M	Zmniejszenie śladu węglowego Grupy w zakresach 1 i 2 o co najmniej 10% do roku 2026 w porównaniu z rokiem 2021. Zobowiązanie to jest zgodne z krótkoterminowym celem opartym na podstawach naukowych przedstawionym przez Jerónimo Martins organizacji Science Based Targets Initiative.	Ślad węglowy Biedronki (zakres 1 i 2), w wartościach bezwzględnych, został zmniejszony o 25,2% w porównaniu do 2021 roku.
ESRS E1-4	M	Zmniejszenie emisji dwutlenku węgla wynikającej z transportu towarów do sklepów o 5% (w tonach CO ₂ e na 1 000 przewiezionych palet) do 2026 roku w porównaniu z rokiem 2021.	Emisja dwutlenku węgla wynikająca z transportu towarów została zmniejszona o 9,3% w porównaniu do 2021 roku.
ESRS E1-4	M	Zaangażowanie w latach 2024–2026 co najmniej 10 dostawców z grona 100 największych dostawców w kategorii zakupionych produktów w celu współpracy nad określeniem strategii redukcji emisji z zakresu 3.	Współpracowaliśmy z 11 dostawcami.
ESRS E1-4	M	Zmniejszenie zużycia energii o 10% (na 1 000 EUR sprzedaży) do 2026 roku w porównaniu z rokiem 2021.	Zużycie energii przez Biedronkę zostało zmniejszone o 36,3% (na 1 000 EUR sprzedaży) w porównaniu do 2021 roku.
ESRS E3-4	N-M	Zmniejszenie poboru wody w działalności dystrybucyjnej o 5% (na 1 000 EUR sprzedaży) do 2026 roku w porównaniu z rokiem 2021 r.	Pobór wody przez Biedronkę został zmniejszony o 34,4% (na 1 000 EUR sprzedaży) w porównaniu do 2021 roku.

Temat ESRS	Istotność	Zobowiązanie	Postęp w realizacji w 2024
ESRS E5-3	M	Zapewnienie, aby do 2026 roku przynajmniej 25% opakowań produktów marki własnej było zaprojektowanych zgodnie z zasadami ekoprojektowania, z uwzględnieniem asortymentu z 2023 roku.	40,5% opakowań produktów marki własnej zostało objętych projektem ekoprojektowania w porównaniu z asortymentem z 2023 roku.
ESRS E5-3	M	Zmniejszenie o 10% do 2025 roku jednostkowego zużycia tworzyw sztucznych mierzone w tonach opakowań plastikowych na milion EUR obrotu w porównaniu z rokiem 2018.	Zużycie tworzyw sztucznych zostało zmniejszone o 51,9% w porównaniu z rokiem 2018.
ESRS E5-3	M	Zwiększenie zawartości tworzyw sztucznych pochodzących z recyklingu w opakowaniach plastikowych, za które odpowiadamy (marka własna, opakowania usługowe, torby reklamowe i folia do pakowania) do 25% do 2025 roku.	Zawartość tworzyw sztucznych z recyklingu w opakowaniach plastikowych, za które odpowiada Biedronka, wyniosła 12,6%.
ESRS E5-3	M	Zapewnienie rocznego poziomu odzysku odpadów na poziomie co najmniej 85% wolumenu wytworzonych odpadów do roku 2026.	90% odpadów wytworzonych przez Biedronkę zostało przekazanych do odzysku.
ESRS E5-3	M	Ograniczenie rocznego marnowania żywności do 2,5% całkowitej sprzedaży żywności (w tonach) w latach 2024-2026.	Biedronka ograniczyła marnowanie żywności do 2% całkowitej sprzedaży żywności (w tonach).
ESRS E5-3	M	Do 2026 roku zwiększenie o 10% w porównaniu do roku 2023 ilości uratowanej żywności we własnej działalności w łańcuchu dostaw m.in. poprzez darowizny żywnościowe, sprzedaż produktów spożywczych z krótką datą przydatności po obniżonej cenie, wykorzystanie niesklasyfikowanej żywności od rolników i pozostałości z własnej działalności oraz przekierowanie zmarnowanej żywności na paszę i bioprzetwarzanie.	Ilość odzyskanej żywności we własnej działalności Biedronki i w łańcuchu dostaw wzrosła do 27%.

Przeciwdziałanie zmianom klimatu

ESRS E1-4

GŁÓWNE ZOBOWIĄZANIA GRUPY (ROK BAZOWY: 2021)



do 2033 roku

- ⬇️ redukcja emisji gazów cieplarnianych w zakresach 1 i 2 (energia, przemysł) o 55%,
- ⬇️ redukcja emisji w zakresie 3 (energia i przemysł) o 33%,
- ⬇️ redukcja emisji związanych z działalnością rolniczą i użytkowaniem gruntów (FLAG, zakres 1 i 3) o 39,4%;

do 2045 roku:

- ⬇️ redukcja emisji w zakresie 1 i 2 (energia, przemysł) o 90%;

do 2050 roku:

- ⬇️ redukcja emisji w zakresie 3 (energia, przemysł) o 90%,
- ⬇️ redukcja emisji w zakresach 1 i 3 (leśnictwo, grunty, rolnictwo-FLAG) o 72%,
- ➡️ neutralizacja pozostałych emisji zgodnie z międzynarodowymi standardami.

Aby osiągnąć te cele, Biedronka inwestuje w odnawialne źródła energii, energooszczędne technologie i współpracuje z dostawcami produktów świeżych oraz marek własnych na rzecz najlepszych praktyk w rolnictwie, gospodarki o obiegu zamkniętym i ochrony zasobów naturalnych.

Plan transformacji klimatycznej (M)

W 2024 roku Grupa Jerónimo Martins zaktualizowała Climate Transition Plan – Plan Transformacji Klimatycznej, który obejmuje działania, inicjatywy i inwestycje potrzebne do ograniczenia wzrostu średniej globalnej temperatury do 1,5°C powyżej poziomu sprzed epoki przemysłowej oraz do ochrony różnorodności biologicznej. Plan został stworzony z myślą o ustanowieniu i monitorowaniu celów związanych z dekarbonizacją i zrównoważonym rozwojem w całym łańcuchu wartości. Dokument określa naszą strategię w zakresie redukcji emisji gazów cieplarnianych w operacjach własnych oraz poprzez współpracę z dostawcami, zwłaszcza marek własnych i produktów świeżych. W 2024 roku cele redukcji emisji zgłoszone przez Grupę zostały zatwierdzone przez inicjatywę Science Based Targets (SBTi), co potwierdza ich zgodność z aktualną wiedzą naukową i celami Porozumienia Paryskiego ONZ.

Grupa Jerónimo Martins nieprzerwanie rozwija proces identyfikacji i oceny ryzyk klimatycznych oraz związanych z nimi szans w całym łańcuchu wartości. W 2024 roku Grupa kontynuowała działania mające na celu lepsze dostosowanie do wymogów dyrektywy CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive), uwzględniając przy tym najnowsze dane Międzyrządowego Zespołu ds. Zmian Klimatu (IPCC). Zgodnie z zaleceniami, analiza powinna obejmować ryzyka fizyczne i transformacyjne, jak i różne scenariusze klimatyczne oraz horyzonty czasowe. Oceną objęto spółki Grupy o obrotach przekraczających 100 mln euro oraz dostawców marek własnych i produktów świeżych, co razem odpowiada za 99,9% całkowitych przychodów.

W 2024 roku działania obejmowały m.in.:

- aktualizację scenariuszy ryzyka klimatycznego,
- pogłębienie wiedzy o śladzie węglowym w łańcuchu dostaw dzięki współpracy z kluczowymi dostawcami,
- ocenę ryzyk związanych z wybranymi kategoriami produktów – zwłaszcza owocami, warzywami i zasobami wodnymi.

Ryzyka i szanse związane z klimatem

ESRS E1-4

RYZYKA KLIMATYCZNE

Zmiany klimatu stają się istotnym czynnikiem wpływającym na działalność operacyjną i strategiczną biznesu. W odpowiedzi na rosnące zagrożenia i złożoność zjawisk pogodowych rozwijamy system identyfikacji i zarządzania ryzykami klimatycznymi, które najpierw zostały opracowane w oparciu o rekomendacje TCFD (Task Force on Climate-related Financial Disclosures), a obecnie zostały zintegrowane z międzynarodowymi standardami ISSB (International Sustainability Standards Board).

W 2024 roku rozpoczęliśmy proces aktualizacji oceny ryzyk i szans klimatycznych w całym łańcuchu wartości, zgodnie z wytycznymi dyrektywy CSRD oraz najnowszymi scenariuszami klimatycznymi. Analiza obejmowała różne trzy horyzonty czasowe (krótkoterminowe 2030, średnioterminowe 2040 i długoterminowy 2050) oraz trzy scenariusze rozwoju sytuacji klimatycznej (SSP1-1.9 (<1.5°C), SSP2-4.5 (2-3°C) i SSP5-8.5 (>4°C)), uwzględniając ryzyka fizyczne i transformacyjne.

Do głównych obszarów ryzyka zaliczono:

- ekstremalne zjawiska pogodowe (np. wysokie temperatury, gwałtowne opady deszczu, które mogą wpływać na ciągłość dostaw, jakość produktów świeżych, stabilność systemów chłodniczych oraz warunki pracy),
- dostępność zasobów wodnych, szczególnie istotna w przypadku owoców, warzyw i innych produktów rolnych nabywanych przez Grupę,
- zależność od portów morskich, które mogą być narażone na skutki podnoszenia się poziomu mórz – istotne z punktu widzenia importu surowców,
- wzrost kosztów energii i emisji, wynikający ze zmian regulacyjnych i wdrażania polityk klimatycznych, w tym systemów opłat emisyjnych,
- oczekiwania konsumentów i inwestorów dotyczące przejrzystości oraz tempa przechodzenia na modele działalności niskoemisyjnej.

W proces oceny zaangażowaliśmy dostawców produktów o wysokim ryzyku klimatycznym, takich jak: kawa, mięso, warzywa, owoce i zboża. Celem było pozyskanie wiedzy o stosowanych przez nich środkach adaptacyjnych, np. w zakresie energii odnawialnej, zmian lokalizacji produkcji czy rozwoju bardziej odpornych odmian upraw.



Równolegle analizowaliśmy podatność naszej infrastruktury – w tym sklepów i centrów dystrybucji – na ryzyko np. powodzi oraz skutki długotrwałych fal upałów. W przypadku Biedronki uwzględniliśmy specyfikę klimatyczną Polski i związane z nią zagrożenia operacyjne, takie jak przeciążenia sieci energetycznych, dostępność wody czy zwiększona zmienność podaży produktów sezonowych.

Nasze podejście zakłada ciągłe doskonalenie modeli oceny ryzyka oraz poszukiwanie synergii z dostawcami i partnerami. Ryzyka klimatyczne są monitorowane na poziomie zarządczym i są integralną częścią zarządzania strategicznego w Grupie Jerónimo Martins.

SZANSE ZWIĄZANE Z KLIMATEM

Wydłużenie sezonu wegetacyjnego i zmieniające się warunki klimatyczne otwierają nowe możliwości lokalnej produkcji niektórych kategorii produktów. Przykładowo, łagodniejsze zimy w Polsce sprzyjają uprawie warzyw i owoców w regionach, które dotąd były uznawane za mniej korzystne dla rolnictwa.

Rozwój źródeł energii odnawialnej we własnych lokalizacjach i większa efektywność energetyczna w sklepach, centrach dystrybucji i zakładach przetwórczych przekładają się na niższe koszty operacyjne i ograniczenie emisji. Wśród szans identyfikujemy także wzrost popytu na produkty niskoemisyjne, roślinne i pochodzące z rolnictwa regeneratywnego, a także możliwość rozwoju współpracy z dostawcami inwestującymi w zrównoważone technologie i rozwiązania oparte na obiegu zamkniętym.

Ślad węglowy (M)

ESRS E1-4

W 2024 roku nasze emisje gazów cieplarnianych w zakresach 1 i 2 spadły o 18,5% w porównaniu z rokiem 2023. Na ten wynik wpłynęło przede wszystkim obniżenie emisyjności polskiego miks energetycznego, inwestycje Biedronki w odnawialne źródła energii oraz modernizacja



systemów chłodniczych – zastąpionych modelami wykorzystującymi naturalne lub niskoemisyjne czynniki chłodnicze.

Kontynuowaliśmy także rozwój narzędzi do obliczania śladu węglowego dla produktów marki własnej i produktów świeżych, opierając się na standardzie GHG Protocol. Stworzone kalkulatory obejmują pięć głównych kategorii: papier toaletowy, wkładki i chusteczki, mięso świeże, towary podstawowe, nabiał i tłuszcze oraz owoce i warzywa. Narzędzia uwzględniają emisje gazów cieplarnianych na wszystkich etapach cyklu życia produktu – od produkcji surowców, przez transport, przetwórstwo i magazynowanie, zagospodarowanie odpadów, aż do dostarczenia towaru do magazynu Biedronki.

W minionym roku zorganizowaliśmy 5 webinarów edukacyjnych dotyczących wypracowanego narzędzia z udziałem łącznie 220 uczestników. Kalkulatory przetestowało ponad 70 dostawców, w dalszej kolejności aplikacje były doskonalone i dostosowywane do potrzeb zgłoszonych przez dostawców danej kategorii. Wspólne testowanie i optymalizacja kalkulatorów pozwoliły lepiej dopasować je do specyfiki poszczególnych kategorii produktów.

Emisje gazów cieplarnianych w 2024 roku (w t CO₂e)

Bezpośrednie emisje gazów cieplarnianych (zakres 1) ¹	jednostka	2023	2024	2024/2023
Emisje związane ze zużyciem paliw ^{2,3} (wraz ze sklepami franczyzowymi)	t CO ₂ e	32 392	27 442	-15,3%
Zużycie CO ₂ w systemach chłodniczych stosowanych w sklepach i centrach dystrybucyjnych	t CO ₂ e	28 623	28 253	-1,3%
Emisje związane z wyciekiem gazów chłodniczych	t CO ₂ e	45 196	25 963	-42,6%
Emisje związane ze zużyciem paliw w osobowych samochodach służbowych	t CO ₂ e	10 956	10 069	-8,1%
Emisje bezpośrednie razem	t CO₂e	117 168	91 728	-21,7%

¹ Wartości podano w zaokrągleniu.² W tym gaz, olej napędowy i inne paliwa.³ Emisje szacowane według metodyki opracowanej i stosowanej przez Grupę JM.

Pośrednie emisje gazów cieplarnianych (zakres 2) ¹	jednostka	2023	2024	2024/2023
Pośrednie emisje związane z wytwarzaniem energii elektrycznej (location-based) ²	t CO ₂ e	617 848	603 886	-2,3%
Pośrednie emisje związane z wytwarzaniem energii elektrycznej (market-based) ³	t CO ₂ e	650 769	538 811	-17,2%
Handel emisjami (np. certyfikaty energii odnawialnej – RECs) ⁴	t CO ₂ e	- 37 511	- 35 332	-5,8%
Pośrednie emisje związane z wytwarzaniem energii elektrycznej (market-based) z uwzględnieniem certyfikatów energii odnawialnej	t CO ₂ e	613 258	503 479	-17,9%
Pośrednie emisje związane z wytwarzaniem energii elektrycznej (market-based) z uwzględnieniem certyfikatów energii odnawialnej oraz wskaźników	t CO ₂ e	616 093	505 679	-17,9%
Pośrednie emisje związane z wytwarzaniem ciepła (market-based) ⁵	t CO ₂ e	14 694	12 225	-16,8%
Pośrednie emisje związane z wytwarzaniem ciepła (location-based) ⁶	t CO ₂ e	22 383	18 783	-16,1%
Emisje pośrednie w zakresie 2 wraz z handlem emisjami (np. certyfikatami energii odnawialnej – RECs) oraz ciepłem⁷	t CO₂e	630 787	517 904	-17,9%



¹ Wartości podano w zaokrągleniu.

² Emisje nie wliczane do sumy, ponieważ są ujęte w emisjach market-based dla energii elektrycznej; zastosowano średni wskaźnik dla Polski z organizacji Międzynarodowej Agencji Energetycznej.

³ Zastosowano dane dotyczące struktury paliw i emisji GHG przedstawione przez dostawców energii elektrycznej (ponad 88%); w przypadku braku danych od dostawcy energii elektrycznej (sklepy franczyzowe i najmowane przez Biedronkę) stosowany jest średni wskaźnik dla Polski z organizacji Association of Issuing Bodies.

⁴ Gwarancje pochodzenia m.in. z Umowy PPA (Power Purchases Agreement).

⁵ Wskaźniki do obliczania emisji związanej z wytwarzaniem ciepła (market-based) zostały zaczerpnięte z publikacji Urzędu Regulacji Energetyki pt. „Energetyka ciepła w liczbach – 2022”.

⁶ Zastosowano średni wskaźnik dla Polski z organizacji Międzynarodowej Agencji Energetycznej dla wytwarzania ciepła.

⁷ Suma obliczona metodą rynkową (market-based) dla emisji z związanej z wytwarzaniem ciepła i energii elektrycznej.

Zastosowane wskaźniki dla zakresów 1 i 2: gazy chłodnicze – wskaźniki emisji określone przez IPCC; paliwa - wskaźniki określone przez Krajowy Ośrodek Bilansowania i Zarządzania Emisjami; (v) energia elektryczna – określona przez Międzynarodową Agencję Energetyczną (energia elektryczna location based), przez dostawców energii elektrycznej (market based), dla sklepów franczyzowych lub sklepów zlokalizowanych w lokalach najmowanych (energia elektryczna market based) wskaźniki the Association of Issuing Bodies; paliwo używane we flocie osobowych samochodów służbowych – wskaźniki określone w protokole dotyczącym gazów cieplarnianych; dla wytwarzania ciepła – emisje location-based wykorzystują wskaźniki Międzynarodowej Agencji Energetycznej (IEA), natomiast emisje market-based opierają się na wskaźnikach z publikacji Urzędu Regulacji Energetyki pt. „Energetyka ciepła w liczbach – 2022”.

Inne pośrednie emisje gazów cieplarnianych (zakres 3) ¹	jednostka	2023	2024	2024/2023
1 Zakupione produkty i usługi	t CO ₂ e	18 862 202	20 018 112	+6,1%
2 Dobra inwestycyjne	t CO ₂ e	325 616	217 611	-33,2%
3 Działalność związana z paliwami i energią	t CO ₂ e	206 052	205 000	-0,5%
4 Transport i dystrybucja (upstream)	t CO ₂ e	168 719	173 717	+3%
5 Gospodarka odpadami	t CO ₂ e	29 641	28 526	-3,8%
6 Podróże służbowe	t CO ₂ e	1 182	1 040	-12%
7 Dojazdy pracowników do pracy	t CO ₂ e	12 654	12 777	+1%
8 Aktywa w leasingu (upstream)				
9 Transport i dystrybucja (downstream)				
10 Przetwarzanie sprzedanych produktów				
11 Użytkowanie sprzedanych produktów	t CO ₂ e	1 149 545	1 246 918	+8,5%
12 Postępowanie ze sprzedanymi produktami po zakończeniu ich eksploatacji	t CO ₂ e	951 108	859 151	-9,7%
13 Downstream – wynajęte aktywa				
14 Franczyzy				
15 Inwestycje				
Emisje gazów cieplarnianych w zakresie 3	t CO₂e	21 706 719	22 762 851	+4,9%

Zużycie energii (M)

ESRS E1-5

ENERGIA W BIEDRONCE – STABILNE ZUŻYCIE MIMO ROZWOJU SIECI

Pomimo intensywnego rozwoju sieci, w tym otwarcia 186 nowych sklepów i modernizacji 280 placówek, całkowite zużycie energii w Biedronce w 2024 roku pozostało na zbliżonym poziomie do roku poprzedniego i wyniosło **1 216 869 MWh** – zaledwie o 0,6% więcej niż w 2023 roku (1 209 220 MWh). Utrzymanie niemal niezmienionego poziomu zużycia możliwe było dzięki zwiększeniu efektywności energetycznej oraz niższemu zapotrzebowaniu na energię ciepłą.

Odnawialne źródła energii (OZE) stanowiły istotny element miksu energetycznego – w 2024 roku około **120 000 MWh** pochodziło z produkcji własnej oraz kontraktów typu PPA. Uwzględniając miks elektroenergetyczny i ciepłowniczy w Polsce, udział odnawialnych źródeł energii wzrósł i stanowił **około 30%** całkowitego zużycia energii w Biedronce.

Biedronka inwestuje w rozproszone źródła odnawialne, takie jak panele fotowoltaiczne czy geotermalne pompy ciepła, które nie tylko zmniejszają

zapotrzebowanie na energię z sieci, ale także przyczyniają się do redukcji emisji CO₂.

W 2024 roku kontynuowaliśmy projekt „Dobra energia – oszczędzanie mamy w planie”, który rozpoczęliśmy w 2022 roku. W ramach tego przedsięwzięcia opracowaliśmy podręcznik dobrych praktyk oszczędzania energii w sklepach, przeprowadziliśmy interaktywne szkolenia dla wszystkich pracowników oraz wdrożyliśmy system monitoringu zużycia energii. Dodatkowo uruchomiliśmy chatbota, który wspiera codzienną pracę sklepów i ułatwia zarządzanie zużyciem energii.

Pod koniec 2023 roku Jerónimo Martins Polska podpisała umowę z Europejskim Bankiem Inwestycyjnym na nową długoterminową linię kredytową o wartości do 1,5 miliarda złotych. Środki te są przeznaczone na modernizację placówek Biedronki w celu zwiększenia ich efektywności energetycznej. Do końca 2024 roku wykorzystano 600 milionów złotych w ramach finansowania udzielonego na stałej stopie procentowej, z ośmioletnim okresem spłaty. Dzięki pozyskanym środkom zmodernizowaliśmy już ponad 500 sklepów, w których wdrożono rozwiązania obniżające zużycie energii – w tym ulepszoną izolację budynków oraz zamknięte systemy chłodzenia zasilane gazem ziemnym.

Zużycie energii ze źródeł odnawialnych

Technologia	Liczba lokalizacji		Zużycie energii (GJ/rok)		Uniknięte emisje CO ₂ (t/rok)	
	2024	2023	2024	2023	2024	2023
Panele fotowoltaiczne (na potrzeby własne)	1804 ¹	728	202 420	68 887	31 604	13050
Latarnie i systemy bezpieczeństwa zasilane panelami fotowoltaicznymi i/lub turbinami wiatrowymi	1	1	10	10	0,4	2
Geotermalne pompy ciepła	20	15	4 467	5 884	697	1115
Wirtualna umowa zakupu energii (VPPA)			226 000	198 000	35 300	

¹ Na koniec 2024 roku podłączonych było 1 695 budynków Biedronki, 45 oczekiwało na podłączenie do sieci energetycznej, a 64 nowe instalacje fotowoltaiczne były w budowie.

E-paragony – mniej papieru, więcej wygody

Od lipca 2024 roku klienci Biedronki mogą korzystać z e-paragonów fiskalnych, czyli cyfrowych wersji dowodów zakupu dostępnych w aplikacji mobilnej lub po zalogowaniu na konto klienta na stronie moja.biedronka.pl. To rozwiązanie pozwala zmniejszyć zużycie papieru i ułatwia przechowywanie paragonów bez ryzyka ich zgubienia.

Na początek e-paragony wprowadziliśmy w ponad 1700 sklepach w całej Polsce, a wraz z modernizacją systemów kasowych sukcesywnie dołączają do nich kolejne placówki. Dzięki temu ograniczamy produkcję papierowych paragonów, które często trafiają do kosza zaraz po zakupach, zmniejszamy ślad węglowy związany z ich drukowaniem, a także oferujemy klientom wygodne i bezpieczne cyfrowe rozwiązanie dostosowane do współczesnych potrzeb.

Audyty środowiskowe sklepów i centrów dystrybucyjnych (N-M)

ESRS E2-3

Biedronka posiada certyfikowany system zarządzania środowiskowego zgodny z normą ISO 14001, obejmujący wszystkie centra dystrybucyjne oraz Fabrykę Zup. W 2024 roku niezależna jednostka certyfikująca przeprowadziła audyt wybranych centrów dystrybucyjnych i centrali firmy, potwierdzając zgodność systemu z wymaganiami normy. Certyfikat został przyznany na kolejny okres – do 2027 roku.

Równolegle prowadzimy wewnętrzne audyty systemu zarządzania środowiskowego, które odbywają się cyklicznie we wszystkich centrach dystrybucyjnych i Fabryce Zup. Średni wynik zgodności w 2024 roku wyniósł 97%, co potwierdza skuteczność działań w zakresie ochrony środowiska i zapobiegania zanieczyszczeniom. Zakres audytów obejmuje m.in. gospodarowanie odpadami i ściekami, emisje do powietrza, zużycie energii i wody, stosowanie substancji niebezpiecznych oraz zarządzanie opakowaniami.

W 2024 roku przeprowadziliśmy także 7 241 audytów sklepów, co oznacza wzrost o niemal 6% w porównaniu z rokiem wcześniejszym. Średni poziom zgodności utrzymał się na wysokim poziomie 96%.

Prowadzimy również audyty środowiskowe naszych dostawców.

» Więcej informacji o audytach środowiskowych przeczytasz w rozdziale *Audyty środowiskowe i społeczne dostawców*.



Remonty sklepów

Zmiany wprowadzane podczas modernizacji naszych sklepów mają na celu ograniczenie wpływu działalności na środowisko oraz poprawę efektywności energetycznej. W 2024 roku przeprowadziliśmy 280 modernizacji, obejmujących m.in. wymianę systemów chłodniczych na wykorzystujące czynniki chłodnicze o niższym współczynniku GWP (Global Warming Potential), modernizację oświetlenia na LED, instalację nowych urządzeń klimatyzacyjnych oraz wykonanie prac termomodernizacyjnych – w tym ocieplenia dachów i ścian. Rozpoczęliśmy również wdrażanie elektronicznych listew cenowych, co ogranicza zużycie papieru i usprawnia zarządzanie oznaczeniami cenowymi w sklepach.

Część tych inwestycji realizowana była przy współpracy z Europejskim Bankiem Inwestycyjnym, któremu regularnie raportujemy uzyskane efekty. Każda placówka poddawana jest analizie zużycia energii „przed i po” remoncie – pozwalającej określić konkretne oszczędności. Inicjatywa ta wpisuje się w nasze działania w zakresie zrównoważonego finansowania i jest kwalifikowana jako zielony kredyt.

» Więcej informacji znajduje się na podstronie „Finansowanie zrównoważone” Grupy Jerónimo Martins.



Produkcja energii elektrycznej na miejscu zwiększa niezależność energetyczną i ogranicza emisje.

Znacząco rozwijamy również wykorzystanie odnawialnych źródeł energii. Rok 2024 zakończyliśmy z ponad 1 695 aktywnymi instalacjami fotowoltaicznymi. Uzyskaliśmy tym samym prawie 60 MW mocy zainstalowanej.

Nowym i kluczowym elementem naszych działań jest również system zarządzania energią (BMS), który wdrożyliśmy w 2023 roku. Do końca 2024 roku objął on 1 400 sklepów, pozwalając na redukcję zużycia energii o ok. 4% w placówkach objętych systemem. BMS oparty jest na centralnej platformie, wspieranej przez zespół inżynierów, którzy – wykorzystując algorytmy – zdalnie optymalizują pracę instalacji w sklepach. To rozwiązanie umożliwia stałą kontrolę i poprawę efektywności energetycznej w skali całej sieci.

Zwiększenie efektywności logistyki

Dążymy do jak najbardziej efektywnego zorganizowania łańcucha dostaw, dbając o terminowość dostaw, lepsze wykorzystanie zasobów i ograniczanie wpływu na środowisko. W 2024 roku kluczowym działaniem w tym obszarze było pełne wdrożenie systemu TMS (Transport Management System), który objął wszystkie nasze centra dystrybucyjne w Polsce. System pozwala na lepsze planowanie i zarządzanie trasami, a także analizę danych operacyjnych w czasie rzeczywistym, co przekłada się na bardziej efektywne wykorzystanie floty.

W 2024 roku dojrzałość operacyjną osiągnęło nowe centrum dystrybucyjne w Stawigudzie koło Olsztyna. Obiekt ten stał się jednocześnie siedzibą 17. regionu sieci, a jego lokalizacja wpłynęła na przebieg tras i skrócenie dystansu między magazynami a sklepami.

Stawiamy na nowoczesne i bardziej zrównoważone rozwiązania transportowe. W 2024 roku kontynuowaliśmy modernizację floty. Około 12% naczep zostało wymienionych lub unowocześnionych. Znaczącym elementem tej zmiany było zastosowanie nowych agregatów chłodniczych, które pozwoliły ograniczyć zużycie paliwa nawet o blisko 30% w porównaniu z poprzednimi rozwiązaniami. Trwa również cyfryzacja procesów magazynowych oraz rozwój narzędzi do elektro-



W 2024 roku Biedronka otrzymała drugą gwiazdkę Lean & Green. To certyfikat przyznany za redukcję emisji CO₂ o 12% na jedną przewiezioną paletę w działalności logistycznej w latach 2021-2023. Pierwszą gwiazdkę otrzymaliśmy w 2022 roku, po osiągnięciu 20% redukcji emisji w latach 2017-2020. Celem inicjatywy Lean & Green jest wspieranie firm w dążeniu do neutralności węglowej w logistyce do 2050 roku. Niezależny audyt potwierdza, że wdrożone w logistyce rozwiązania skutkują zmniejszeniem emisji gazów cieplarnianych w transporcie i dystrybucji.

nicznego zarządzania dokumentacją transportową – co wpływa nie tylko na redukcję zużycia papieru, ale także na większą przejrzystość i kontrolę operacji. W 2024 roku zrealizowaliśmy blisko 1,3 mln kursów, pokonując ponad 184 mln kilometrów. Dzięki optymalizacji wykorzystania przestrzeni ładunkowej o 23% oraz liczby opakowań na skompletowanej palecie o 5% mogliśmy dostarczyć do naszych sklepów zbliżoną liczbę palet co w 2023 roku, przy ograniczeniu liczby przejechanych kilometrów o 775 tysięcy, co przekłada się na redukcję emisji CO₂ o 623 tony.

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

ZANIECZYSZCZENIA (N-M)

ESRS E2-3

Wpływ zanieczyszczeń na nasz łańcuch wartości wiąże się przede wszystkim z emisją gazów cieplarnianych, z powstawaniem odpadów oraz zużyciem surowców naturalnych. W celu ograniczenia tego oddziaływania wdrożyliśmy wewnętrzne standardy zarządzania środowiskowego, których przestrzeganie monitorujemy poprzez regularne audyty prowadzone w sklepach, centrach dystrybucyjnych i innych jednostkach operacyjnych. Równolegle prowadzimy również audyty środowiskowe naszych dostawców, aby kontrolować potencjalne oddziaływania ich działalności.



WODA (N-M)

ESRS E3-4



Rozwój sieci sklepów i zaplecza operacyjnego wiąże się ze wzrostem zapotrzebowania na wodę, dlatego systematycznie wdrażamy rozwiązania ograniczające wpływ naszej działalności na lokalne zasoby – zwłaszcza w obszarach deficytowych. W nowych i modernizowanych obiektach instalujemy m.in. reduktory przepływu i baterie czasowe.

W 2024 roku całkowity pobór wody w Biedronce wyniósł 974 441 m³, a zużycie 194 888 m³ – o 3,6% więcej niż rok wcześniej. Wzrost ten wynika z rozwoju działalności, ale jednocześnie motywuje nas do dalszej poprawy efektywności.



Kamil Cygnarowicz
Dyrektor Handlowy w sieci Biedronka

”

Ochrona bioróżnorodności to zagadnienie, które traktujemy bardzo poważnie w kontekście naszego łańcucha dostaw. Jako wiodący detalista w kraju czujemy odpowiedzialność za to, skąd pochodzą nasze produkty i jak ich wytwarzanie wpływa na ekosystemy. Dlatego ściśle współpracujemy z dostawcami, promując zrównoważone praktyki rolnicze – takie jak ograniczanie stosowania pestycydów, ochrona zapylaczy czy korzystanie z certyfikowanych surowców pochodzących ze zrównoważonych upraw i hodowli. Zachęcamy naszych partnerów do działań chroniących lokalne środowisko naturalne, bo wierzymy, że tylko dzięki wspólnym wysiłkom w całym łańcuchu wartości możemy zachować bogactwo przyrody dla przyszłych pokoleń.

BIORÓŻNORODNOŚĆ I EKOSYSTEMY (N-M)

Temat ESRS	Istotność	Zobowiązanie	Postęp w realizacji w 2024
ESRS E4-4	N-M	Do 2025 roku zagwarantowanie, że olej palmowy, soja, papier i drewno oraz wołowina w marce własnej i produktach świeżych nie będą przyczyniać się do wylesiania i przekształcania ekosystemów (DCF – Deforestation and Conversion Free).	Wyniki działań zostaną ujęte w Raporcie Biedronki za 2025 rok.
ESRS E4-4	N-M	Olej palmowy: dalsze zapewnianie, że 100% oleju palmowego posiada certyfikat RSPO i stopniowe rozszerzanie tego zobowiązania na pochodne oleju palmowego.	100% oleju palmowego używanego w markach własnych i produktach świeżych posiada certyfikat RSPO.
ESRS E4-4	N-M	Soja: do 2025 roku zapewnienie, że 100% bezpośredniej i pośredniej soi jest identyfikowalne co najmniej do kraju pochodzenia i że w każdym przypadku, gdy pochodzi z miejsca, w którym ryzyko nie jest znikome, soja jest identyfikowalna z gminą pochodzenia i/lub posiada certyfikat zrównoważonego rozwoju (np. RTRS lub ProTerra).	97% bezpośredniej i pośredniej soi jest identyfikowalne co najmniej do kraju pochodzenia.
ESRS E4-4	N-M	Wołowina: upewnienie się, że 100% wołowiny w naszej marce własnej i produktach świeżych jest identyfikowalne co najmniej do kraju pochodzenia, a identyfikowalność do gospodarstwa pochodzenia jest gwarantowana dla całej wołowiny pochodzącej z krajów o ryzyku, które nie jest znikome.	100% wołowiny w marce własnej i produktach świeżych jest identyfikowalne co najmniej do kraju pochodzenia; 97% pochodzi z Polski, a mniej niż 0,1% z Brazylii.
ESRS E4-4	N-M	Papier i drewno: współpraca z dostawcami marek własnych i produktów świeżych w celu uzyskania zrównoważonej certyfikacji (np. FSC® lub PEFC) dla 95% włókien pierwotnych wykorzystywanych w produktach i 80% włókien pierwotnych wykorzystywanych w naszych opakowaniach do 2026 roku.	97% włókien pierwotnych wykorzystywanych w certyfikowanych produktach (FSC® lub PEFC) i 98% włókien pierwotnych wykorzystywanych w opakowaniach.
ESRS E4-4	N-M	Przeanalizowanie stanu zrównoważenia zasobów rybnych w odniesieniu do co najmniej 80% sprzedaży ryb (w kg) z marek własnych i produktów świeżych oraz publiczne ujawnienie postępów w tym zakresie.	Trwa analiza.
ESRS E4-4	N-M	Zapewnienie, że 100% dziko złowionego tuńczyka w naszej marce własnej i produktach świeżych jest identyfikowalne do poziomu statku połowu.	Trwa analiza.

Temat ESRS	Istotność	Zobowiązanie	Postęp w realizacji w 2024
ESRS E4-4	N-M	Zapewnienie, by 100% jaj wykorzystywanych jako składnik naszych produktów marki własnej pochodziło od kur z chowu bezklatkowego.	100% jaj wykorzystywanych jako składnik naszych produktów marki własnej pochodzi od kur z chowu bezklatkowego.

Zachowanie bioróżnorodności

ESRS E4-4

Jako firma specjalizująca się w dystrybucji żywności mamy świadomość, jak bardzo nasza działalność zależy od przyrody. To nie tylko różnorodność gatunków obecnych w naszej ofercie, ale również naturalne procesy, które stanowią podstawę produkcji żywności – jak zapylanie roślin przez owady czy zdrowe gleby niezbędne do upraw.



Czyste Tatry 2024

Biedronka została partnerem wydarzenia Czyste Tatry, organizowanego przez Stowarzyszenie Czysta Polska – inicjatywy, którą wspieramy nieprzerwanie od 2019 roku. 13. edycja wydarzenia odbyła się pod hasłem „Głowy do góry!”. Na Górnej Równi Krupowej w Zakopanem funkcjonowało ekomiejsce z warsztatami, prelekcjami i grami, a Biedronka przygotowała własną strefę edukacyjną. W akcję zaangażowało się ponad 2 tysiące wolontariuszy, w tym nasi pracownicy, którzy wspólnie z innymi uczestnikami zebrali 248 kg odpadów z górskich szlaków. Nowością był bieg Czysta Piątka, po którym obiecano, że za każdego uczestnika posadzone zostanie 1 drzewo. Biedronka podwoiła tę liczbę, wspierając działania na rzecz klimatu i edukacji ekologicznej.

Biedronka na rzecz ochrony zapylaczy

Zmniejszająca się populacja dzikich zapylaczy to jedno z wyzwań ekologicznych, które mają wpływ na rolnictwo, produkcję żywności oraz stabilność ekosystemów.

W odpowiedzi na to, w kwietniu 2024 roku Biedronka zintensyfikowała współpracę z Polskim Towarzystwem Ochrony Przyrody „Salamandra” – organizacją zajmującą się ochroną gatunków i siedlisk w Polsce. Partnerstwo, które rozpoczęło się w 2021 roku, zaowocowało wspólnym projektem Ochrona Bioróżnorodności – Zapylacze, koncentrującym się na diagnozie stanu zagrożenia dzikich zapylaczy, wsparciu ich ochrony na terenach prywatnych i w społecznych ostojach przyrody oraz popularyzacji najlepszych praktyk w tym zakresie.

W 2024 roku projekt objął m.in. konkurs minigrantów na stworzenie miejsc przyjaznych zapylaczom, działania edukacyjne, a także rozpoczęcie prac nad Polską Czerwoną Listą gatunków zapylaczy. Za zaangażowanie w ochronę bioróżnorodności Biedronka otrzymała w marcu 2024 roku tytuł **Mecenas Ochrony Przyrody 2024**.



Walka z wylesianiem

Od 2014 roku, razem z Grupą Jerónimo Martins, monitorujemy surowce, które mogą przyczyniać się do wylesiania – soję, wołowinę, olej palmowy, papier i drewno wykorzystywane w produktach marki własnej oraz produktach świeżych. Wyznaczyliśmy w tym obszarze konkretne zobowiązania, których celem jest zwiększenie identyfikowalności pochodzenia naszych produktów (traceability) i upewnienia się, że nasi dostawcy działają w sposób bardziej zrównoważony.

Jako część Grupy Jerónimo Martins należymy do **Forest Positive Coalition of Action** przy **Consumer Goods Forum**, które działa na rzecz ograniczenia wylesiania. Współpracujemy z dostawcami, publikujemy dane o czynnikach ryzyka i angażujemy ich w ochronę ekosystemów na terenach zagrożonych wylesianiem.



Zaangażowanie w ochronę klimatu, wód i lasów docenione przez CDP

W 2024 roku Grupa Jerónimo Martins, właściciel sieci Biedronka, otrzymała najwyższą ocenę **A** w programie **CDP Climate Change**, potwierdzając jakość działań na rzecz ograniczania emisji i zarządzania ryzykiem klimatycznym.

Grupa została również oceniona na poziomie **A-** w programach **CDP Water Security** i **CDP Forests** – po raz kolejny, co odzwierciedla konsekwencję w zarządzaniu zasobami wodnymi oraz surowcami powiązanymi z wylesianiem (takimi jak olej palmowy, soja, wołowina czy papier i drewno).

Olej palmowy

W naszych produktach spożywczych marki własnej wykorzystujemy wyłącznie olej palmowy pochodzący ze zrównoważonych upraw, certyfikowany przez **Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)**. Dostawcy produktów marki własnej muszą spełniać ten standard, certyfikacja jest przez nas wymagana i weryfikowana. Działamy również na rzecz zmian w skali całego rynku – od 2017 roku jesteśmy jednym z założycieli i aktywnym członkiem **Polskiej Koalicji na Rzecz Zrównoważonego Oleju Palmowego**, która dąży do wyeliminowania oleju palmowego z niezrównoważonych upraw z polskiego rynku.

Soja

Dążymy do tego, aby 100% soi wykorzystywanej w produktach marek własnych było identyfikowalne co najmniej do kraju pochodzenia. Jeśli pochodzi z regionu, w którym ryzyko wylesiania nie jest pomijalne, soja jest identyfikowalna aż do poziomu gminy pochodzenia i/lub posiada certyfikat zrównoważonego pochodzenia. Dlatego w przypadku obszarów o wysokim ryzyku wylesiania wymagamy od naszych dostawców stosowania odpowiednich systemów certyfikacji ograniczających to ryzyko.

Papier i drewno

W 2024 roku rosnące zapotrzebowanie na włókna z recyklingu ograniczyło ich dostępność, co przełożyło się na wzrost wykorzystania włókien pierwotnych w produktach świeżych i markach własnych. Korzystamy przede wszystkim z włókien pierwotnych pochodzących ze źródeł certyfikowanych, co jest szczególnie istotne w przypadku surowców z krajów o nieznanym lub podwyższonym ryzyku wylesiania.

Wołowina

Mięso wykorzystywane w produktach marek własnych oraz świeżych jest identyfikowalne do kraju pochodzenia – **97% wołowiny pochodzi z Polski**. Dzięki temu możemy zagwarantować pełną identyfikowalność surowca na każdym etapie łańcucha dostaw.

Zrównoważone rybołówstwo

Ochrona zasobów morskich wymaga świadomych decyzji. W Biedronce dbamy o to, by nasza działalność nie prowadziła do nadmiernej eksploatacji ryb i owoców morza. Każdego roku analizujemy stan populacji sprzedawanych gatunków, dostosowując zamówienia tak, aby ograniczyć presję połowową. Opieramy się na klasyfikacji IUCN (International Union for Conservation of Nature), która pozwala ocenić ryzyko wyginięcia poszczególnych gatunków. W 2024 roku oferowaliśmy 33 gatunki ryb, poszerzając asortyment i zmniejszając zależność od najczęściej spożywanych gatunków. Żywe karpie nie są dostępne w naszej sprzedaży – w ofercie znajdują się jedynie filety i płaty przechowywane w lodówkach.

Jako pierwsza sieć handlowa w Polsce wprowadziliśmy certyfikat MSC (Marine Stewardship Council) dla świeżych ryb pakowanych w atmosferze ochronnej (MAP). Oznaczenie to potwierdza, że produkty pochodzą ze zrównoważonych połowów. Na koniec 2024 roku nasi klienci mogli wybierać spośród 10 certyfikowanych produktów.



Strategia Zrównoważonego Rybołówstwa Grupy Jerónimo Martins podlega regularnym przeglądom, aby skutecznie odpowiadać na zmieniające się wyzwania środowiskowe i wspierać ochronę ekosystemów wodnych.

Dobrostan zwierząt (M)

ESRS G1-2

Odpowiedzialność za sposób, w jaki traktowane są zwierzęta w naszym łańcuchu dostaw, to nie tylko zobowiązanie, ale także świadomy wybór. Wiemy, że warunki hodowli mają znaczenie – zarówno dla samych zwierząt jak i dla jakości produktów oraz dla środowiska. Dlatego konsekwentnie podnosimy standardy i wymagamy tego samego od naszych dostawców.

W 2022 roku wdrożyliśmy standard Animal Welfare, opracowany przez Grupę Jerónimo Martins, który jasno określa wymagania wobec dostawców produktów świeżych. Obejmuje on m.in. stały dostęp do świeżej wody i paszy, odpowiednie warunki odpoczynku, profilaktykę zdrowotną i szybkie leczenie, eliminację czynników stresogennych oraz zapewnienie zwierzętom przestrzeni i kontaktu z innymi osobnikami swojego gatunku.

W 2024 roku po raz pierwszy przeprowadziliśmy ocenę wskaźników dobrostanu zwierząt w transporcie we współpracy z naszymi kluczowymi dostawcami w Polsce. W 2025 roku planujemy rozpocząć raportowanie średniego czasu transportu zwierząt, po wdrożeniu udoskonalonych systemów monitorowania. Wskaźnik śmiertelności podczas transportu nie przekroczył 0,4% we wszystkich analizowanych gatunkach.

W trosce o odpowiedzialne źródła pochodzenia produktów stworzyliśmy również oddzielny standard Animal Welfare dla ryb, dostosowany do specyfiki ich hodowli.



JAJA

Wszystkie jaja dostępne w sprzedaży jako samodzielny produkt oraz jaja wykorzystywane w produktach marek własnych pochodzą z chowu ściółkowego, z wolnego wybiegu lub chowu ekologicznego, co potwierdza nasze zaangażowanie w pozyskiwanie jaj wyłącznie od kur niehodowanych w klatkach.

ŚWIEŻY DRÓB

W 2024 roku Biedronka, podobnie jak w roku poprzednim, oferowała kurczaki z wolnego wybiegu pod marką Kraina Mięś Nature. Zwierzęta miały zapewniony dostęp do wybiegu na otwartej przestrzeni, a ich minimalny wiek uboju wynosił 70 dni, co przekracza standardy unijne określające ten wiek na 56 dni. Gęstość hodowli utrzymywana była na poziomie poniżej 27,5 kg/m², co oznacza znacznie więcej przestrzeni niż w przypadku kurczaków z konwencjonalnych hodowli.

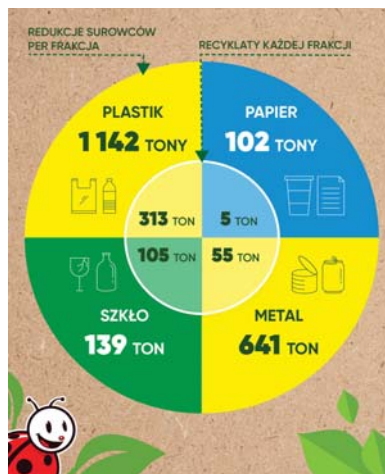
W naszej ofercie dostępny był również kurczak z chowu bez antybiotyków, znany jako Kurczak Farmerski pod marką Kraina Mięś Select. W procesie jego hodowli intensyfikuje się działania profilaktyczne, by zapobiegać chorobom i uniknąć konieczności podawania antybiotyków. Dbając o jakość i bezpieczeństwo naszych produktów, stale monitorujemy procesy hodowlane, aby spełniały one najwyższe standardy.

WYKORZYSTANIE ZASOBÓW ORAZ GOSPODARKA O OBIEGU ZAMKNIĘTYM (M)

ESRS E5-3

Biedronka rozwija działania wspierające przejście na gospodarkę o obiegu zamkniętym, obejmujące cały łańcuch wartości – od projektowania produktów i ich opakowań, po zagospodarowanie odpadów. Ograniczamy wykorzystanie surowców pierwotnych, szczególnie tworzyw sztucznych i zwiększamy udział materiałów, które można poddać recyklingowi lub które już pochodzą z recyklingu.

Dążymy do tego, by jak najwięcej surowców krążyło w obiegu zamkniętym – w naszych sklepach, centrach dystrybucyjnych i w całym łańcuchu wartości.



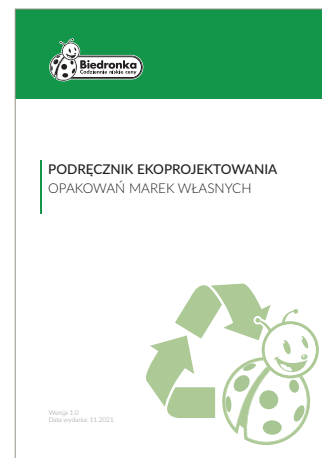
Projektowanie opakowań z myślą o środowisku

Od 2020 roku w Biedronce wdrażamy zasady ekoprojektowania opakowań – projektujemy je tak, by już na etapie koncepcji uwzględniać cały cykl życia produktu, ograniczać zużycie surowców pierwotnych oraz umożliwiać recykling. To część naszych codziennych działań na rzecz środowiska, które przynoszą wymierne efekty bez rezygnowania z wygody czy jakości dla klientów.

W 2024 roku zrealizowaliśmy ponad 320 projektów z zakresu ekoprojektowania dla opakowań produktów marek własnych.

Dzięki nim ograniczyliśmy zużycie materiałów opakowaniowych o ponad 2 000 ton – w tym ponad 1 140 ton tworzyw sztucznych, 102 tony papieru, 139 ton szkła i niemal 641 ton metalu.

Dodatkowo, do każdej frakcji (plastiku, metalu, papieru i szkła) dodaliśmy recyklat, co pozwoliło zmniejszyć wykorzystanie surowców pierwotnych o kolejne 500 ton. Łącznie daje to prawie 2 500 ton mniej materiałów pochodzących z zasobów nieodnawialnych – to tyle, ile waży 100 000 palet euro.





W jednorazowych opakowaniach plastikowych udział recyklatów zwiększył się w 2024 roku o 12,6% w porównaniu do roku poprzedniego.

Wśród wdrożonych zmian znalazły się nowe absorbery chłonne wkładane w opakowania próżniowe dla wieprzowiny pod marką Kraina Mięsa. Zamiast plastikowych wkładów zastosowaliśmy chłonny materiał w 100% wykonany z celulozy certyfikowanej przez FSC®. W ten sposób ograniczyliśmy zużycie plastiku o 55 ton rocznie.

Drobne modyfikacje w innych produktach również przyniosły zauważalne korzyści. Usunęliśmy plastikowe klipsy w makaronach marek Szlachecki i Dobrusia, a także zmieniliśmy format kubeczka jogurtu Skyr. Łącznie pozwoliło to zaoszczędzić w 2024 roku ponad 100 ton plastiku – bez wpływu na smak czy wygodę korzystania.

Zamykanie obiegu produktów i materiałów (M)

ESRS E5-3

ZAMYKAMY OBIEG – MNIEJ ODPADÓW, WIĘCEJ KORZYŚCI

W Biedronce opakowania kartonowe nie trafiają na wysypisko – wracają do obiegu. Zużyte kartony są zbierane w sklepach, prasowane i przekazywane do recyklingu. W papierni powstaje z nich nowy surowiec, z którego produkowane są kolejne opakowania dla produktów marek własnych. Dzięki tej inicjatywie w 2024 roku na naszych półkach pojawiło się 31,6 miliona nowych pudełek pochodzących z obiegu zamkniętego – papieru zebranego w naszych placówkach. Wszystkie kartony z tego obiegu są oznaczone symbolem „closed-loop”. Zamknięty obieg to także wymierne korzyści środowiskowe: 15% mniej emisji CO₂ i 30% niższe zużycie wody w procesie produkcji.



Wspieranie rozwiązań wielorazowych (M)

TORBY WIELOKROTNEGO UŻYTKU

W 2024 roku sprzedaż plastikowych torebek wielokrotnego użytku spadła o 8,5%. Torebki te zawierają nawet do 80% plastiku pochodzącego z recyklingu, a polietylenowe torby typu T-shirt dostępne w Biedronce posiadały w 2024 roku certyfikat Blue Angel. Jednocześnie coraz większą popularnością cieszą się torby papierowe. Ich sprzedaż wzrosła aż o 34,8% w stosunku do 2023 roku. Papierowe torby oferowane w Biedronce zawierają co najmniej 70% materiału z recyklingu.

GOSPODAROWANIE ODPADAMI

ESRS E5-5

Rozwój naszej działalności i rosnąca oferta produktów świeżych dla klientów w 2024 roku sprawiły, że wytworzyliśmy ponad 475 tysięcy ton odpadów, co oznacza wzrost o 6,9% względem 2023 roku. Jednak w relacji do przychodów, ilość odpadów na milion euro sprzedaży spadła o 2,5%, co pokazuje postęp w ograniczaniu ich względnej skali.

W 2024 roku **90% odpadów wytwarzanych w naszej działalności zostało poddanych odzyskowi**, co potwierdza skuteczność wdrożonych procesów i nasze zaangażowanie w gospodarkę o obiegu zamkniętym.

Oprócz zbiórki odpadów prowadzonej w naszych lokalizacjach, oferujemy klientom rozwiązania wspierające odpowiedzialne postępowanie z odpadami – takie jak pojemniki do zbiórki zużytych baterii oraz zużytego małego sprzętu elektrycznego i elektronicznego. Inwestujemy również w działania edukacyjne i informacyjne, które promują świadome wybory i codzienne nawyki sprzyjające środowisku.

Dzięki temu w 2024 roku zebraliśmy w naszych sklepach **349 ton odpadów od klientów** – o **16,3% więcej** niż rok wcześniej (**300 ton w 2023 roku**). Ten wzrost to rezultat rozwoju infrastruktury oraz coraz większej wrażliwości i świadomości konsumentów.

Piktogramy na opakowaniach naszych produktów ułatwiające segregację odpadów

Aby ułatwić naszym klientom prawidłową segregację odpadów, na opakowaniach produktów naszych marek własnych umieszczamy kolorowe piktogramy opisujące rodzaj materiału z którego jest wykonane opakowanie. Te niewielkie ikony na opakowaniu, wskazują, do którego pojemnika należy wyrzucić zużyte opakowanie, co wspiera efektywny recykling i ochronę środowiska.

Biedronka wprowadziła piktogramy segregacji na opakowaniach produktów marek własnych. Opakowania zostały opatrzone odpowiednim oznaczeniem, informującym o frakcji, do której powinny trafić ich poszczególne elementy.



Przeciwdziałanie marnowaniu żywności (M)

ESRS E5-3

Wraz z rozszerzającą się ofertą produktów świeżych jeszcze większego znaczenia nabiera przeciwdziałanie marnowaniu żywności. Robimy wiele, żeby temu przeciwdziałać – m.in. wykorzystujemy nowoczesne narzędzia do planowania sprzedaży, których algorytm bierze pod uwagę różne czynniki, takie jak np.: pogoda, sezonowość, święta lub inne wydarzenia mające wpływ na sprzedaż.

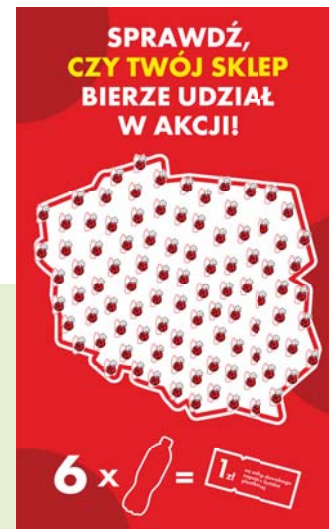
W 2024 roku Biedronka zrealizowała ogólnopolską kampanię informacyjno-edukacyjną na temat niemarnowania żywności, skierowaną zarówno do klientów, jak i pracowników. W ramach działań wewnętrznych przygotowaliśmy szkolenie w postaci e-learningu dostępnego dla wszystkich pracowników i quiz wiedzy, wspierające codzienną praktykę ograniczania strat w sklepach. Kampania zewnętrzna objęła m.in. komunikację w sklepach i mediach społecznościowych, stronę edukacyjną z e-bookiem kulinarnym oraz liczne działania promujące odpowiedzialną konsumpcję. Ważnym elementem był rodzinny event Strefa Kreatywnego Przedszkolaka, który odwiedziło ponad 2 500 osób. Przeprowadzono łącznie 13 aktywności – od warsztatów kulinarnych po quizy i zabawy edukacyjne.

Od 2020 roku w sklepach Biedronki wprowadzamy niższe ceny na produkty z krótkim terminem ważności – w 2024 roku takie rozwiązanie działało już w blisko 500 placówkach. Dzięki programowi przecen uratowaliśmy ponad 2 400 ton żywności.

Wciąż rozwijamy też współpracę z Too Good To Go. W 2024 roku objęła ona już 776 sklepów, czyli o 276 więcej niż rok wcześniej. Klienci odebrali prawie 1,5 miliona paczek z produktami, które mogłyby się zmarnować. To wzrost o 42% względem 2023 roku i aż 2 280 ton uratowanej żywności.

W 2024 roku współpracowaliśmy z 152 organizacjami pożytku publicznego, którym przekazaliśmy ponad 10 700 ton produktów z krótkim terminem przydatności, w tym m.in. Federacją Polskich Banków Żywności, Caritas diecezjalnymi w ramach programu Śpiżarnia Caritas, Stowarzyszeniem „Teen Challenge” Chrześcijańska Misja Społeczna oraz Stowarzyszeniem Pomocy Bliźniemu Mar-Kot.

Oprócz przekazywania darowizn żywności do organizacji pożytku publicznego, Biedronka stale rozwija rozwiązania, które pozwalają zagospodarować produkty niespełniające już warunków sprzedaży, ale wciąż nadające się do dalszego przetworzenia. Odpady żywnościowe nie są kierowane na składowiska – trafiają do firm zajmujących się ich odzyskiem w różnych formach: jako surowiec do produkcji karmy i pasz, do odzysku energetycznego lub do produkcji kompostu. Taki model postępowania wpisuje się w podejście obiegu zamkniętego i ogranicza negatywny wpływ działalności operacyjnej na środowisko.



EkoWakacje z Biedronką – 5 ton plastiku mniej

Od 3 sierpnia do 11 września 2024 roku w 200 sklepach Biedronki prowadziliśmy zbiórkę pustych butelek PET. Za każde 6 butelek klienci otrzymywali voucher o wartości 1 zł na zakup napojów. W sumie zebraliśmy ponad 200 000 butelek – łącznie 5 ton plastiku. Akcja wspierała gospodarkę o obiegu zamkniętym i uczy odpowiedzialnego postępowania z odpadami.



Edukacja ekologiczna i podnoszenie świadomości ekologicznej

Prowadzimy działania edukacyjne i komunikacyjne, które wspierają podejmowanie decyzji korzystnych dla środowiska – przez klientów, pracowników i partnerów biznesowych. W relacjach z konsumentami koncentrujemy się na promowaniu świadomych wyborów, ograniczaniu zużycia jednorazowych opakowań, niemarnowaniu żywności i selektywnej zbiórce odpadów. W 2024 roku komunikowaliśmy m.in. wprowadzenie przytwierdzanych do butelek korków, zgodnie z unijną dyrektywą SUP, a także obchodziliśmy Dzień Ziemi i Dzień bez Plastikowych Opakowań.

Z naszymi dostawcami dzielimy się wiedzą na temat praktyk środowiskowych. W 2024 roku niemal 1000 przedstawicieli firm uczestniczyło w webinarze o ekoprojektowaniu opakowań. Organizowaliśmy także spotkania poświęcone audytom społecznym i środowiskowym oraz narzędziom do obliczania śladu węglowego produktów.

W działania edukacyjne zaangażowani są również nasi pracownicy. Organizujemy dla nich szkolenia, webinary i konkursy, które wspierają świadome podejmowanie decyzji m.in. na etapie projektowania produktów i materiałów. Z okazji Światowego Dnia Środowiska zorganizowaliśmy **Dni Ekoznawców Biedronki** – wydarzenie łączące prelekcje (z udziałem m.in. Zuzanny Skalskiej i Roberta Makłowicza) z warsztatami, podczas których uczestnicy tworzyli zielniki, hotele dla zapylaczy czy lasy w słoiku. Łącznie udział wzięło ponad 400 osób, w tym 120 stacjonarnie.

Po raz pierwszy przeprowadziliśmy także Dni Ekoznawców w centrum dystrybucyjnym w Stawigudzie, gdzie dwie grupy pracowników brały udział w szkoleniu z zakresu segregacji odpadów, zakończonym warsztatami „Las w słoiku”.

W 2024 roku po raz pierwszy zostaliśmy partnerem **Olsztyn Green Festival** – największego w Polsce wydarzenia łączącego muzykę z tematyką środowiskową. W naszej strefie edukowaliśmy uczestników na temat segregacji odpadów, oznaczeń na opakowaniach i niemarnowania żywności. Goście mogli także przygotować sok na rowerze, spróbować świeżych owoców i zapoznać się z alternatywami dla jednorazowych opakowań. Nasze stoisko odwiedziło blisko 30 000 osób.



BUDUJEMY ODPOWIEDZIALNE RELACJE

Na skróty:

Kim są nasi pracownicy?

Promowanie zdrowych nawyków
żywieniowych

Wspieranie
lokalnych społeczności





Jarosław Sobczyk
Dyrektor Personalny w sieci Biedronka
Członek Zarządu

”

Dobra praca zaczyna się od konkretnych faktów. W Biedronce oznacza to przejrzyste zasady wynagradzania i awansu, ponad 60 godzin szkoleń rocznie dla każdego pracownika, rozwój przyszłych liderów i liderów, a także codzienne wsparcie dla osób, które dopiero odnajdują się na polskim rynku pracy. Zatrudniamy osoby z różnych krajów, pokoleń i różnorodnymi doświadczeniami, a naszą siłą jest oferowanie im równych szans i narzędzi do rozwoju. Różnorodność nie jest u nas abstrakcyjną ideą – to codzienność w naszych sklepach. Jako największy pracodawca w Polsce, nie tylko uczestniczymy w rynku pracy. Współtworzymy jego przyszłość. Chcemy być pracodawcą z wyboru, dlatego stawiamy na tworzenie miejsca pracy, w którym pracownicy czują się bezpiecznie, są docenieni i mają możliwość rozwoju.



NASI PRACOWNICY

Temat ESRS	Istotność	Zobowiązania HR na lata 2024-2026 – własna siła robocza	Postęp w realizacji w 2024
ESRS S1-5	M	Promowanie poszanowania praw człowieka i praw pracowników	
		Moduł szkoleniowy dotyczący Kodeksu Postępowania dostępny dla wszystkich pracowników.	W Polsce udostępniony został e-learningowy moduł szkoleniowy na temat Kodeksu Postępowania Grupy, który jest obowiązkowy dla wszystkich pracowników.
		Wspólny dla całej Grupy program szkoleniowy dotyczący praw człowieka i praw pracowników dostępny dla wszystkich menedżerów.	Opracowano e-learningowy moduł szkoleniowy na temat praw człowieka i praw pracowników oraz przeprowadzono pilotaż, aby przetestować stworzone treści.
		Wdrożenie wewnętrznej polityki Grupy JM i procesu zapobiegania naruszeniom oraz zapewnienia zgodności z prawami pracowniczymi, odzwierciedlających obowiązujące wytyczne dotyczące podstawowych zasad pracy.	Wstępna diagnoza poziomów zgodności Grupy z wymogami formalnego procesu należytej staranności w zakresie praw człowieka została przeprowadzona przez podmiot zewnętrzny.
ESRS S1-5	M	Wzmocnienie promocji równości płci w całej Grupie	
		Zapewnienie co najmniej jednego mechanizmu doceniania zachowań we wszystkich spółkach (rozwój istniejących lub wdrożenie nowych mechanizmów doceniania), obejmującego wszystkich pracowników do 2026 roku.	Przeprowadzono globalną diagnozę praktyk HR pod kątem równości płci, analizując reprezentatywność i możliwości oferowane kobietom i mężczyznom. Kolejne kroki zostaną określone w 2025 roku.
		Zapewnienie wskaźnika równości wynagrodzeń ze względu na płeć +/- 3% w porównaniu do wskaźnika parytetu (100%), na poziomie całej Grupy oraz poszczególnych spółek. ¹	W 2024 roku wskaźnik luki płacowej ze względu na płeć w Biedronce wyniósł 98,1%, co mieści się w docelowym przedziale +/- 3%.
		Udostępnienie wszystkim menedżerom wspólnego dla całej Grupy programu szkoleniowego na temat nieświadomych uprzedzeń.	Opracowano e-learning dotyczący dyskryminacji i molestowania, obejmujący temat nieświadomych uprzedzeń. Przeprowadzono pilotaż, a równolegle trwają prace nad włączeniem tych treści do globalnych programów szkoleniowych.

¹ Różnica w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn wśród pracowników Grupy Jerónimo Martins, oparta na porównywalnych stanowiskach. Wyrażona jako średnie wynagrodzenie kobiet w procentach średniego wynagrodzenia mężczyzn, przy czym 100% oznacza pełną równość płacową między płciami (parytet).

Temat ESRS	Istotność	Zobowiązania HR na lata 2024-2026 – własna siła robocza	Postęp w realizacji w 2024
ESRS S1-5	M	Wzmocnienie zdolności przywódczych przyszłych pokoleń i stymulowanie transferu wiedzy	
		Organizacja co najmniej czterech globalnych sesji rocznych z udziałem ekspertów, dostępnych dla wszystkich młodych talentów.	W 2024 roku zorganizowano dwie globalne sesje JM Talks, w których wzięło udział 547 młodych liderów. Celem inicjatywy jest inspirowanie i dzielenie się wiedzą między pokoleniami liderów Grupy.
		Zapewnienie spójnego doświadczenia dla całej populacji młodych talentów w Grupie JM za pomocą nowej polityki stażowej Grupy.	W 2024 roku opracowano globalną politykę dotyczącą młodych talentów, definiującą wspólne wytyczne dla programów stażowych w całej Grupie. Jej wewnętrzna publikacja planowana jest na 2025 rok.
		Zapewnienie, że 90% menedżerów weźmie udział w co najmniej jednej inicjatywie w zakresie rozwoju przywództwa do końca 2026 roku.	W 2024 roku 55,5% menedżerów w Biedronce wzięło udział w co najmniej jednej inicjatywie rozwojowej z zakresu przywództwa, obejmującej szkolenia, coaching i mentoring.
		Wbudowanie wartości Grupy i powiązanych z nimi zachowań w procesy zarządzania ludźmi – co najmniej dwa globalne procesy zostaną poddane przeglądowi, co wpłynie na wszystkich im podlegających pracowników.	Zrewidowano proces ocen pracowniczych, uwzględniając ocenę realizacji wartości i zachowań Grupy – zmiana ta obowiązuje od cyklu za 2024 r. W Polsce i Portugalii wdrożono obowiązkowy e-learning o tym procesie dla nowych pracowników biurowych.
		Wdrożenie mechanizmu pomiaru wpływu przywództwa w Grupie.	Na 2025 rok zaplanowano cykliczne badanie zaangażowania pracowników, które uwzględni również aspekty związane z przywództwem.
ESRS S1-5	M	Wzmocnienie naszych mechanizmów doceniania i promowanie większej przejrzystości w zakresie wynagrodzeń	
		Zapewnienie co najmniej jednego mechanizmu doceniania zachowań we wszystkich spółkach (rozwój istniejących lub wdrożenie nowych mechanizmów doceniania), obejmującego wszystkich pracowników do 2026 r.	Wszystkie spółki Grupy kontynuują działania na rzecz realizacji zobowiązań. Ocena wartości i zachowań w ramach procesu ocen pracowniczych za 2024 r. stanowi podstawę do naliczania rocznych premii dla uprawnionych pracowników.
		Udostępnienie oświadczenia o całkowitym pakiecie wynagrodzeń (wynagrodzenie stałe i zmienne oraz świadczenia dodatkowe) wszystkim pracownikom do 2026 roku.	Grupa ocenia wykonalność harmonogramu realizacji zobowiązania w oparciu o priorytety wdrażania rozwiązań technologicznych.

Temat ESRS	Istotność	Zobowiązania HR na lata 2024-2026 – własna siła robocza	Postęp w realizacji w 2024
ESRS S1-5	N-M	Zatrudnienie włączające i integracja społeczna Zwiększenie zatrudnienia wśród osób znajdujących się w mniej uprzywilejowanej sytuacji pod względem dostępu do rynku pracy (osoby z niepełnosprawnościami, migranci i uchodźcy, osoby o podwyższonym ryzyku wykluczenia społecznego) i pozytywny wkład w zwiększanie świadomości nt. integracji społecznej w Grupie i poza nią. Zapewnienie co najmniej czterech okazji rocznie do dzielenia się dobrymi praktykami w tym zakresie ² .	Na koniec 2024 r. 6,3% wszystkich pracowników sieci Biedronki stanowili przedstawiciele grup o utrudnionym dostępie do rynku pracy (osoby z orzeczeniem o niepełnosprawności i uchodźcy z Ukrainy). Wynik uzyskany w pierwszym roku monitorowania tego zobowiązania posłuży jako punkt odniesienia w kolejnych cyklach raportowania, w celu określenia wzrostu liczby pracowników z utrudnionym dostępem do rynku pracy. Zorganizowano 54 okazje do dzielenia się dobrymi praktykami z firmami, szkołami, fundacjami i instytucjami w kraju i za granicą.
ESRS S1-5	M	Wzmocnienie wewnętrznych możliwości rozwoju i mobilności, zwiększając ich atrakcyjność i skuteczność Tworzenie osobistych planów rozwoju dla co najmniej 95% kwalifikujących się menedżerów. Ewolucja procesu definiowania planu rozwoju osobistego, dostosowanie go do potrzeb indywidualnych i biznesowych oraz zapewnienie kontynuacji działań (przez menedżerów liniowych i działu HR) menedżerom z puli talentów. Publikowanie wszystkich kwalifikujących się wakatów wewnętrznych i zwiększenie średniej liczby aplikacji na wakat. Wdrożenie globalnego programu poleceń.	89,6% kwalifikujących się menedżerów w Biedronce opracowało indywidualne plany rozwoju. Proces tworzenia Indywidualnych Planów Rozwoju obejmuje obecnie monitorowanie realizacji celów podczas sesji Get Feedback (w połowie cyklu ocen) oraz w ramach samooceny i oceny, co umożliwia bieżące dostosowanie działań do potrzeb pracownika i biznesu. W 2024 roku w Biedronce wewnętrznie opublikowano 73,2% kwalifikujących się ogłoszeń o wakatach publikowanych na zewnątrz. Średnio na jedno ogłoszenie przypadało 0,9 wewnętrznej aplikacji. Wdrożono globalną wewnętrzną politykę poleceń dla działu IT.
ESRS S1-5	M	Wspieranie bezpiecznych warunków pracy Zmniejszenie obecnego wskaźnika częstotliwości i ciężkości wypadków do odpowiednio 12,00 i 0,29.	W 2024 r. w Biedronce wskaźnik częstotliwości wypadków wyniósł 6,58 (spadek o 0,87 w porównaniu z 2023 r.). Wskaźnik ciężkości wypadków w Biedronce wyniósł 0,32, zgodnie z poziomem tego wskaźnika obserwowanym w 2023 r.

² Kryteriami branymi pod uwagę w Polsce byli pracownicy z orzeczeniem o niepełnosprawności oraz uchodźcy narodowości ukraińskiej.

Temat ESRS	Istotność	Zobowiązania HR na lata 2024-2026 – własna siła robocza	Postęp w realizacji w 2024
ESRS S1	M	Promowanie elastycznego i zdrowego środowiska pracy w całej Grupie	
		Pilotaż co najmniej jednego działania w zakresie nowych sposobów pracy i/lub zatrudniania.	W 2024 roku Biedronka testowała nowe rozwiązania wspierające elastyczność zatrudnienia, wdrażając platformę Tikrow do szybkiego reagowania na tymczasowe potrzeby operacyjne.
		Udostępnienie wszystkim menedżerom szkoleń w zakresie well-beingu, zapewniających narzędzia do identyfikowania i zarządzania kwestiami osobistymi oraz wsparcia swoich zespołów.	Treści dotyczące dobrego samopoczucia zostaną włączone do globalnego narzędzia rozwojowego (Be a Leader for) skierowanego do wszystkich pracowników Grupy.
		Zapewnienie wszystkim pracownikom dostępu do ustrukturyzowanego programu wellbeingowego.	W Biedronce, 100% pracowników ma dostęp do programu wellbeingowego.
		Wspieranie pracowników znajdujących się w trudnej sytuacji życiowej z powodu nagłych zdarzeń o charakterze losowym i/lub rodzinnym we wszystkich spółkach Grupy, przy zapewnieniu co najmniej takiego samego poziomu nakładów na Fundusz Pomocy Społecznej w Portugalii oraz program „Możesz Liczyć na Biedronkę” w Polsce ³ .	W 2024 r. utrzymaliśmy wsparcie udzielane pracownikom w trudnej sytuacji. Inwestycje poczynione w świadczenia socjalne oraz pożyczki udzielane pracownikom na preferencyjnych warunkach w Biedronce, a także w Społeczny Fundusz Awaryjny w Portugalii wyniosły 35,4 mln zł, o 7% więcej niż w 2023 r.

Kim są nasi pracownicy?

W 2024 roku zatrudnialiśmy w Biedronce 84 145 osób – o 3,9% więcej niż w 2023 roku. W ujęciu rocznym liczba pracowników zatrudnionych na podstawie umów na czas nieokreślony wzrosła o ponad 6,9%, a liczba pracowników zatrudnionych w pełnym wymiarze czasu pracy zwiększyła się o 4,8%. W 2024 roku 42 z 57 członków wyższej kadry zarządzającej Biedronki (73,7%) stanowili obywatele Polski. Ich znajomość lokalnego rynku oraz doświadczenie zdobyte w krajowych strukturach wspierają efektywne zarządzanie i podejmowanie trafnych decyzji.



³ Program „Możesz Liczyć na Biedronkę” został zakończony, w związku z czym inwestycja monitorowana w ramach zobowiązania dotyczącego utrzymania wsparcia dla pracowników Biedronki znajdujących się w trudnej sytuacji życiowej będzie odpowiadać łącznej wartości świadczeń socjalnych i pożyczek udzielanych pracownikom znajdującym się w szczególnych okolicznościach – m.in. związanych z potrzebami mieszkaniowymi czy sytuacjami losowymi. Wspomniane komponenty stanowiły część programu „Możesz Liczyć na Biedronkę” do 2023 roku.



Pracownicy Biedronki w podziale na płeć i wiek

ESRS S1-6

	2023	2024	Ujęcie procentowe 2024
Pracownicy Biedronki ⁴	80 988	84 145	
W podziale na płeć:			
kobiety	68 767	71 433	84,9 % zatrudnionych
mężczyźni	12 221	12 712	15,1 % zatrudnionych
W podziale na grupy wiekowe:			
<30	17 200	17 104	20,3% zatrudnionych
30–50	55 073	56 921	67,6% zatrudnionych
>50	8 715	10 120	12,0 % zatrudnionych

Pracownicy Biedronki w podziale na typ umowy i wymiar czasu pracy

Płeć	2023			2024		
	Kobiety	Mężczyźni	Razem	Kobiety	Mężczyźni	Razem
Typ umowy						
Wszyscy pracownicy	68 767	12 221	80 988	71 433	12 712	84 145
Umowa na czas nieokreślony	45 467	8 187	53 654	48 793	8 547	57 340
Umowa na czas określony	23 300	4 034	27 334	22 640	4 165	26 805
Wymiar czasu pracy						
Praca w pełnym wymiarze czasu pracy	55 033	11 138	66 171	57 768	11 566	69 334
Praca w niepełnym wymiarze czasu pracy	13 734	1 083	14 817	13 665	1 146	14 811

⁴ W Biedronce nie ma pracowników zatrudnionych w oparciu o umowy bez gwarantowanej liczby godzin. Do obliczenia tego wskaźnika wykorzystano łączną liczbę pracowników na koniec okresu sprawozdawczego.

Komunikacja z rynkiem pracy

Komunikacja jest fundamentem naszego podejścia do rekrutacji – opowiadamy historię pracy w Biedronce oczami i słowami naszych pracowników. Chcemy, aby potencjalni kandydaci poznali kulturę naszej firmy, jej wartości oraz ofertę zatrudnienia. Nasi pracownicy są wiarygodnymi ambasadorami marki – zarówno w codziennych kontaktach, jak i poprzez udział w kampaniach reklamowych.

Rekrutacyjna Trasa Biedronki

RuszaMY
w stronę Twojej kariery

Sprawdź oferty pracy i dołącz do naszego zespołu!

Aplikuj teraz!

TO MY. CODZIENNIE.

StawiaMY na stabilność.

CODZIENNIE.



Naszym celem jest budowanie silnej marki pracodawcy, przy jednoczesnym docenianiu i zauważaniu roli naszych ludzi. Docieramy do potencjalnych kandydatów za pomocą szerokiego wachlarza kanałów – zarówno cyfrowych, jak i tradycyjnych. Głównym źródłem rekrutacji pozostaje nasza dedykowana strona internetowa: www.pracawbiedronce.pl, wspierana przez profile employer brandingowe w mediach społecznościowych – w tym Instagram (#biedronkatomy), Facebook („Praca w Biedronce”), Spotify („Biedronka to MY”) oraz TikTok, gdzie pracownicy pokazują swoją codzienną pracę. Prawie 100 ambasadorów marki bierze udział w programie #WeBiedronka na LinkedIn. Nasze oferty pracy publikowane są również na wiodących portalach ogłoszeniowych, takich jak pracuj.pl czy olx.pl.

Równolegle prowadzimy działania komunikacyjne offline, wykorzystując nasze sklepy jako kluczowe punkty styku z kandydatami, a także korzystając z billboardów, plakatów, banerów i innych miejskich formatów reklamowych. Uczestniczymy w targach pracy oraz współpracujemy z uczelniami i szkołami w całej Polsce w ramach programu Kampus Biedronki.

Dzięki tej inicjatywie realizujemy programy talentowe, organizujemy spotkania i wykłady prowadzone przez naszych pracowników oraz angażujemy się w liczne projekty edukacyjne skierowane do uczniów, studentów i absolwentów. W 2024 roku, we współpracy z Fundacją Our Future, uruchomiliśmy pierwszą edycję konkursu studenckiego Young Talents 4 Biedronka, w którym za najbardziej innowacyjne projekty biznesowe przyznano nagrody o łącznej wartości blisko 50 tys. zł.



W 2024 roku podejście Biedronki do rekrutacji i rozwoju zawodowego zostało jeszcze lepiej dostosowane do potrzeb różnych grup wiekowych i etapów kariery. W ramach programu rozwoju liderów Management Trainee kandydaci realizują zadania odzwierciedlające rzeczywiste decyzje menedżerskie, co pozwala im lepiej zrozumieć własny styl pracy i sposób myślenia.



Liczba i odsetek nowych pracowników Biedronki

ESRS S1-6

	2023		2024	
	Liczba nowo zatrudnionych pracowników	Procent nowo zatrudnionych pracowników	Liczba nowo zatrudnionych pracowników	Procent nowo zatrudnionych pracowników
Kobiety	16 452	23,9%	17 794	24,9%
Mężczyźni	3 969	30,2%	4 205	33,1%
Razem	20 148	24,9%	21 999	26,1%

Liczba i odsetek odejść pracowników Biedronki

	2023		2024	
	Liczba odejść pracowników	Procent odejść pracowników	Liczba odejść pracowników	Procent odejść pracowników
Kobiety	15 279	22,2%	15 082	21,1%
Mężczyźni	3 875	31,7%	3 703	29,1%
Razem	19 154	23,7%	18 785	22,3%



Jubilaci Biedronki

W Biedronce wielu pracowników rozwija swoją karierę przez lata, a ich zaangażowanie i lojalność są wysoko cenione. Aby podkreślić znaczenie długofalowej współpracy, realizujemy inicjatywę „Jubilaci Biedronki” i celebруем okrągłe rocznice zatrudnienia. W 2024 roku ponad 3 100 pracowników obchodziło 10-lecie pracy, a ponad 520 osób świętowało 20-lecie zatrudnienia w naszej firmie.

Jubilaci otrzymują specjalny pakiet jubileuszowy, który obejmuje starannie dobrane upominki – m.in. vouchery jubilerskie i podróżne – a także nagrodę finansową. Obchody jubileuszy wspierane są szeroką komunikacją wewnętrzną, w tym Mapą Jubilatów, na której jubilaci mogą tworzyć swoje profile, a inni pracownicy składać im życzenia i wspólnie świętować. Towarzyszą temu również konkursy z nagrodami oraz pamiątkowe materiały wideo.

Charakterystyka osób niebędących pracownikami

ESRS S1-7

W całym roku 2024 Biedronka współpracowała łącznie z 17 195 osobami, które nie były zatrudnione na umowę o pracę, w porównaniu do 13 739 osób w 2023 roku. Zdecydowaną większość z nich stanowili pracownicy zatrudnieni za pośrednictwem agencji pracy tymczasowej.

Zakres rokowań zbiorowych i dialogu społecznego

ESRS S1-8

DIALOG SPOŁECZNY

Prowadzimy otwarty i ciągły dialog z naszymi pracownikami, aktywnie wsłuchując się w ich potrzeby i wspólnie wypracowując rozwiązania. Wierzymy, że skuteczna komunikacja sprzyja zaangażowaniu pracowników oraz tworzy przyjazne i inkluzywne środowisko pracy. Formą dialogu społecznego jest współpraca ze związkami zawodowymi, którą realizujemy zgodnie z Polityką Związkową. Dokument ten określa zasady współpracy oparte na przejrzystości, niezależności i wzajemnym szacunku. Pracownicy mają pełną swobodę zrzeszania się, a kontakt z przedstawicielami związków ułatwia wyznaczony zespół.

Regularne spotkania umożliwiają otwartą wymianę informacji, wspólne wypracowywanie rozwiązań oraz szybkie reagowanie na zmieniające się potrzeby pracowników. Wierzymy, że konstruktywny dialog przynosi korzyści wszystkim stronom i przyczynia się do długofalowej stabilności naszej organizacji. Związki zawodowe działające w JMP S.A. reprezentują wszystkich pracowników, niezależnie od członkostwa w ich strukturach.

Cyklicznie prowadzimy badanie opinii pracowników. Zespół ma wpływ na rozwój naszej firmy, także przez wskazanie mocnych stron organizacji oraz obszarów do poprawy.



Wspieramy różnorodność

ESRS S1-9; ESRS S1-16

W Biedronce wierzymy, że różnorodne zespoły i kultura włączająca mają realny wpływ na rozwój naszej organizacji.

Doceniamy fakt, że w naszej firmie ramię w ramię pracują przedstawiciele czterech różnych pokoleń, nasz zespół tworzą osoby ponad 40 narodowości, a ponad 1 000 pracowników to osoby z niepełnosprawnościami.

W 2024 roku zrealizowaliśmy projekt poświęcony ocenie praktyk HR oraz przeszkoleniu zespołów odpowiedzialnych za procesy personalne w zakresie różnorodności, inkluzywności i przeciwdziałania nieuświadomionym uprzedzeniom.

W maju 2024 roku dołączyliśmy do grona sygnatariuszy Karty Różnorodności, której koordynatorem w Polsce jest Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Ten formalny dokument potwierdza nasze stałe zaangażowanie w budowanie środowiska pracy wolnego od dyskryminacji i otwartego na różnorodność.

Nasze działania zostały dostrzeżone zarówno na poziomie międzynarodowym, jak i lokalnym. Grupa Jerónimo Martins, właściciel sieci Biedronka, po raz drugi z rzędu została uznana przez Financial Times i platformę Statista za Lidera Różnorodności. Sama Biedronka znalazła się w gronie dwóch firm wyróżnionych za największy postęp w ocenie Diversity IN Check – narzędziu mierzącym dojrzałość pracodawców w zarządzaniu różnorodnością i tworzeniu inkluzywnego środowiska pracy. Grupa Jerónimo Martins została także wyróżniona jako jedna ze 100 firm na świecie o najlepszych praktykach w zakresie różnorodności i inkluzywności według FTSE Diversity & Inclusion Index, organizowanego przez FTSE Russel. Spośród ponad 15 500 analizowanych przedsiębiorstw Grupa zajęła 46. miejsce i jest jedyną firmą z sektora supermarketów i sklepów convenience ujętą w tym zestawieniu.

RÓWNOŚĆ PŁCI

W Biedronce dążymy do tworzenia środowiska pracy, w którym możliwości rozwoju i awansu są jednakowo dostępne dla wszystkich – niezależnie od płci. Nasze podejście opiera się na politykach i działaniach wspierających sprawiedliwe warunki zatrudnienia oraz kulturę organizacyjną opartą na szacunku, równości i docenianiu kompetencji. Strukturę zatrudnienia w naszej sieci – podobnie jak w całym sektorze handlu detalicznego żywnością – w zdecydowanej większości tworzą kobiety. W 2024 roku kobiety stanowiły 84,9% wszystkich pracowników Biedronki w Polsce. Ich obecność jest również widoczna na stanowiskach kierowniczych⁵, gdzie kobiety zajmowały 76,4% tych ról.

40% członków Komitetu Zarządzającego Grupy Jerónimo Martins stanowią kobiety. Wierzymy, że różnorodność wzmacnia naszą organizację i przyczynia się do lepszych wyników biznesowych.

Biedronka dołączyła do organizacji LEAD Network, której celem jest wspieranie różnorodności wśród kadry zarządzającej. Dzięki tej współpracy pracownicy Biedronki mogą uczestniczyć w programach mentoringowych, ukierunkowanych na rozwój osobisty i zawodowy mentees z różnych firm, a także w programie dotyczącym przywództwa inkluzywnego, którego celem jest dostarczenie narzędzi wspierających budowanie inkluzywnego środowiska pracy.

⁵ Stanowiska menedżerskie, strategiczne oraz kobiety na stanowiskach operacyjnych, które zarządzają zespołami.



Pracownicy według poziomów funkcjonalnych

	Płeć		Razem
	Kobiety	Mężczyźni	
Liczba pracowników	71 433	12 712	84 145
Procent pracowników	84,9%	15,1%	100%
Poziom strategiczny	14	43	57
Poziom menedżerski	848	735	1 583
Poziom operacyjny	70 571	11 934	82 505
pracownicy sklepów	68 683	7 030	75 713
pracownicy centrów dystrybucyjnych	1 224	4 395	5 619
pracownicy biurów	657	488	1 145
inni	7	21	28



WSKAŹNIK GENDER PAY RATIO⁶

2023 ROK

97,9%

WSKAŹNIK GENDER PAY RATIO
DLA PRACOWNIKÓW GRUPY JERÓNIMO MARTINS
ZATRUDNIONYCH W POLSCE

2024 ROK

98,1%

WSKAŹNIK GENDER PAY RATIO
DLA PRACOWNIKÓW GRUPY JERÓNIMO MARTINS
ZATRUDNIONYCH W POLSCE

98,1%

WSKAŹNIK GEDER PAY RATIO W BIEDRONCE⁷

⁶ Różnica wynagrodzeń między kobietami a mężczyznami wśród pracowników Biedronki, obliczona w porównywalnych warunkach. Wskaźnik ten wyrażany jest jako procent średniego wynagrodzenia kobiet względem średniego wynagrodzenia mężczyzn, przy czym 100% oznacza pełną równość płac.

⁷ Wskaźnik został po raz pierwszy obliczony i zaprezentowany osobno dla Biedronki w 2024 roku. Dane porównawcze za 2023 rok dotyczą wszystkich pracowników Grupy Jerónimo Martins zatrudnionych w Polsce.

PRZYJAZNE MIEJSCE PRACY DLA CUDZOZIEMCÓW

Na koniec 2024 roku w naszych zespołach pracowało 4 487 cudzoziemców. Większość z nich to obywatele Ukrainy, ale nasza społeczność jest znacznie bardziej różnorodna. Dołączają do nas m.in. pracownicy z Białorusi, Gruzji, Słowacji i Mołdawii.

Wiemy, jak ważny jest dobry proces wdrożenia, dlatego zapewniamy materiały szkoleniowe i instrukcje operacyjne również w języku ukraińskim. W 2022 roku uruchomiliśmy platformę językową, dzięki której nasi ukraińscy pracownicy mogą uczyć się słownictwa branżowego, co znacząco ułatwia im codzienne obowiązki. Dbamy również o formalności związane z legalizacją pobytu i zatrudnienia. Pomagamy w uzyskaniu zezwoleń i kart pobytu, a także wspieramy w sprawach administracyjnych. Zapewniamy dostęp do szkoleń i kursów zawodowych, które wspierają rozwój kompetencji i lepsze przystosowanie do środowiska pracy. Dzięki przejrzystemu systemowi ocen kompetencji i ścieżkom awansu, każdy – niezależnie od narodowości – ma równe szanse na rozwój kariery.



Pracownicy zagraniczni są obecni we wszystkich obszarach naszej organizacji – w sklepach, centrach dystrybucyjnych i biurach – i na różnych poziomach funkcjonalnych.

DOSTĘPNOŚĆ CYFROWA JAKO ELEMENT WSPARCIA RÓŻNORODNOŚCI

W 2024 roku platforma komunikacyjna dlanaswjm.pl została w pełni dostosowana do standardu WCAG 2.1 (Web Content Accessibility Guidelines) na poziomie AA. Dzięki spełnieniu 50 kryteriów zgodności zapewniamy dostępność treści w ujęciu technicznym, funkcjonalnym i wizualnym.

Wprowadzone zmiany obejmowały m.in. zwiększenie kontrastu oraz możliwość powiększenia czcionki dla osób z dysfunkcjami wzroku, napisy w materiałach wideo wspierające pracowników z niepełnosprawnością słuchu, a także dostosowania umożliwiające współpracę z technologiami asystującymi. Dodatkowo, w celu zwiększenia dostępności, w procesie rejestracji i logowania oraz w wybranych wątkach obsługiwanych przez chatbota wprowadzono wersje językowe w języku angielskim i ukraińskim.

WSPIERANIE RÓŻNORODNOŚCI W MIEJSCU PRACY

Dla nas różnorodność to coś więcej niż deklaracja – to działania, które mają wpływ na nasze codzienne środowisko pracy. Doceniamy wartość, jaką osoby z niepełnosprawnościami wnoszą do naszych zespołów i ich codziennej pracy.

Wraz z rozwojem systemów kas samoobsługowych pojawiło się zapotrzebowanie na nowe stanowisko. W 2024 roku uruchomiliśmy program zatrudniania asystentów kas samoobsługowych, w ramach którego do końca roku dołączyło do nas wielu pracowników z niepełnosprawnościami. Program ten przynosi wiele korzyści: poprawia komfort zakupów, usprawnia pracę i wspiera społeczności lokalne. W 2024 r. jego zasięgiem objęto 427 sklepów.

Wartości różnorodności rozwijamy również w naszych biurach. Coraz więcej osób z niepełnosprawnościami zasila zespoły administracyjne, zwiększając świadomość wśród współpracowników i wpływając na sposób, w jaki rozumiemy współpracę.



Różnorodność i rozwój kompetencji

Budowanie zespołu, w którym każda osoba ma przestrzeń do pracy i rozwoju, wymaga odpowiedniego przygotowania. Dlatego wspieramy naszych menedżerów w tworzeniu środowiska otwartego na różne potrzeby – w tym zatrudnianie osób z niepełnosprawnościami.

W 2024 roku ponad 1 000 kierowników sklepów wzięło udział w warsztatach przygotowujących do tego zadania. Uczestnicy uczyli się, jak budować różnorodne zespoły, integrować nowych pracowników, tworzyć atmosferę sprzyjającą otwartości i zaangażowaniu. Poznawali również zasady dostosowywania stanowisk pracy, sprawiedliwego podziału obowiązków oraz poruszania się po kluczowych kwestiach prawnych i organizacyjnych – w tym w zakresie prawa pracy oraz codziennej współpracy.

Dzięki tym działaniom proces zatrudniania staje się sprawniejszy, a miejsce pracy bardziej dostępne i otwarte dla wszystkich.

ZESPÓŁ WIELOPOKOLENIOWY – DOŚWIADCZENIE I ENERGIA

Tworzymy środowisko pracy otwarte na osoby w każdym wieku – od tych, które dopiero rozpoczynają karierę zawodową, po osoby z ugruntowanym doświadczeniem.

W 2024 roku zatrudnialiśmy 17 104 osoby poniżej 30. roku życia (20% wszystkich pracowników) oraz 10 120 osób powyżej 50. roku życia (12% zespołu). Promujemy współpracę międzypokoleniową i rozwijamy kulturę organizacyjną opartą na wzajemnym szacunku, dzieleniu się wiedzą i wspólnym rozwoju.

Prowadzimy programy szkoleniowe wspierające integrację zespołów złożonych z osób w różnym wieku. Skupiamy się na komunikacji międzypokoleniowej, współpracy, udzielaniu informacji zwrotnej oraz kulturze doceniania. W 2024 roku wdrożyliśmy również model odwróconego mentoringu, w ramach którego młodszy pracownicy wspierali 12 doświadczonych koleżanek i kolegów w rozwijaniu kompetencji technologicznych oraz umiejętności zarządzania różnorodnymi zespołami. Współpraca ta pomogła uczestnikom lepiej odnajdywać się w coraz bardziej dynamicznym środowisku pracy.



„**RóżniMY**” to kampania promująca otwartość, wzajemny szacunek i inkluzywność w miejscu pracy. Zainaugurowana po raz pierwszy w 2024 roku, rozpoczęła się od filmu z udziałem naszych pracowników, ukazującego, jak różnorodność pozytywnie wpływa na codzienne relacje i współpracę w zespołach.

W kolejnych miesiącach wdrażaliśmy quizy, szkolenia oraz wydarzenia edukacyjne, których celem było pogłębianie wiedzy i wspieranie dialogu. Jednym z elementów kampanii było również wsparcie komunikacyjne i edukacyjne w związku z wprowadzeniem nowego stanowiska – asystenta kas samoobsługowych – dostosowanego do potrzeb pracowników z niepełnosprawnościami.

Szkolimy z myślą o przyszłości

ESRS S1-13

Rozwój kompetencji zespołu Biedronki to kluczowy element naszej strategii odpowiedzialnego zarządzania.

W Biedronce wierzymy, że ciągłe uczenie się i doskonalenie to fundamentalne wartości w dynamicznie zmieniającym się środowisku biznesowym. Tworzymy warunki, w których pracownicy na każdym szczeblu mają możliwość rozwijania swoich kompetencji i zdobywania nowej wiedzy. Takie podejście pozwala nam szybciej reagować na zmieniające się warunki rynkowe i skutecznie mierzyć się z wyzwaniami przyszłości. W 2024 roku zrealizowaliśmy 408 898 szkoleń, co dało średnio 60,2 godzin na pracownika. Średnia liczba godzin szkoleniowych na osobę, z uwzględnieniem struktury zatrudnienia, wyniosła: 20,2 godziny dla poziomu strategicznego, 36,3 godziny dla menedżerskiego oraz 60,6 godziny dla operacyjnego. W szkoleniach wzięło udział aż 94,4 % pracowników. Programy szkoleniowo – rozwojowe obejmowały szeroki zakres kompetencji: umiejętności menedżerskich i przywódczych, kompetencji specjalistycznych i eksperckich, a także tzw. umiejętności miękkich związanych z dobrostanem i indywidualną efektywnością. Duży nacisk położono również na zagadnienia przyszłościowe, takie jak różnorodność, zarządzanie międzypokoleniowe czy nowe technologie.

Szkolenia realizujemy w rozmaitych formatach – od warsztatów w sali szkoleniowej, online, szkoleń w miejscu pracy i e-learningów po programy rozwojowe dla kadry zarządzającej. W naszej ofercie znajduje się 151 szkoleń stacjonarnych i aż 329 dostępnych online.

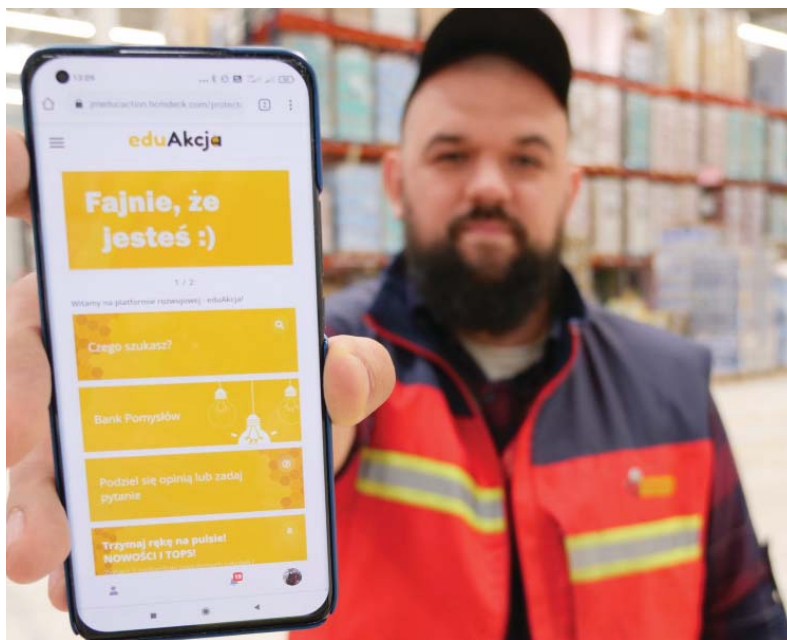
W realizacji działań rozwojowych kluczową rolę odgrywa nasza platforma e-learningowa eduAkcja.

W 2024 roku pracownicy skorzystali z kursów online aż 616 455 razy, co oznacza wzrost o 21% w porównaniu z rokiem poprzednim.

Zauważalnie wzrosła również skuteczność realizacji obowiązkowych szkoleń dostosowanych do konkretnych grup pracowników. Obejmowały one m.in. zagadnienia z zakresu BHP, obsługi reklamacji, etyki, zgodności z **Kodeksem Postępowania Grupy**, wartości firmy oraz zasad pracy hybrydowej.

Dzięki temu pracownicy są lepiej przygotowani do codziennych wyzwań, lepiej rozumieją swoje obowiązki i efektywniej realizują powierzone zadania.

EduAkcja pozwala nam sprawdzać, jak szkolenia są odbierane i dostosowywać je do zmieniających się potrzeb.



ONBOARDING

Dobrze zaplanowany proces wdrażania pracownika pozwala lepiej zrozumieć kulturę firmy i sprzyja szybszej adaptacji pracownika do nowego środowiska pracy.

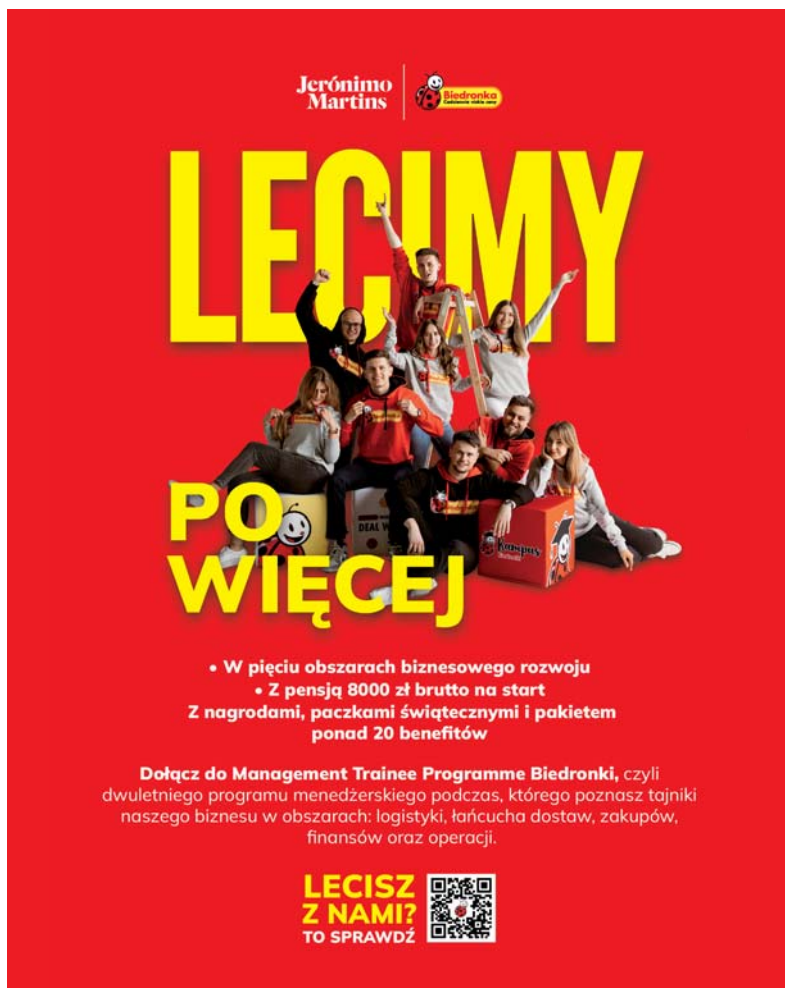
W Biedronce onboarding to zaplanowany, wieloetapowy proces, którego celem jest ułatwienie pracownikom startu w nowym środowisku i budowanie silnych fundamentów pod dalszy rozwój. Kluczową rolę odgrywają sklepy szkoleniowo-wdrożeniowe, w których nowi pracownicy od 2020 roku zdobywają pierwsze doświadczenia, uczą się zadań operacyjnych oraz poznają kulturę organizacyjną i standardy pracy. W 2024 roku działało 257 takich placówek.

Korzystamy z przygotowanych programów wdrożeniowych z jasno określonym zakresem materiału, czasem trwania oraz przypisaniem ról i odpowiedzialności. Takie podejście zapewnia spójność procesu, zwiększa zaangażowanie i skraca czas potrzebny do osiągnięcia samodzielności na nowym stanowisku pracy.

Dużą wagę przykładamy także do wdrażania pracowników biurowych – organizujemy aktywności w Centrali oraz trzydniowe szkolenie w sklepie, umożliwiające poznanie kultury organizacyjnej i perspektywy klienta.

PROGRAMY DLA MŁODYCH TALENTÓW

W 2024 roku kontynuowaliśmy realizację Management Trainee – dwuletniego programu menedżerskiego skierowanego do studentów ostatnich lat studiów oraz absolwentów do trzech lat po studiach. Celem programu jest przygotowanie młodych talentów do objęcia stanowisk menedżerskich poprzez zdobywanie praktycznego doświadczenia w różnych działach i lokalizacjach firmy – od sklepów i centrów dystrybucyjnych po biura centralne. Uczestnicy rozwijają kompetencje leaderskie, operacyjne i analityczne jednocześnie zdobywając dogłębną wiedzę na temat kluczowych obszarów biznesowych, takich jak zakupy, finanse, logistyka czy operacje.



Jerónimo Martins | Biedronka

LECIMY POWIĘCEJ

• W pięciu obszarach biznesowego rozwoju
• Z pensją 8000 zł brutto na start
Z nagrodami, paczkami świątecznymi i pakietem ponad 20 benefitów

Dołącz do Management Trainee Programme Biedronki, czyli dwuletniego programu menedżerskiego podczas którego poznasz tajniki naszego biznesu w obszarach: logistyki, łańcucha dostaw, zakupów, finansów oraz operacji.

LECISZ Z NAMI?
TO SPRAWDŹ



Program, realizowany w Grupie Jerónimo Martins od 28 lat, stanowi ważny element strategii sukcesji – w Biedronce aż 94 osoby z obecnej kadry menedżerskiej to jego absolwenci.

O skuteczności programu świadczą wysokie wskaźniki retencji i satysfakcji – w ciągu ostatnich pięciu lat 100% uczestników zostało awansowanych na stanowiska menedżerskie po zakończeniu dwuletniego cyklu. Regularnie monitorujemy ścieżki zawodowe absolwentów oraz zbieramy informacje zwrotne od ich przełożonych, co pozwala nam ocenić poziom przygotowania młodych liderów do wyzwań zawodowych. Zdaniem zarządu i kadry menedżerskiej program skutecznie wspiera rozwój przyszłych liderów i zapewnia ciągłość kluczowych kompetencji w organizacji.

KOMPETENCJE W DZIAŁANIU

Dostrzegając, jak dynamicznie zmienia się otaczający nas świat oraz oczekiwania wobec pracowników, nieustannie inwestujemy w rozwój kompetencji przyszłości, a także w podnoszenie i zmianę kwalifikacji (upskilling i reskilling).

Biedronkowa Akademia Zarządzania

Program rozwijający kompetencje kierowników sklepów i ich zastępców w obszarach między innymi organizacji pracy własnej i pracy zespołu, rozwoju pracowników oraz budowania relacji w zespole. W 2024 roku Akademię ukończyło 462 kierowników sklepów i 283 zastępców kierowników.

Biedronkowa Akademia Logistyki oraz Akademia Rozwoju

Programy szkoleniowe dedykowane kadrze zarządzającej Działu Logistyki. W ramach poruszanej merytoryki, dotyczącej „zarządzania sobą oraz innymi”, uczestnicy podnoszą swoje kompetencje między innymi w zakresie współpracy, motywowania oraz wspierania rozwoju pracowników.

Biedronkowa Akademia Handlowa BAH Advanced

To program szkoleniowy uruchomiony we współpracy ze Szkołą Główną Handlową w Warszawie. Podczas zajęć prowadzonych przez ekspertów w danej dziedzinie, menedżerowie Działu Operacji mają możliwość pogłębiać swoją wiedzę z zakresu budowania relacji z klientami. Poznają ich aktualne potrzeby, zarówno te związane z zakupami, jak również te szeroko pojęte jako „customer experience”. W 2024 roku w zajęciach BAH Advanced wzięło udział 25 osób na stanowisku Kierownik ds. Operacji i Sprzedaży.

Biedronkowa Akademia Kupca

Półroczny program szkoleniowy, który umożliwia specjalistom z różnych, określonych wcześniej działów (również spoza działu zakupów) rozwój w obszarze zarządzania kategorią. Program obejmuje opracowanie projektu opartego na analizie wybranej kategorii oraz współpracę z wewnętrznym mentorem. W edycji 2024 wzięło udział 5 uczestników.

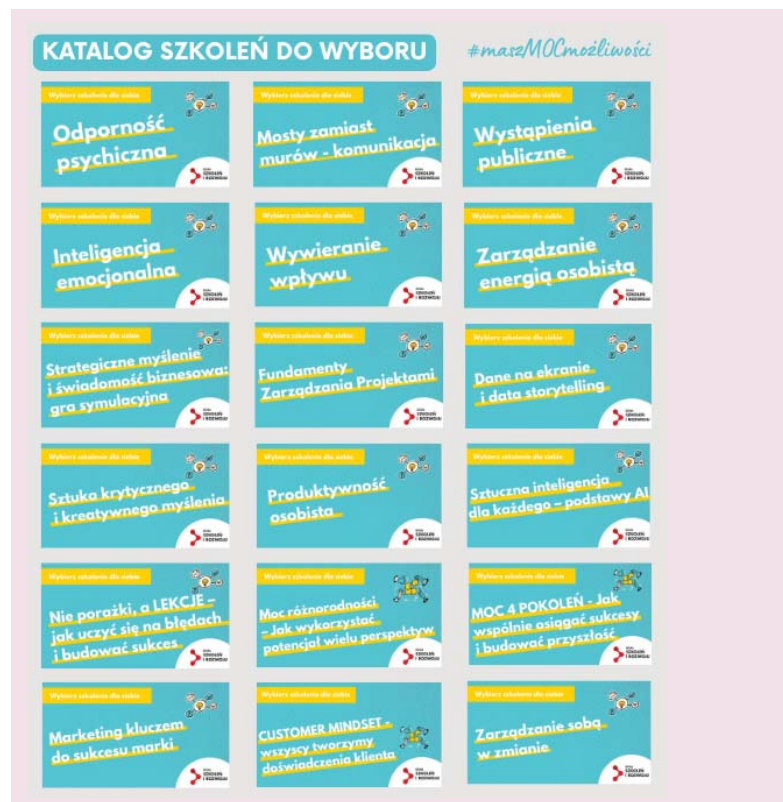
W 2024 roku zaprosiliśmy ponad 3 500 pracowników do udziału w szkoleniach w ramach otwartego programu **#maszMocmożliwości**. Nazwa programu nawiązuje do szerokiego wachlarza dostępnych kursów, spośród których pracownicy samodzielnie wybierają te najlepiej odpowiadające ich zainteresowaniom, planom rozwojowym lub przyszłym rolom, do których chcą się przygotować.

SZKOLENIA Z ZAKRESU ZARZĄDZANIA I PRZYWÓDZTWA

W 2024 roku kontynuowaliśmy kolejne edycje programów, które wspierają naszą kadrę menedżerską w skutecznym zarządzaniu zespołami i funkcjonowaniu w dynamicznym środowisku handlu detalicznego.

Be a Leader

We współpracy z Center for Creative Leadership (CCL) oferujemy trzy programy rozwojowe (Leading Self, Leading Others i Leading Teams) skierowane do pracowników zajmujących różne stanowiska menedżerskie. Każdy z progra-



mów opiera się na wynikach badania 360 stopni, które uczestnicy wysyłają do swoich przełożonych i współpracowników. Program łączy szkolenia stacjonarne, indywidualny coaching oraz uczestnictwo w grupach uczenia się opartych na współpracy i wymianie doświadczeń. W 2024 roku w programach wzięło udział 164 uczestników.

General Management Program

Inicjatywa realizowana we współpracy z Akademią Leona Koźmińskiego skierowana jest do wyższej kadry menedżerskiej oraz dyrektorów działów. Program obejmuje osiem sesji, z których każda poświęcona jest innemu zagadnieniu i prowadzona przez różnych trenerów oraz wykładowców akademickich.

W ubiegłorocznej edycji poruszane były m.in. tematy związane ze sztuczną inteligencją, wdrażaniem podejścia Growth Mindset w strategii firmy i kulturze organizacyjnej, a także analiza makroekonomiczna. W 2024 roku w programie wzięło udział 26 uczestników.

Strategic Management Program

Inicjatywa rozwojowa dla najwyższej kadry menedżerskiej, realizowana we współpracy z uznanymi uczelniami – Católica Lisbon School of Business & Economics oraz Kellogg School of Management w Chicago. Program koncentruje się na zagadnieniach wspierających ciągły rozwój osobisty i zawodowy, takich jak Design Thinking i Growth Mindset. Składa się z dwóch modułów: pierwszy odbywa się w Lizbonie, a drugi w Chicago. Uczestnicy mają dostęp do najnowszej wiedzy z zakresu zarządzania oraz możliwość pracy z ekspertami o międzynarodowej renomie.

Wzmacniamy rozwój i indywidualny wpływ

SYSTEM OCEN PRACOWNICZYCH I MENEDŻERSKICH

ESRS S1-13

System ocen w organizacji tworzy spójną, stopniową ścieżkę dialogu na temat wyników i rozwoju zawodowego – od corocznej rozmowy z pracownikiem aż po strategiczne przeglądy potencjału.

SOP (System Oceny Pracy) obejmuje stanowiska niemenedżerskie i przeprowadzany jest raz w roku. W wyznaczonym oknie czasowym przełożony spotyka się z pracownikiem, aby podsumować miniony rok. Kluczowym elementem spotkania jest informacja zwrotna – pracownik otrzymuje ocenę wyników i kompetencji oraz poznaje swoje mocne strony. Rozmowa służy omówieniu obszarów do rozwoju i zaplanowaniu dalszej ścieżki zawodowej.

PMC (Performance Management Cycle) dotyczy stanowisk menedżerskich i również odbywa się raz w roku. Jego celem jest nie tylko ocena realizacji celów przypisanych menedżerowi, lecz także sposobu ich osiągania. Harmonogram obejmuje ustalenie indywidualnych lub matrycowych celów na początku roku, przeglądy postępu, informację zwrotną oraz roczne podsumowanie.

MDR (Management Development Review) to przegląd potencjału, który jest dopełnieniem corocznych procesów ocen SOP i PMC. Odbywa się cyklicznie w całej organizacji i umożliwia ocenę potencjału pracowników, planowanie sukcesji oraz wspieranie indywidualnych ścieżek kariery i rozwoju. W 2024 roku proces objął 4 455 pracowników.

Odsetek pracowników podlegających regularnym ocenom jakości pracy i przeglądom rozwoju kariery zawodowej, według płci i kategorii zatrudnienia

	2023			2024		
	Kobiety	Mężczyźni	Razem	Kobiety	Mężczyźni	Razem
Poziom strategiczny	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Poziom menedżerski	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Poziom operacyjny	100%	100%	100%	100%	100%	100%



SUKCES(I)JA to program rozwojowy, który wspiera pracowników o wysokim potencjale. W 2024 roku odbyła się trzecia edycja programu, wzięło w niej udział 115 pracowników. Odsłona koncentrowała się na wzmacnianiu indywidualnych talentów i budowaniu postaw sprzyjających świadomemu przywództwu. Uczestnicy wzięli udział w warsztatach z krytycznego myślenia i zarządzania opartych na wartościach, a także poznawali swoje naturalne predyspozycje w oparciu o analizę talentów Gallupa.

Wynagradzamy sprawiedliwie i konkurencyjnie**ESRS S1-10****WYNAGRODZENIA – ODPOWIEDZIALNE PODEJŚCIE BIEDRONKI**

Stosujemy jasne kryteria przy ustalaniu i aktualizacji wynagrodzeń – bierzemy pod uwagę zakres obowiązków, doświadczenie oraz wyniki pracy. Nasze stawki początkowe są konkurencyjne względem krajowej płacy minimalnej. Kontynuowaliśmy działania mające na celu zapewnienie, że wszyscy pracownicy otrzymują odpowiednie wynagrodzenie, zgodne z obowiązującymi punktami odniesienia⁸.

W 2024 roku płaca minimalna w Polsce wzrosła o ponad 19% w porównaniu z 2023 rokiem. Aby utrzymać konkurencyjność i odpowiednio wynagradzać pracowników, Biedronka również podniosła najniższe wynagrodzenie o 19%.

⁸ Porównanie dotyczy najniższego miesięcznego wynagrodzenia w firmie (dla pełnego etatu, z wyłączeniem stażystów i praktykantów) oraz ustawowej płacy minimalnej obowiązującej w danym kraju – zgodnie z przepisami prawa lub układami zbiorowymi, jeśli mają zastosowanie. Pod uwagę brane są wszystkie stałe składniki wynagrodzenia, które przysługują wszystkim pracownikom. W Polsce obejmuje to podstawowe wynagrodzenie na start oraz dodatek frekwencyjny.

Dodatkowo firma kontynuuje aktualizację pozostałych zasad wynagradzania, obejmujących różne poziomy funkcji i odpowiedzialności, a także staż pracy i indywidualne wyniki.

W przypadku większości pracowników wynagrodzenia są zwykle poddawane przeglądowi po pierwszym roku zatrudnienia – jako forma docenienia zaangażowania oraz promowania różnicowania płac w oparciu o doświadczenie i samodzielność. Dzięki tym działaniom pracownicy Biedronki otrzymują wynagrodzenie netto istotnie przewyższające krajową płacę minimalną. W 2024 roku minimalny dochód na rękę naszych pracowników wynosił od 9% do 17% więcej niż krajowa płaca minimalna.



DOCENIAMY ZAANGAŻOWANIE

W Biedronce doceniamie indywidualnego i zespołowego zaangażowania oraz nagradzanie wzorowych wyników to jeden z naszych priorytetów.

Każdego dnia dostrzegamy wysiłek i zaangażowanie naszych pracowników. W 2024 roku przeznaczaliśmy ponad 1,136 miliarda złotych na nagrody, premie i inne formy doceniania – 16% więcej niż w roku poprzednim.

W tej kwocie uwzględniono również jednorazową premię świąteczną w wysokości 1 000 zł, wypłaconą w grudniu w celu wsparcia świątecznych wydatków pracowników. Z tego świadczenia skorzystało ponad 73 000 pracowników sklepów i logistyki, a łączna wartość wypłat przekroczyła 73 miliony złotych.



W 2024 roku ponad 57 000 pracowników sieci Biedronka na stanowiskach niemenedżerskich otrzymało Nagrodę Specjalną E.A.Soares dos Santos za 2023 rok w wysokości 4 000 zł brutto. Była to ponownie najwyższa w historii Biedronki wartość tej nagrody, przyznanej w uznaniu zaangażowania i wysiłku pracowników w osiągnięciu wyników finansowych w roku naznaczonym inflacją i trudnymi warunkami gospodarczymi. Na wypłatę nagród firma przeznaczyła ponad 291 mln zł.

Wprowadzamy technologie wspierające pracowników

W 2024 roku kontynuowaliśmy rozwój technologii, które ułatwiają codzienną pracę i wspierają rozwój zawodowy naszych zespołów. Platforma komunikacyjna dlanaswjm.pl, dostępna dla wszystkich pracowników, została rozbudowana o nowe funkcje m.in.: zniżki pracownicze, system reklamacji czy wiadomości umożliwiające przekazywanie indywidualnych informacji personalnych. Chatbot i voicebot obsłużyły łącznie ponad 326 tys. zapytań, wspierając m.in. tematy kadrowe i socjalne.

Rozwijaliśmy także narzędzia komunikacyjne, w tym intranet, wiadomości SMS i komunikaty profilowe, ułatwiające dostęp do informacji i samodzielne zarządzanie dokumentami związanymi z zatrudnieniem. Pracownicy mogli również brać udział w spotkaniach online z Zarządem.

Nowoczesne technologie odgrywają coraz większą rolę w naszych działaniach rozwojowych. W 2024 roku z wykorzystaniem technologii wirtualnej rzeczywistości (VR) przeszkoliliśmy 5 904 pracowników, realizując łącznie 20 289 godzin szkoleniowych. Umożliwia ona pracownikom naukę poprzez realistyczne symulacje, takie jak wypiek pieczywa czy sytuacje związane z zarządzaniem zespołem. Wprowadzenie szkoleń VR w Biedronce pozwoliło na stworzenie bezpiecznej przestrzeni, która daje pracownikom możliwość zdobywania nowych umiejętności w kontrolowanych warunkach, wiernie odwzorowując codzienne wyzwania.

W 2024 roku wdrożyliśmy również platformę jAI, opartą na generatywnej sztucznej inteligencji. Narzędzie to wspiera menedżerów w planowaniu indywidualnych ścieżek rozwoju, podpowiadając możliwe kroki i rozwiązania dopasowane do potrzeb użytkownika. W 2024 roku Biedronka przetestowała również model wykorzystujący generatywną sztuczną inteligencję do tworzenia spersonalizowanych planów rozwoju dla 1 238 pracowników.



Chronimy, zapewniając bezpieczne warunki pracy (M)

ESRS S1-1, ESRS S1-14, ESRS 2 SBM-3

ZARZĄDZANIE OBSZAREM BHP

Dbamy o to, aby każdy pracownik naszej sieci mógł czuć się bezpiecznie w miejscu pracy. Nasz **System Zarządzania Bezpieczeństwem i Higieną Pracy** spełnia wymagania międzynarodowego standardu **ISO 45001:2018** i jest certyfikowany przez niezależny podmiot zewnętrzny.

System obejmuje wszystkie lokalizacje, w tym sklepy, centra dystrybucyjne, biura oraz Fabrykę Zup „Z Naszej Kuchni”. Każdy pracownik ma obowiązek zapoznania się z dokumentacją BHP, obejmującą procedury, instrukcje oraz oceny ryzyka zawodowego. W 2024 zaktualizowaliśmy dokumentację dla sklepów. Ponadto wprowadziliśmy 1 447 nowych instrukcji i procedur, wzmacniając bezpieczeństwo i podnosząc świadomość zagrożeń w codziennej pracy. System zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy obejmuje wszystkich pracowników oraz współpracowników naszej firmy.



Osoby objęte systemem zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy

					2024
	Liczba pracowników	Odsetek pracowników	Liczba osób niebędących pracownikami stanowiących własną siłę roboczą	Odsetek osób niebędących pracownikami stanowiących własną siłę roboczą	Odsetek osób stanowiących własną siłę roboczą
Osoby objęte systemem zarządzania BHP	84 145	100%	17 195	100%	100%
Osoby objęte systemem zarządzania BHP poddane audytowi wewnętrznemu	84 145	100%	17 195	100%	100%
Osoby objęte systemem zarządzania BHP poddane audytowi zewnętrznemu lub specjalistycznej certyfikacji zewnętrznej	21 717	26%	2 411	14%	24%

IDENTYFIKACJA I OCENA RYZYKA

Zespół Oceny Ryzyka, w skład którego wchodzi przedstawiciele pracowników i działu BHP, cyklicznie analizuje zagrożenia oraz ocenia ryzyko związane z wprowadzanymi zmianami organizacyjnymi i technicznymi. Dzięki specjalnym matrycom oszacowujemy wielkość poszczególnych czynników ryzyka, co pozwala na dobór odpowiednich środków ochrony, przygotowanie szkoleń i instrukcji oraz wdrażanie inicjatyw prozdrowotnych. W 2024 roku opracowaliśmy Ocenę Ryzyka Zawodowego metodą Risc Score dla 14 stanowisk, na których zatrudnionych było blisko 76 000 pracowników.

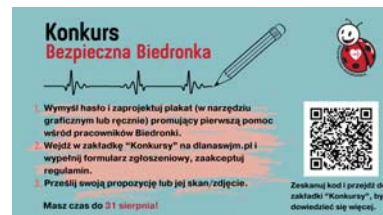
SZKOLENIA I DZIAŁANIA EDUKACYJNE

Szkolenia BHP, obowiązkowe dla wszystkich pracowników, są prowadzone na podstawie opracowanych programów szkoleń BHP dostosowanych do określonych stanowisk pracy. W 2024 roku w szkoleniach wzięło udział 34 790 pracowników, a łączny czas przeprowadzonych zajęć z zakresu bezpieczeństwa i higieny pracy wyniósł 303 617 godzin. Dodatkowo, niemal 30 tysięcy osób zostało przeszkolonych z udzielania pierwszej pomocy przedmedycznej.

Każdy pracownik może zgłaszać potencjalne zagrożenia za pośrednictwem różnych kanałów – poprzez Aplikację Zdarzeń Potencjalnie Wypadkowych, Biuro Obsługi Pracowników, a także bezpośrednio u swojego przełożonego lub w dziale BHP. W 2024 roku przeprowadziliśmy 7 555 audytów bezpieczeństwa oraz 3 644 próbnych ewakuacji w sklepach, centrach dystrybucyjnych i biurach. Regularne monitorowanie oraz zaangażowanie pracowników w identyfikowanie ryzyk są dla nas ważnym elementem naszych działań na rzecz poprawy bezpieczeństwa pracy.

Prowadziliśmy działania edukacyjne w naszych sklepach, centrach dystrybucyjnych i biurach, dostosowując komunikację BHP do specyfiki każdego środowiska pracy. Materiały tekstowe i graficzne wspierały osoby kierujące zespołami w codziennym przypominaniu zasad bezpieczeństwa. W Centrach

Dystrybucyjnych odbywały się spotkania KAIZEN, podczas których omawiano bieżące dane z obszaru logistyki, HR i BHP, a pracownicy służby BHP wspólnie z pracownikami centrów analizowali wyzwania i dzielili się pomysłami na usprawnienia. Promowaliśmy też pierwszą pomoc przy okazji otwarć sklepów, wydarzeń rekrutacyjnych i akcji krwiodawstwa.



Wiemy, że samo przypomnienie o zasadach bezpieczeństwa to za mało. Kluczowe jest budowanie kultury bezpiecznej pracy. Dlatego angażujemy pracowników poprzez komunikację i edukację. Światowy Dzień Bezpieczeństwa i Ochrony Zdrowia w Pracy 2024 świętowaliśmy w wyjątkowy sposób – konkursem na haiku, czyli krótką formę poetycką, która w kreatywny sposób promowała temat „Bezpieczeństwo pracy a zmiany klimatyczne”.

Latem 2024 roku zachęciliśmy naszych pracowników do aktywnego promowania zasad pierwszej pomocy. W ramach specjalnego konkursu byli zaproszeni do projektowania plakatu edukacyjnego, który w przystępny i angażujący sposób przypominał zespołom, jak reagować w sytuacjach wymagających natychmiastowej interwencji.

Celem inicjatywy było nie tylko zwiększenie świadomości na temat udzielania pierwszej pomocy, ale także zachęcenie do dzielenia się wiedzą i budowania kultury wzajemnej troski w miejscu pracy.

URAZY ZWIĄZANE Z PRACĄ

W 2024 roku, podobnie jak w poprzednich latach, nie doszło do żadnego wypadku śmiertelnego. Jednocześnie, mimo wzrostu liczby pracowników odnotowaliśmy spadek liczby wypadków w porównaniu do roku ubiegłego. Wśród pracowników miało miejsce 1 453 wypadki.

Najczęściej przyczyną urazów była chwilowa utrata koncentracji, nieprawidłowe korzystanie z narzędzi lub nieuwaga w strefach podwyższonego ryzyka. W większości przypadków skutkowało to urazami kończyn lub przeciążeniami układu mięśniowo-szkieletowego. W 2024 roku zgłoszono 8 przypadków chorób zawodowych, głównie związanych z zespołem cieśni nadgarstka i przewlekłymi dolegliwościami układu ruchu.



BIEDRONKOWA AKADEMIA ZDROWIA – PROFILAKTYKA W PRAKTYCE

W 2024 roku kontynuowaliśmy realizację programu Akademia Zdrowia Biedronki – inicjatywy ukierunkowanej na zapobieganie problemom zdrowotnym związanym z pracą, w szczególności urazom układu mięśniowo-szkieletowego. Szkolenia prowadzone przez fizjoterapeutów łączyły wiedzę teoretyczną z praktycznymi ćwiczeniami, ucząc pracowników, jak prawidłowo dbać o ciało w pracy, unikać przeciążeń i wykonywać codzienne rozgrzewki. Program obejmuje również dostęp do usług fizjoterapeutycznych w biurach i centrach dystrybucyjnych.

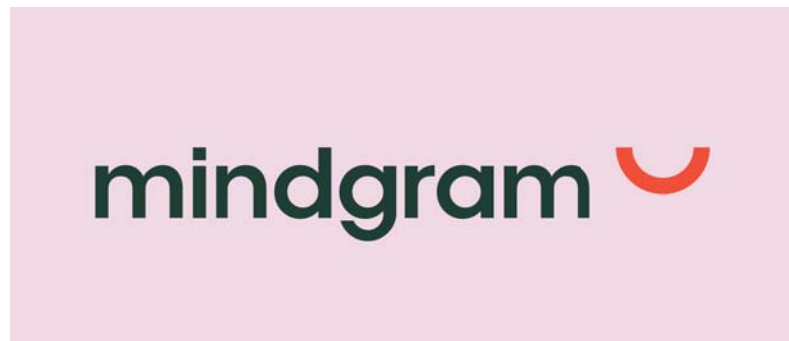
W 2024 roku z programu skorzystało 3 322 pracowników, a liczba przeprowadzonych konsultacji fizjoterapeutycznych wyniosła 30 243.

Wypadki związane z pracą	2023	2024
Pracownicy		
Liczba wypadków śmiertelnych	0	0
Liczba wypadków skutkujących niezdolnością do pracy powyżej 180 dni	21	27
Liczba wszystkich zarejestrowanych wypadków	1 461	1 453
Wskaźnik wypadków śmiertelnych	0	0
Wskaźnik wypadków skutkujących niezdolnością do pracy powyżej 180 dni	0,2	0,2
Wskaźnik wszystkich zarejestrowanych wypadków	12,2	11,8
Łączna liczba godzin przepracowanych przez wszystkich pracowników	119 230 269	123 563 454
Osoby niebędące pracownikami		
Liczba wypadków śmiertelnych	0	0
Liczba wypadków skutkujących niezdolnością do pracy powyżej 180 dni	0	0
Liczba wszystkich zarejestrowanych wypadków	40	104

Wskaźniki wypadkowości obliczane są jako liczba zdarzeń na milion przepracowanych godzin. Pod uwagę brana jest liczba godzin przepracowanych przez osoby zatrudnione na umowach o pracę. Wskaźnik wszystkich zarejestrowanych wypadków nie jest raportowany dla osób niebędących pracownikami.

Działamy na rzecz równowagi pracy i życia osobistego (M)

W 2024 roku Biedronka kontynuowała działania promujące aktywność fizyczną i zdrowy tryb życia. Pracownicy mogli korzystać m.in. z karty sportowej, dającej dostęp do ponad 5 000 obiektów sportowych w całej Polsce czy z platformy Mindgram, wspierającej dobrostan psychiczny.



ZDROWIE PSYCHICZNE – WSPARCIE NA CO DZIEŃ

W 2024 roku pracownicy Biedronki mogli korzystać z platformy Mindgram – narzędzia wspierającego dobrostan psychiczny, finansowy, prawny i osobisty. Platforma zapewnia bezpłatny dostęp do materiałów edukacyjnych (artykułów, webinarów i podcastów), konsultacji z psychologiem wraz z psychoterapią online oraz czatu, gdzie można uzyskać pomoc od specjalistów z zakresu m.in. psychologii, prawa czy finansów. Korzystać z niej mogą również członkowie rodzin. W ciągu roku aktywnych było aż 4 851 pracowników Biedronki, a webinarów dostępnych na platformie zostały wyświetlone 4 711 razy.

W ramach programu „Razem zadbajmy o zdrowie” pracownicy mogą umawiać się także na konsultacje psychiatryczne. Przez cały rok dostępna była też specjalna infolinia zdrowia psychicznego, z której mogli korzystać pracownicy w trudniejszych momentach.

FORMA I ZDROWIE

Naszym pracownikom oferujemy karty sportowe MultiSport, umożliwiające dostęp do obiektów sportowych i usług rekreacyjnych w całym kraju. W 2024 roku z tej formy aktywności skorzystało ponad 11 000 osób. Biedronka przeznaczyła na wsparcie programu ponad 770 tys. zł.

Dodatkowo dofinansowujemy udział pracowników w zawodach sportowych – indywidualnie lub w drużynach, a także organizujemy wyzwanie sportowe Biedronki w formie biegowej i rowerowej, które łączy motywację do ruchu z dobrą zabawą i przyjazną rywalizacją.



WSPÓLNE SPOTKANIA – BUDUJEMY WIĘZI W ZESPOŁACH

W 2024 ROKU BIEDRONKA DOFINANSOWYWAŁA SPOTKANIA I WYDARZENIA INTEGRACYJNE DLA ZESPOŁÓW OPERACYJNYCH, W KTÓRYCH WZIĘŁO UDZIAŁ

73 911

 PRACOWNIKÓW.

WIERZYM, ŻE TAKIE SPOTKANIA WZMACNIAJĄ RELACJE, BUDUJĄ DUCHA ZESPOŁU I POZYTYWNE WPŁYWAJĄ NA ATMOSFERĘ W PRACY.

Wspieramy pracowników i ich rodziny (M)

ESRS S1-11

Wszyscy pracownicy Biedronki objęci są obowiązkowymi publicznymi systemami zabezpieczenia społecznego chroniącymi przed utratą dochodu. Obejmują one m.in. przypadki takie jak choroba, bezrobocie, wypadki przy pracy, nabyta niepełnosprawność, urlop rodzicielski oraz emerytura.

W Biedronce, poza rozwiązaniami wynikającymi z przepisów prawa, rozwijamy własne programy wsparcia dla pracowników i ich rodzin. Pomagają one w trudnych momentach życiowych oraz odpowiadają na potrzeby zdrowotne, edukacyjne i bytowe – niezależnie od etapu życia czy sytuacji osobistej. W 2024 roku przeznaczaliśmy na ten cel około 195 milionów złotych – więcej niż w roku poprzednim, głównie ze względu na zwiększoną liczbę przyznanych

e-kodów. Nasze działania stanowią uzupełnienie istniejących form pomocy społecznej i są zawsze skierowane do osób znajdujących się w najtrudniejszej sytuacji.

DOBRE WSPARCIE ZACZYNA SIĘ OD SŁUCHANIA.

Dlatego co roku pytamy naszych pracowników, czy nasze działania odpowiadają na ich potrzeby. Traktujemy to jako ważny element dialogu, który pozwala nam lepiej zrozumieć, co jest dla nich istotne.

W 2024 roku w badaniu wzięło udział 8 043 pracowników, a jego wyniki pokazują, że obraliśmy właściwy kierunek. Aż 94% respondentów pozytywnie oceniło nasze programy wsparcia, a jedynie 1% wyraziło opinię negatywną. Nieustannie dostosowujemy nasze działania do zmieniających się potrzeb.

ZADOWOLENIE Z PROGRAMÓW

W jakim stopniu jesteś zadowolona/y z obecnego funkcjonowania programów wsparcia skierowanych do pracowników?



*w latach 2019-2021 pytanie dotyczyło programów skierowanych do pracowników i ich dzieci.



BENEFITY DOPASOWANE DO POTRZEB

W Biedronce dodatkowe świadczenia stanowią ważny element oferty pracodawcy – odpowiadają na potrzeby rodzinne i zdrowotne, a także ułatwiają wykonywanie obowiązków zawodowych. W zależności od stanowiska, pakiet może obejmować m.in. ubezpieczenie na życie, prywatną opiekę medyczną, ubezpieczenie NNW czy dostęp do planu emerytalnego. Dla wszystkich pracowników dostępna jest również platforma well-beingowa Mindgram, z której mogą korzystać także dwie bliskie osoby.

Biedronka, w ramach Zakładowego Funduszu Świadczeń Socjalnych, przeznacza środki na pomoc pracownikom znajdującym się w trudnej sytuacji życiowej. W 2024 roku w ramach tego funduszu przyznano 4 044 świadczenia socjalne. Zakładowy Fundusz Świadczeń Socjalnych umożliwia pracownikom wybór benefitów odpowiadających ich indywidualnym potrzebom – od wsparcia w sytuacjach losowych, przez dofinansowanie do aktywności sportowej i rekreacyjnej, kart sportowych, spotkań integracyjnych, po wyjazdy wakacyjne dla dzieci, wyprawki szkolne, poczęstunek z okazji dnia dziecka i paczki świąteczne dla pracowników jak i dzieci. W firmie funkcjonuje również program nieoprocentowanych pożyczek mieszkaniowych i bezzwrotnych zapomóg.

Pracownicy centrów dystrybucyjnych i biur mają dostęp do gabinetów fizjoterapeutycznych oraz ćwiczeń w miejscu pracy, a w wybranych lokalizacjach dostępne są także darmowe posiłki lub dofinansowanie do posiłków. Szczególne sytuacje życiowe i rodzinne, jak narodziny dziecka czy jubileusz pracy, są okazją do dodatkowego uhonorowania pracowników.

Kultura organizacyjna opiera się także na budowaniu relacji, uznaniu i wspólnych chwilach. Pracownicy otrzymują e-kody zakupowe do Biedronki i Hebe, przeznaczyliśmy na nie w 2024 roku aż 116 mln złotych. Nasz zespół mógł także korzystać ze 136 specjalnych zniżek – na zakupy w sklepach, zakup usług turystycznych, oferty kulturalnej czy edukacyjnej.

WSPARCIE WTEDY, GDY NAJBARDZIEJ POTRZEBA

W 2024 roku przeznaczyliśmy ponad 27 milionów złotych na program „Pożyczki na cele mieszkaniowe”, w ramach którego nasi pracownicy mogą skorzystać z nieoprocentowanych pożyczek na pilne potrzeby życiowe związane z mieszkaniem. Z kolei program „Wsparcie w chorobie” jest skierowany do pracowników z niepełnosprawnością lub w trakcie leczenia choroby zagrażającej życiu.

Uruchomiliśmy także program „Z troską o partnera”, który oferuje pomoc finansową na pokrycie pilnych wydatków medycznych partnerów. W 2024 roku wsparcie otrzymało 71 osób.

W ramach programu „Mali Bohaterowie” wspieramy rodziny pracowników Biedronki, których dzieci cierpią na rzadkie schorzenia lub wymagają specjalistycznej opieki. W 2024 roku przeznaczyliśmy na ten cel ponad 1,2 mln złotych, dzięki czemu 391 dzieci otrzymało pomoc w postaci leczenia, sprzętu medycznego i innych niezbędnych form wsparcia.

Z PRACOWNIKAMI W WAŻNYCH CHWILACH

W 2024 roku byliśmy blisko naszych pracowników nie tylko wtedy, gdy potrzebowali wsparcia, ale także w momentach radości. Z okazji narodzin dziecka przekazaliśmy wyprawki 2 533 osobom.

Na Dzień Dziecka podarowaliśmy upominki wszystkim dzieciom pracowników do 12. roku życia – łącznie 47 197 prezentów. Przed świętami Bożego Narodzenia przygotowaliśmy paczki dla pracowników oraz ich dzieci do 18. roku życia. W sumie przekazaliśmy 165 330 zestawów. Wszystkie produkty do paczek dobieramy sami na podstawie ankiet wśród naszych pracowników.

DOBRY START NA NOWY ROK SZKOLNY

Początek roku szkolnego to duże wyzwanie dla wielu rodzin. Dlatego ponownie wsparliśmy dzieci naszych pracowników i przekazaliśmy wyprawki szkolne dla uczniów rozpoczynających naukę w pierwszej klasie szkoły podstawowej.

Łącznie w ramach tej inicjatywy rozdaliśmy 4 801 wyprawek i bonów, przeznaczając na ten cel ponad 875 tys. złotych.

... ORAZ WAKACJE Z BIEDRONKĄ – CZAS NA ODPOCZYNEK I PRZYGODĘ

W 2024 roku wysłaliśmy na letnie wyjazdy 1 000 dzieci pracowników. Uczestnicy mieli od 8 do 17 lat. Program kolonii łączył wypoczynek z aktywnościami edukacyjnymi i zabawą – tak, by dzieci mogły spędzić lato w bezpiecznym i inspirującym otoczeniu. Na ten cel przeznaczyliśmy prawie 2 miliony złotych.



RAZEM ZADBAJMY O ZDROWIE – PROFILAKTYKA, KTÓRA MA ZNACZENIE

W 2024 roku pracownicy Biedronki mogli ponownie skorzystać z programu „Razem zadajmy o zdrowie”, który oferuje kompleksowy pakiet badań profilaktycznych o wartości rynkowej 600 zł. W jego ramach dostępne były m.in. badania poziomu witamin, cukru we krwi, hormonów oraz markerów nowotworowych, dostosowane oddzielnie do potrzeb kobiet i mężczyzn. Dodatkowo pracownicy sklepów i centrów dystrybucyjnych mogli wykonać badania USG, a wszystkie wyniki były analizowane przez lekarzy specjalistów.

Z programu skorzystało 37 518 pracowników, czyli o 15,1% więcej niż w 2023 roku, oraz 17 203 członków ich rodzin. Nowością w 2024 roku było wprowadzenie niespotykanych na rynku zniżek na dodatkowe pakiety badań dla bliskich.



Więcej o benefitach dla pracowników Biedronki przeczytasz na stronie <https://pracawbiedronce.pl/benefity/>.

Postępujemy etycznie

ESRS S1-1

Chcemy, by każdy pracownik znał zasady i wartości jakimi się kierujemy w Biedronce i rozumiał, dlaczego są one ważne. **Kodeks Postępowania** oraz **Polityka Antykorupcyjna** to dokumenty z którymi pracownik zapoznaje się już podczas wdrożenia. Przypominamy o nich także w kampaniach informacyjnych – w 2024 roku przekaz dotyczący Kodeksu Postępowania i Polityki Antykorupcyjnej dotarł do 1 244 osób na platformie Our JM oraz do 9 225 osób na stronie dlanaswj.m.pl.

Wprowadziliśmy obowiązkowe szkolenie e-learningowe z Kodeksu Postępowania, a szkolenie z Polityki Antykorupcyjnej było dostępne dla wszystkich zainteresowanych. Szkolenia w ramach Induction Days prowadziliśmy w formie online i stacjonarnej – tak, by każdy mógł z nich skorzystać w dogodny sposób.

MECHANIZMY ZGŁASZANIA WĄTPLIWOŚCI I NIEPRAWIDŁOWOŚCI

W naszej firmie działają zróżnicowane kanały umożliwiające zgłaszanie nieprawidłowości – zarówno przez pracowników, jak i inne osoby, niezależnie od kraju, w którym funkcjonujemy. Zgłoszenia mogą dotyczyć wszelkich działań niezgodnych z prawem bądź wewnętrznymi regulacjami tj. Kodeksem Postępowania, który wyznacza zasady etyczne obowiązujące w całej Grupie.

Od 2004 roku działa Komitet Etyki Grupy Jerónimo Martins, która obsługuje system komunikacji oddolnej dostępny dla wszystkich interesariuszy – w tym pracowników, partnerów biznesowych oraz członków społeczności lokalnych. Komitet odpowiada również za funkcjonowanie systemu kontroli wewnętrznej, który zapewnia przestrzeganie Kodeksu Postępowania i Polityki Antykorupcyjnej oraz monitoruje ich rozpowszechnianie i zgodność z zasadami etycznymi.

Zgłoszenia są przyjmowane za pośrednictwem dedykowanego, poufnego i niezależnego kanału: <https://komitetetyki.jeronimomartins.com/zglos-zdarzenie>.

Posiadamy także formalną politykę zgłaszania naruszeń, która określa przejrzyste zasady przyjmowania, rejestrowania i rozpatrywania zgłoszeń. Jej celem jest wczesne wykrywanie i przeciwdziałanie niewłaściwym działaniom, niezależnie od tego, czy dotyczą one pracowników, dostawców, wykonawców czy innych interesariuszy.

W związku z wejściem w życie ustawy o ochronie sygnalistów, wdrożyliśmy **Procedurę zgłoszeń wewnętrznych**, stanowiącą wewnętrzny mechanizm zgłaszania naruszeń prawa oraz podejmowania działań następnych. Zgłoszenia można kierować do Zespołu Komisji ds. Etyki Biedronka za pośrednictwem kanału: <https://jeronimomartins.whispli.com/lp/biedronka>.

» Więcej informacji dostępnych jest na stronie:
<https://www.biedronka.pl/pl/zglaszanie-naruszen>.

Wszystkie kanały zgłaszania gwarantują pełną poufność, bezstronność i niezależność. Sygnalistom zapewniamy ochronę przed działaniami odwetowymi.

BIURO OBSŁUGI PRACOWNIKA (BOP) I RELACJE PRACOWNICZE

Dodatkowo w Polsce działa Biuro Obsługi Pracownika (BOP), które pełni funkcję kanału wsparcia dla pracowników w zakresie zgłaszania, wyjaśniania i rozwiązywania spraw związanych z zatrudnieniem. Biuro funkcjonuje od 2007 roku i umożliwia składanie zgłoszeń anonimowo, poufnie lub jawnie. W 2024 roku BOP otrzymało 18 432 zgłoszenia⁹, z czego 97% – czyli 17 859 – zostało już rozwiązanych. Kwestie dotyczące relacji pracowniczych, w tym przypadki mobbingu, dyskryminacji czy molestowania seksualnego, są obsługiwane przez zespół ds. relacji pracowniczych. W takich przypadkach powoływana jest Komisja Antymobbingowa, Antydyskryminacyjna i ds. Przeciwdziałania Molestowaniu Seksualnemu, której zadaniem jest monitorowanie skarg i opracowywanie planów działań.

⁹ Nie obejmuje kontaktów związanych z kwestiami płacowo-administracyjnymi oraz wnioskami o wsparcie z Funduszu Socjalnego.

PRACOWNICY W ŁAŃCUCHU WARTOŚCI (N-M)

Współpraca z dostawcami

ESRS 2 S2-2; ESRS 2 S2-3; ESRS 2 S2-4

W relacjach z dostawcami stawiamy na dialog i budowanie świadomości w zakresie odpowiedzialnych praktyk społecznych. Szczególną uwagę poświęcamy tym ogniwom łańcucha wartości, które mogą być bardziej narażone na ryzyka społeczne. Korzystamy przy tym z matrycy ryzyk społecznych, na podstawie której dokonujemy wyboru dostawców. Nasze działania obejmują m.in. audyty społeczne, szkolenia oraz promowanie certyfikacji potwierdzających zgodność z międzynarodowo uznanymi standardami w zakresie praw człowieka i pracy.

AUDYTY SPOŁECZNE DOSTAWCÓW I WSPIERANIE ODPOWIEDZIALNYCH PRAKTYK W ŁAŃCUCHU WARTOŚCI

W 2024 roku kontynuowaliśmy program audytów społecznych obejmujący dostawców produktów świeżych i marek własnych.

Audyty są przeprowadzane przez niezależną jednostkę i obejmują przegląd dokumentacji, inspekcje na miejscu oraz poufne rozmowy z pracownikami, zgodnie z zasadą zakazu działań odwetowych. Ocenie podlegają m.in. warunki zatrudnienia, przestrzeganie zakazu pracy przymusowej i pracy dzieci, równość wynagrodzeń, dostęp do środków ochrony osobistej oraz standardy higieniczne.



Audytowani dostawcy otrzymują również wsparcie w postaci sesji szkoleniowej obejmującej takie zagadnienia, jak prawa człowieka i prawa pracownicze, międzynarodowe mechanizmy regulacyjne oraz dostępne mechanizmy zgłaszania nieprawidłowości. Działania te pomagają nam budować odpowiedzialny łańcuch dostaw i wspierać naszych partnerów w zapewnianiu godnych i bezpiecznych miejsc pracy.

BEZPIECZEŃSTWO I HIGIENA W ZAKŁADACH DOSTAWCÓW

Oprócz audytów społecznych oceniamy również aspekty związane z jakością i bezpieczeństwem produktów, które obejmują elementy dotyczące warunków pracy u naszych dostawców – takie jak higiena stanowisk pracy, stosowanie odpowiedniej odzieży ochronnej, dostępność środków czystości, zasady higieny osobistej oraz procedury szkoleniowe.

Zgodnie z *Polityką Zrównoważonego Pozyskiwania Surowców* oraz Kodeksem Postępowania Grupy Jerónimo Martins, w przypadku potwierdzenia naruszeń praw człowieka, praw dziecka lub praw pracowniczych zastrzegamy sobie prawo do natychmiastowego zakończenia współpracy.

Wspieranie odpowiedzialnych praktyk społecznych

Zachęcamy dostawców do wdrażania odpowiedzialnych praktyk poprzez promowanie certyfikacji społecznych i środowiskowych, weryfikowanych przez niezależne organizacje. W przypadku marek własnych oraz świeżych produktów rolno-spożywczych certyfikaty – takie jak RSPO dla oleju palmowego czy RTRS dla soi – obejmują m.in. poszanowanie praw człowieka i praw pracowniczych, brak pracy przymusowej i pracy dzieci, bezpieczne i godne warunki pracy, wolność zrzeszania się oraz uczciwe wynagrodzenie. Wszystkie produkty marki własnej i produkty świeże dostępne w sieci Biedronka, które zawierają olej palmowy jako składnik, posiadają certyfikat RSPO.



KONSUMENCI I UŻYTKOWNICY KOŃCOWI (M)



dr inż. Justyna Szymani
Dyrektorka Działu Rozwoju Jakości
i Kontroli Marki Własnej w sieci Biedronka



Zmieniające się oczekiwania klientów mobilizują nas do ciągłego udoskonalania oferty produktów. Z drugiej strony to my wpływamy na bardziej korzystne żywieniowe wybory Polaków. Od ponad dekady prowadzimy program reformulacji produktów marki własnej – sukcesywnie obniżamy zawartość cukru, soli i tłuszczu, maksymalnie upraszczając skład, jednocześnie zachowując ich smak i jakość. Rozszerzamy asortyment żywności funkcjonalnej i prozdrowotnej, oferując produkty wspierające zdrowy styl życia, odpowiadające na specjalne potrzeby żywieniowe. Równocześnie inwestujemy w edukację konsumentką – poprzez kampanie informacyjne i czytelne oznaczenia na opakowaniach pomagamy kupującym świadomie troszczyć się o swoje zdrowie.



DBAMY O JAKOŚĆ. CHRONIMY PORTEFEL.

W 2024 roku nadal koncentrowaliśmy się na tym, by dobra żywność była dostępna dla wszystkich. Kampania „Nikt tak nie dba o portfel klientów jak Biedronka” objęła ponad 400 obniżek cen. Mimo powrotu VAT na podstawowe produkty spożywcze w kwietniu, utrzymaliśmy ceny ponad 4 000 artykułów na niezmiennym poziomie.

Przez cały rok zrealizowaliśmy 60 kampanii marketingowych i dalej rozwijaliśmy ofertę ład tradycyjnych – dostępną już w ponad 1 300 sklepach. Z aplikacji „Biedronka” korzystało 13 milionów klientów, którzy otrzymywali spersonalizowane promocje, umożliwiające zakupy w atrakcyjnych cenach.



Jakub Estkowski
Dyrektor Jakości Produktów Świeżych
i Bezpieczeństwa Żywności w sieci Biedronka



Dbamy o to, by świeże produkty w naszych sklepach naprawdę zasługiwały na to miano – były bezpieczne, odpowiednio przechowywane i regularnie badane. W 2024 roku wykonaliśmy 8 611 analiz produktów świeżych, a nasi pracownicy odbyli tysiące godzin szkoleń z zasad bezpieczeństwa żywności. Kluczowym narzędziem wspierającym ten proces jest laboratorium biologii molekularnej Grupy Jerónimo Martins, które analizuje skład i pochodzenie produktów na poziomie DNA. Dzięki tej technologii jesteśmy w stanie wykryć nawet najmniejsze nieprawidłowości i mieć pewność, że oferujemy klientom dokładnie to, co znajduje się na etykiecie.

Promowanie zdrowych nawyków żywieniowych

ESRS S4-4

Temat ESRS	Istotność	Zobowiązanie	Postęp w realizacji w 2024
ESRS S4-5	M	Wzmocnienie we wszystkich krajach oferty alternatyw żywnościowych, takich jak produkty wegańskie, wegetariańskie i roślinne, bez laktozy, bezglutenowe czy ekologiczne.	W 2024 roku postęp w Polsce wyniósł: 363 produkty, z których 34 były nowo wprowadzone.
ESRS S4-5	M	Zapewnienie, że produkty skierowane do dzieci mają wyższy lub co najmniej tak samo dobry profil żywieniowy jak lider segmentu (lub najlepszy produkt w danym segmencie).	W 2024 roku 41% produktów miało lepszy profil żywieniowy niż rynek, 48% miało taki sam profil, a 11% – gorszy. W momencie wprowadzenia na rynek produkt może mieć profil żywieniowy uznany za lepszy od wartości referencyjnej (lub najlepszy w swojej klasie), jednak z uwagi na dynamikę konkurencji receptury mogą być stopniowo ulepszone przez innych producentów – w tym samym roku lub w latach kolejnych.
ESRS S4-5	M	Zapewnienie braku syropu glukozowo-fruktozowego w min. 90% produktów marek własnych na rynku polskim do końca 2026.	Wyeliminowaliśmy syrop glukozowo-fruktozowy w produktach marek własnych z 87% produktów (3 p.p. więcej w porównaniu z 2023 r.).
ESRS S4-5	M	Przeprowadzenie co najmniej jednego programu w roku promującego zdrowe nawyki żywieniowe (w oparciu o zalecenia lokalnych ekspertów).	W 2024 roku Biedronka realizowała działania promujące zdrowe nawyki żywieniowe, m.in. kampanię „Gang Produkcjaków” z 13 materiałami edukacyjnymi (w tym trzema książeczkami dla dzieci), zachęcającą do czytania etykiet. Ukazały się też cztery e-wydania „Czas na...” i dwa numery „DADA & Rodzina” (we współpracy z Instytutem Matki i Dziecka).
ESRS S4-5	M	Edukacja w zakresie informacji umieszczonych na etykiecie produktów celem ułatwienia konsumentom podejmowania bardziej świadomych decyzji zakupowych.	Działania realizowane w ramach niniejszego celu zostały opisane w sekcji Edukacja poprzez opakowania.
ESRS S4-5	M	Upewnienie się, że oznakowanie Nutri-Score jest stosowane na 100% produktów, w ramach dedykowanych marek własnych.	W 2024 roku Biedronka rozszerzyła Nutri-Score o kolejne 138 produktów, zwiększając ich łączną liczbę do 543 (o 34% więcej niż w 2023 roku) i zwiększyła liczbę marek własnych wybranych do kategoryzacji do 35.
ESRS S4-5	M	Usunięcie lecytyny sojowej z co najmniej 50% produktów marki własnej zawierających ten składnik do końca 2026 roku.	Do końca 2024 r. 27% ze wszystkich 157 produktów zawierających lecytynę sojową zostało zmienionych pod względem receptury lub wycofanych. Pozostałe produkty są w trakcie procesu i zostały uwzględnione w kolejnym cyklu zobowiązań.

Temat ESRS	Istotność	Zobowiązanie	Postęp w realizacji w 2024
ESRS S4-5	M	Upewnienie się, że do końca 2026 roku głównym zbożowym składnikiem płatków śniadaniowych będą pełnoziarniste produkty zbożowe (z wyjątkiem płatków zbożowych na bazie kukurydzy).	W Polsce postęp Biedronki osiągnął 92% kwalifikujących się produktów.
ESRS S4-5	M	Zapewnienie, że do 2026 roku 100% produktów marki własnej w kategorii żywności nie będzie zawierać acesulfamu ani aspartamu.	W odniesieniu do aspartamu – spośród 20 kwalifikujących się referencji składnik ten został usunięty z 4 produktów. Kontynuujemy działania zmierzające do eliminacji aspartamu i acesulfamu z naszej oferty marek własnych.
ESRS S4-5	M	Zwiększenie sprzedaży marek własnych i/lub produktów świeżych oraz opakowań z certyfikatem zrównoważonego rozwoju do co najmniej 18% całkowitej sprzedaży tych kategorii produktów do 2026 roku.	W 2024 roku sprzedaż produktów marek własnych i/lub produktów świeżych oraz opakowań z certyfikatem zrównoważonego rozwoju stanowiła 16,8%.
ESRS S4-5	M	Wzmocnienie oferty produktów kosmetycznych marki własnej bez składników pochodzenia zwierzęcego dla konsumentów o szczególnych preferencjach.	Biedronka wprowadziła 27 nowych produktów, zwiększając ofertę kosmetyków marek własnych bez składników pochodzenia zwierzęcego do łącznie 257 pozycji.
ESRS S4-5	M	Zapewnienie, że co najmniej 95% regularnego asortymentu produktów higieny osobistej marki własnej nie zawiera mikroplastiku.	101 produktów asortymentu marki własnej nie zawiera mikroplastiku – 98% asortymentu.
ESRS S4-5	M	Wzmocnienie oferty wybranych produktów kosmetycznych marki własnej zawierających co najmniej 90% składników pochodzenia naturalnego zgodnie z normą ISO 16128.	Na koniec 2024 Biedronka oferowała 192 produkty zawierające co najmniej 90% składników pochodzenia naturalnego, z czego 48 zostało wprowadzonych na rynek w 2024 roku.
ESRS S4-5	M	Opracowanie detergentów marki własnej, które jednocześnie zawierają naturalne substancje zapachowe, nie zawierają konserwantów i posiadają certyfikat Ecolabel.	Od 2024 roku trwają prace nad detergentami marek własnych spełniającymi wszystkie wymienione cechy.
ESRS S4-5	M	Wprowadzenie oznaczenia „Jedz ryby dwa razy w tygodniu” dla 100% świeżych ryb w wybranych przetworzonych produktach marek własnych i wybranych rybach świeżych do 2026 roku.	Etykieta „Jedz ryby dwa razy w tygodniu” została wprowadzona na pierwszym produkcie w ramach działań mających na celu zwiększenie świadomości konsumentów na temat spożycia ryb.

Temat ESRS	Istotność	Zobowiązanie	Postęp w realizacji w 2024
ESRS S4-5	M	Dążenie do zapewnienia, aby w skali roku liczba przypadków wycofania produktów spożywczych z potencjalnym zagrożeniem dla zdrowia publicznego (poziom I dotkliwości), których przyczynę można przypisać Spółkom Jerónimo Martins, wynosiła zero. W razie wystąpienia przypadków na poziomie I dotkliwości, zgodnie z Polityką Jakości i Bezpieczeństwa Produktów Grupy Jerónimo Martins, zapewnienie wszelkimi dostępnymi środkami, że wycofanie produktów spożywczych ze sklepów i Centrów Dystrybucyjnych jest w 100% skuteczne.	Biedronka miała 3 przypadki wycofania produktów z rynku (poziom I dotkliwości), w przypadku żadnego z nich przyczyną nie były działania firmy. Liczba przypadków spadła o 40% w porównaniu z rokiem 2023. Skuteczność wycofywania produktów była w pełni przestrzegana.
ESRS S4-5	M	Utrzymanie liczby magazynów z certyfikatem ISO 22000 (16 centrów dystrybucyjnych w 2023 roku) oraz zapewnienie, że nowe centra dystrybucyjne, które zostaną otwarte w latach 2024-2026, uzyskają certyfikat w ciągu dwóch lat od rozpoczęcia działalności.	Norma ISO 22000:2018 została utrzymana w 16 centrach dystrybucyjnych i rozszerzona na jedno kolejne – łącznie objęto nią 17 centrów Biedronki w zakresie magazynowania i dystrybucji produktów spożywczych, a także biuro główne w Warszawie, w odniesieniu do opracowywania produktów spożywczych marki własnej.
ESRS S4-5	M	Zapewnienie przedłużenia gwarancji na produkty z 2 do 3 lat dla wszystkich elektrycznych oraz – tam, gdzie to możliwe – dodatkowych nonelektrycznych produktów (wyluczając produkty spożywcze).	W 2024 roku zapewniono przedłużenie gwarancji z 2 do 3 lat w ośmiu kategoriach produktów elektrycznych i nonelektrycznych. Spośród 405 produktów objętych zobowiązaniem, 395 posiada już wydłużoną gwarancję, co oznacza realizację na poziomie 98%.

Wspieramy zmianę nawyków żywieniowych Polaków

ESRS S4-1, S4-4

Jako sieć świadoma skali swojego oddziaływania od lat podejmujemy działania na rzecz promowania zdrowego i zrównoważonego stylu życia. Wspieramy konsumentów w dokonywaniu świadomych wyborów żywieniowych, oferując szeroki wybór produktów – w tym o poprawionym profilu odżywczym, dostosowanych do różnych potrzeb żywieniowych oraz dostępnych w przystępnych cenach.

Nasze podejście opieramy na siedmiu filarach określonych w *Polityce Żywieniowej Grupy Jerónimo Martins*: **Profil odżywczy, Składniki, Oznakowanie, Wielkość Porcji, Ciągłe Doskonalenie Produktów, Komunikacja i Edukacja.** To ramy, które wspierają odpowiedzialny rozwój naszej oferty dostosowany do potrzeb konsumentów.



POLITYKA ŻYWIENIOWA – FUNDAMENT ODPOWIEDZIALNEJ OFERTY

Polityka Żywniowa Grupy Jerónimo Martins ma na celu promowanie zdrowego stylu życia i została opracowana w oparciu o wytyczne Światowej Organizacji Zdrowia (WHO) oraz rekomendacje krajowych ekspertów w zakresie żywności i żywienia. Polityka dla marek własnych wyznacza zasady w zakresie m.in. składu, wartości odżywczej, etykietowania i komunikacji. Zakłada m.in. zapewnienie bezpieczeństwa i zgodności z przepisami, promowanie zrównoważonej diety, dostępność produktów o wysokiej wartości odżywczej, transparentne informowanie konsumentów oraz odpowiedzialny marketing – w tym wobec dzieci. Jej celem jest wspieranie konsumentów w dokonywaniu świadomych decyzji żywieniowych oraz przeciwdziałanie chorobom związanym z nieprawidłowym odżywianiem, takim jak otyłość, cukrzyca typu 2 czy choroby układu krążenia. Polityka kładzie nacisk na promowanie zdrowych nawyków żywieniowych, zapewnienie przejrzystości informacji na etykietach, rozwijanie oferty przystępnej cenowo oraz uwzględnienie potrzeb osób ze specjalnymi potrzebami żywieniowymi.

Jakość i bezpieczeństwo żywności

Dbamy o to, by zakupy w Biedronce były nie tylko wygodne, ale przede wszystkim bezpieczne. Dlatego stale inwestujemy w certyfikację, kontrole i nadzór nad naszymi sklepami, centrami dystrybucyjnymi oraz produktami – od pola aż po półkę. Rozumiemy, że zaufanie klientów buduje się codziennie, dlatego nie ma u nas miejsca na przypadek.

Polityka Jakości i Bezpieczeństwa Żywności wyznacza standardy obowiązujące w całej sieci Biedronka, a także stanowi podstawę działań zapewniających ich jakość i bezpieczeństwo. W oparciu o tę politykę nieustannie doskonalimy nasze systemy i utrzymujemy wysoki poziom kontroli – zarówno w sklepach i centrach dystrybucyjnych, jak i u naszych dostawców.

Regularnie sprawdzamy jakość i bezpieczeństwo produktów, prowadzimy audyty, analizujemy ryzyka i – jeśli trzeba – reagujemy natychmiast. Szkolimy nasze zespoły z z dobrych praktyk higienicznych, produkcyjnych i zasad bezpieczeństwa żywności. Współpracując z setkami dostawców produktów marek własnych i produktów świeżych, dokładnie weryfikujemy procesy i wspieramy ich we wprowadzaniu niezbędnych zmian, aby klienci mogli mieć pełne zaufanie do oferowanych produktów.

KONTROLE BEZPIECZEŃSTWA I JAKOŚCI

Dla nas jakość i bezpieczeństwo żywności to coś więcej niż zgodność z normami – to sposób myślenia, który koncentruje się na lepszej trosce o klientów każdego dnia, odpowiedzialnej współpracy z dostawcami oraz rozwoju biznesu. W 2024 roku przeprowadziliśmy 9 657 audytów wewnętrznych oraz 38 audytów zewnętrznych w sklepach – to odpowiednio o 11,2% i 11,8% więcej niż w 2023 roku¹⁰. 36 razy audytowaliśmy nasze centra dystrybucyjne.

¹⁰ Wzrost liczby audytów wynikał m.in. z otwarcia 161 nowych sklepów, zwiększenia liczby stoisk mięsnych (o 23%) oraz rozwoju mikrocentrów Biek. Choć liczba sklepów z audytowanym pieczywem ekologicznym spadła o trzy (-0,6% r/r), ogólna liczba audytów zewnętrznych wzrosła ze względu na kontrole instytucji nadzoru.

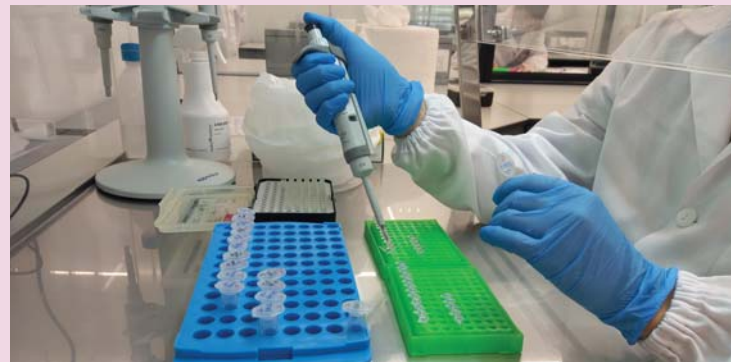
Wykonaliśmy też ponad 114 000 testów powierzchni roboczych i miejsc kontaktu z żywnością. Wszystko po to, by nasi klienci mogli mieć pewność, że kupują bezpieczne produkty. W 2024 roku przeprowadziliśmy ponad 28 500 analiz produktów marki własnej i produktów świeżych, z czego ponad 8 600 dotyczyło kategorii świeżych, takich jak owoce, warzywa, mięso, ryby, pieczywo i jaja, a ponad 21 700 – produktów spożywczych marki własnej.

Odnowiliśmy lub rozszerzyliśmy kluczowe certyfikaty jakości i bezpieczeństwa. Standard ISO 22000:2018 obejmuje już 17 centrów dystrybucyjnych Biedronki w zakresie magazynowania i dystrybucji oraz biuro główne w Warszawie w zakresie rozwoju produktów spożywczych marki własnej. Certyfikację przeszło również 486 sklepów Biedronki, potwierdzając prawidłowe przechowywanie i przygotowanie pieczywa ekologicznego.

W zespołach Działów Jakości pracuje sztab wykwalifikowanych audytorów, współpracujemy z akredytowanymi laboratoriami zewnętrznymi, jak również korzystamy z laboratorium biologii molekularnej Grupy Jerónimo Martins. Dzięki temu możemy jeszcze dokładniej weryfikować skład i jakość produktów. W laboratorium w 2024 roku wykonano na potrzeby Biedronki zaawansowane testy, m.in. potwierdzające brak GMO (Genetically Modified Organism – organizmy zmodyfikowane genetycznie) oraz identyfikujące gatunki mięsa, ryb, owoców morza a nawet produktów nabiałowych i roślinnych.

KULTURA ŚWIEŻOŚCI

Dostarczanie bezpiecznej i wysokiej jakości żywności opiera się nie tylko na nadzorze nad łańcuchem dostaw, ale również na przygotowaniu zespołów do codziennej pracy z żywnością. W 2024 roku liczba pracowników przeszkolonych w zakresie higieny i bezpieczeństwa żywności wzrosła o ponad 14,6% względem roku poprzedniego – przeszkoliliśmy 25 135 osób. Zwiększyła się też liczba szkoleń (6 048 – aż o niemal 26,4% więcej) oraz ich wolumen. W ramach szkoleń poruszaliśmy m.in. tematykę systemów zapewniania bezpieczeństwa żywności, zasad higieny czy zasad mycia i dezynfekcji.



LABORATORIUM BIOLOGII MOLEKULARNEJ GRUPY JERÓNIMO MARTINS

Na potrzeby marek Grupy, w tym Biedronki, działa nowoczesne laboratorium biologii molekularnej zlokalizowane pod Lizboną. To pierwsze tego typu laboratorium w Portugalii należące do prywatnej firmy i jedno z nielicznych tego typu przedsiębiorstw w Europie. Powstało w 2021 roku, aby zapewnić jeszcze skuteczniejszą kontrolę pochodzenia i bezpieczeństwa produktów. Laboratorium specjalizuje się w analizie DNA z wykorzystaniem technologii sekwencjonowania nowej generacji NGS (Next-Generation Sequencing), pozwalającej identyfikować składniki obecne w produktach spożywczych – zarówno roślinne, jak i zwierzęce. Technologia ta umożliwia m.in. wykrycie zafałszowań składu oraz obecności niepożądanych surowców. Zaawansowaną kontrolę obecności GMO przeprowadza się przy użyciu metody real-time PCR, uznawanej za referencyjną technikę takiej analizy. Każdego roku zlecamy ponad 2 000 analiz DNA i GMO dla produktów marki własnej, co wspiera nas w dostarczaniu żywności zgodnej z deklaracją na etykiecie i oczekiwaniami konsumentów.

To efekt rosnącej skali działania i naszego zaangażowania w rozwój kompetencji pracowników. W 2024 roku poziom zgodności ze standardami HACCP wzrósł w sklepach Biedronki do 87%, a w centrach dystrybucyjnych zgodność z założeniami normy ISO 22000 wzrosła do 91%. To wzrost aż o 3 punkty procentowe w stosunku do 2023 roku w obu przypadkach. HACCP to system, który pozwala identyfikować i kontrolować zagrożenia na każdym etapie łańcucha dostaw, natomiast ISO 22000 to szerszy i bardziej kompleksowy system zarządzania bezpieczeństwem żywności, oparty na międzynarodowym standardzie.

Produkty zaspokajające specjalne potrzeby żywieniowe

Jako największa sieć handlowa w Polsce stale rozwijamy ofertę, która odpowiada na zróżnicowane potrzeby konsumentów – zarówno pod względem stylu życia, jak i wymagań żywieniowych. Dążymy do tego, by żywność wysokiej jakości była szeroko dostępna i przystępna cenowo. W ramach marek własnych ograniczamy stosowanie zbędnych dodatków i nadmiernego przetwarzania. Poszukujemy rozwiązań, które łączą dobry skład z atrakcyjną ceną.

Równolegle rozwijamy ofertę skierowaną do grup o szczególnych potrzebach – dzieci, seniorów oraz osób z ograniczeniami żywieniowymi - w 2024 roku wprowadziliśmy 71 takich produktów. Wśród nich znalazły się nowości z linii **Go Active**, skierowane do osób prowadzących aktywny tryb życia oraz propozycje odpowiednie dla wegan i wegetarian – głównie pod marką Go Vege.



Opracowaliśmy również szczegółowe „Wytyczne Żywieniowe Dla Dzieci”. Zgodnie z nimi nasze produkty marki własnej przeznaczone dla dzieci nie zawierają słodzików, wzmacniaczy smaku, fosforanów, syropu glukozowo-fruktozowego oraz aromatów i barwników innych niż te pochodzenia naturalnego.



Do naszych produktów przeznaczonych dla dzieci do drugiego roku życia nie dodajemy m.in. cukru ani soli. Dostosowujemy teksturę produktów do etapów rozwoju dziecka, zwracamy szczególną uwagę na jakość użytych surowców, a jeżeli jest to zasadne i zalecane, wzbogacamy produkty dla najmłodszych.

W 2024 roku rozszerzyliśmy asortyment marki **Dada Baby Food** o bio chrupki wielozbożowe z dynią i bananem oraz jaglano-kukurydziane, przeznaczone dla niemowląt po 10. miesiącu

życia. Produkty zaprojektowano w sposób ułatwiający chwytanie, a ich skład nie zawiera dodatku cukru ani soli – obecność sodu wynika wyłącznie z naturalnie występujących surowców.

Nowością była również linia produktów dla dzieci – **Głodniaki** – stworzona z myślą o zachowaniu odpowiednich wartości odżywczych, bez użycia substancji konserwujących i z wydłużoną trwałością. W ramach tej oferty pojawił się także pierwszy produkt wolno gotowany, opracowany zgodnie z restrykcyjnymi wymaganiami marki, które są bardziej rygorystyczne niż obowiązujące prawo żywnościowe.



Zdajemy sobie sprawę, że również osoby starsze mają szczególne potrzeby żywieniowe, które wynikają m.in. z ich ograniczonego apetytu czy słabszego odczuwania smaku i zapachu. Ponieważ seniorzy potrzebują odpowiedniej, dostosowanej do wieku ilości składników odżywczych, mineralnych oraz witamin, opracowaliśmy również „Wytyczne żywieniowe dla seniorów”, które regulują nasze podejście w tym zakresie.

PRODUKTY WEGETARIAŃSKIE I WEGAŃSKIE

Z myślą o osobach, które chcą ograniczyć lub całkowicie wyeliminować produkty pochodzenia zwierzęcego, kontynuujemy rozwój oferty odpowiedniej dla wegan i wegetarian. W 2024 roku wprowadziliśmy 17 nowych produktów w tej kategorii. Łącznie w ciągu roku w sprzedaży – zarówno w ofercie stałej, jak i w ramach czasowych akcji tematycznych – dostępnych było 154 produktów oznaczonych jako odpowiednie dla wegan i/lub wegetarian lub plant-based. Znaczną część tej oferty stanowiły produkty marki Go Vege.



Odpowiedzialny wybór i odpowiednie oznakowanie oferty stanowią dla nas podstawę działań – każdy nowy dostawca produktów odpowiednich dla wegan i/lub wegetarian przechodzi szczegółową weryfikację, a krajowi producenci podlegają audytom weryfikującym m.in. procesy produkcji. Nasze kryteria są rygorystyczne, a jednym z ich efektów jest eliminacja zanieczyszczeń krzyżowych alergenami pochodzenia zwierzęcego w produktach oznaczonych jako odpowiednie dla wegan.

PRODUKTY BEZ DODATKU CUKRU

Ograniczamy zawartość cukru dodanego w produktach marek własnych, w tym w napojach, jogurtach oraz artykułach przeznaczonych dla dzieci. W ofercie dostępne są również produkty bez dodatku cukru – odpowiednio oznakowane, co ułatwia konsumentom podejmowanie świadomych decyzji żywieniowych.



W 2024 roku wprowadziliśmy 27 nowych produktów bez dodatku cukru. Wśród nich znalazły się m.in. jogurty naturalne typu skyr 0% tłuszczu z wysoką zawartością białka i owocowym wsadem (mango-marakuja, truskawka) oraz trzy warianty granoli – z owocami, z kakao i z orzechami.

Granola bez dodatku cukru z owocami została doceniona przez konsumentów, zdobywając I miejsce w plebiscycie „Czytamy Etykiety” w kategorii „produkty śniadaniowe”.

PRODUKTY BEZ GLUTENU I BEZ LAKTOZY

Dbamy o to, by zakupy w Biedronce były wygodne i bezpieczne także dla osób z ograniczeniami dietetycznymi. W 2024 roku na naszych półkach znalazło się 131 produktów odpowiednich dla osób na diecie bezglutenowej – zarówno w ofercie stałej, jak i czasowej – w tym 15 nowości. Wszystkie te produkty oznaczone są znakiem „Przekreślonego Kłosa” na podstawie licencji Polskiego Stowarzyszenia Osób z Celiakią i na Diecie Bezglutenowej. To znak rozpoznawalny i zaufany – gwarantujący, że produkt został przebadany pod kątem zawartości glutenu, a jego produkcja spełnia rygorystyczne standardy AOECs, minimalizujące ryzyko zanieczyszczeń krzyżowych.



Również osoby z nietolerancją laktozy znajdują w naszej ofercie szeroki wybór produktów dopasowanych do ich potrzeb. W 2024 roku w naszym asortymencie znajdowało się 28 produktów bez laktozy, oznaczonych czytelną etykietą „Produkt bez laktozy” i oferowanych zarówno w regularnej, jak i sezonowej sprzedaży.

PRODUKTY GO ACTIVE

W odpowiedzi na potrzeby osób prowadzących aktywny tryb życia rozwijamy markę własną Go Active. W 2024 roku oferta została poszerzona o 25 nowych produktów, dostępnych zarówno w stałej sprzedaży, jak i w ramach tematycznych akcji sezonowych. Wśród propozycji znalazły się m.in. desery mleczne wysokobiałkowe, jogurty naturalne typu Skyr 0% tłuszczu o wysokiej zawartości białka z wsadem owocowym, batony proteinowe, czy filety z piersi kurczaka w sosie własnym bądź w oliwie z oliwek.





Nowością, która wyróżniła się w 2024 roku, było wprowadzenie Peanut Powder – produktu w formie proszku z prażonych orzeszków ziemnych o obniżonej zawartości tłuszczu i wysokiej zawartości białka. Powstał we współpracy z ekspertami ds. żywienia Polskiego Związku Piłki Nożnej, którzy na co dzień wspierają zawodniczki i zawodników reprezentacji narodowej. Peanut Powder zawiera aż 46 gramów białka w 100 gramach i ma o 70% mniej tłuszczu niż klasyczne prażone orzeszki arachidowe.

PRODUKTY DLA ZWIERZĄT

Wdrażając produkty dla zwierząt w naszej ofercie zawsze stawiamy na jakość i standardy porównywane z tymi, które obowiązują w kategorii żywności dla ludzi. Wszystkie nasze produkty spełniają wymagania międzynarodowych norm bezpieczeństwa żywności – IFS i BRC – a ich skład i jakość są regularnie monitorowane. Badania prowadzone są w naszym specjalistycznym laboratorium w Portugalii i obejmują m.in. testy DNA oraz analizy pod kątem obecności organizmów modyfikowanych genetycznie (GMO). W 2024 roku przeprowadziliśmy łącznie 548 takich badań, z czego 305 stanowiły testy GMO.



Stale udoskonalamy receptury, eliminując zbędne składniki, takie jak cukry, i wprowadzając nowe wersje dobrze znanych produktów. W 2024 roku w naszej stałej ofercie dostępnych było 47 produktów, a dodatkowo 19 wprowadziliśmy czasowo jako uzupełnienie oferty.

Poprawa składu i wartości odżywczej produktów

Od lat prowadzimy działania mające na celu poprawę składu i wartości odżywczej produktów marek własnych dostępnych w naszej ofercie. Realizowana przez nas strategia reformulacji obejmuje przede wszystkim redukcję zawartości soli, cukru oraz tłuszczów – w tym tłuszczów nasyconych – z zachowaniem profilu smakowego akceptowanego przez konsumentów. Przy reformulacji w pierwszej kolejności koncentrujemy się na produktach szybko rotujących, uznawanych za korzystne dla zdrowia lub szczególnie popularnych wśród dzieci – tym samym przyczyniając się do poprawy jakości zdrowia publicznego.

Kierujemy się m.in. wynikami badań, rekomendacjami Narodowego Instytutu Zdrowia Publicznego PZH – PIB oraz wytycznymi ekspertów ds. żywienia. Zmiany składu wdrażamy etapowo, a każdej reformulacji towarzyszą testy sensoryczne. Produkty w nowej formule trafiają do sprzedaży wyłącznie po uzyskaniu pozytywnej oceny konsumentek.

W działaniach reformulacyjnych skupiliśmy się m.in. na redukcji soli w gotowych daniach – lasagne Danie Express, oraz sałatkach w trzech wariantach: sałatka śledziowa z papryką, warzywna z jajkiem oraz jarzynowa „Salato”, a także plastry roślinne z pistacjami oraz plastry roślinne z zielonym pieprzem z linii Go Vege. W ketchupach łagodnym i pikantnym marki Madero ograniczyliśmy zawartość cukru o 25%, co pozwoliło uniknąć w ciągu roku niemal 371 ton tego składnika. Z kolei w herbatnikach Bonitki Mini zmniejszyliśmy ilość tłuszczów nasyconych aż o 80%, co oznacza prawie 25 ton mniej niekorzystnych składników.

W 2024 roku dzięki reformulacji zapobiegliśmy wprowadzeniu na rynek:

46,9	453,8	32,5	24,5
TON SOLI	TON CUKRU	TON TŁUSZCZÓW	TON TŁUSZCZÓW NASYCONYCH

Zgodnie z naszą polityką nieustannie rozwijamy ideę „clean label”, czyli tzw. „czystej etykiety” mając świadomość, iż tego typu działania pomagają klientom w dokonywaniu świadomych decyzji zakupowych i wyborze produktów spełniających ich wymagania.

JAKOŚĆ PRODUKTÓW I CZYTELNOŚĆ ETYKIET NASZYCH PRODUKTÓW DOCENIONE PRZEZ KONSUMENTÓW

W jubileuszowej 10. edycji Plebiscytu *Czytamy Etykiety*, konsumenci wyróżnili cztery nasze produkty za ich jakość oraz przejrzystość informacji na opakowaniach: Granola bez dodatku cukru z owocami Vitanella (Kategoria: Produkt śniadaniowy), Wysokobiałkowy baton z pistacjami GO ACTIVE (Kategoria: Produkt proteinowy), Szybkie danie kurczak z ryżem w sosie curry GO ACTIVE (Kategoria: Dania gotowe), Spody do pizzy na bazie mąki pszennej GUSTOBELLO (Kategoria: Spożywczy produkt roku).



Edukacja poprzez opakowania

Etykieta to coś więcej niż tylko źródło informacji – to narzędzie, które wspiera podejmowanie świadomych decyzji już przy sklepowej półce. Dlatego w Biedronce, poza obowiązkowymi elementami, takimi jak skład czy wartość odżywcza, na opakowaniach wybranych produktów marki własnej umieszczamy dodatkowe oznaczenia, które mają za zadanie promować prawidłowe nawyki żywieniowe i zwiększać świadomość roli warzyw, owoców, ryb i orzechów w naszej diecie.



W 2024 roku wprowadziliśmy lub rozwijaliśmy między innymi następujące oznaczenia:



Bez GMO na produktach roślinnych marki własnej, składających się głównie z kukurydzy i/lub soi (powyżej 50% masy netto produktu);

Zawartość błonnika w tabeli wartości odżywczych;



Specjalne symbole na produktach wegańskich i/lub wegetariańskich (17 nowych produktów, 154 łącznie do końca roku);



Ikony na produktach bez laktozy, będących źródłem kwasów Omega-3 i bezglutenowych (w tym ostatnim przypadku utrzymaliśmy partnerstwo z Polskim Stowarzyszeniem Osób z Celiakią i na Diecie Bezglutenowej. W 2024 r. uzyskaliśmy licencję dla 15 nowych produktów, w sumie 131 do końca roku);



Bez dodatku cukrów na 27 nowych produktach;



Symbole na napojach alkoholowych (oznakowanie wartością energetyczną, ostrzeżenia dla kobiet w ciąży i o odpowiedzialnej jeździe);



Garść orzechów – promuje spożycie orzechów niesolonych, które są ważne dla utrzymania zbilansowanej diety (5 dodatkowych produktów w 2024);



Wybiegaj to! (PACE – Physical Activity Equivalent/fizyczny równoważnik aktywności) – pokazujące informację na temat wysiłku fizycznego potrzebnego do spalenia kalorii zawartych w porcji wybranych przekąsek z linii Top. W 2024 roku etykieta pojawiła się na 17 kolejnych produktach;



1 z 5 dziennych porcji warzyw i owoców – odnosi się do rekomendacji żywieniowych promujących spożycie co najmniej pięciu porcji warzyw i owoców dziennie. Trzy nowe produkty zostały opatrzone tą etykietą;



Jedz ryby dwa razy w tygodniu, w tym jedną tłustą – aby promować konsumpcję ryb, wprowadziliśmy dobrowolne, nowe oznaczenie na wybranych produktach marki Marinero. Znak został opracowany m.in. w oparciu o zalecenia WHO i Narodowego Centrum Edukacji Żywieniowej. Od początku 2025 roku stopniowo pojawia się na kolejnych świeżych i mrożonych rybach nieprzetworzonych;



Vegan Friendly, na produktach nieżywnościowych, który został dodany do 17 nowych produktów.



W 2024 roku oznaczenie Nutri-Score pojawiło się na kolejnych 138 produktach z 35 wybranych kategorii, co zwiększyło łączną liczbę produktów objętych systemem do 543.

Nutri-Score to dobrowolny system oznaczeń umieszczany na froncie opakowania, który w przejrzysty sposób informuje o ogólnej jakości odżywczej produktu. Klasyfikacja opiera się na pięciostopniowej skali – od A (najbardziej korzystny profil odżywczy) do E (najmniej korzystny). Rozwiązanie to wspiera konsumentów w podejmowaniu bardziej świadomych decyzji żywieniowych podczas codziennych zakupów.

Jakość produktów niespożywczych

Konsekwentnie podnosimy standardy jakości produktów niespożywczych – zwłaszcza tych, które trafiają do wymagających grup, takich jak dzieci czy osoby z wrażliwą skórą. Nasze działania wspierane są ścisłą współpracą z uznanymi instytucjami opiniującymi i certyfikującymi, w tym m.in. Instytutem Matki i Dziecka, Centrum Zdrowia Dziecka, Narodowym Instytutem Zdrowia Publicznego, Polskim Towarzystwem Alergologicznym i Ginekologicznym oraz międzynarodowymi partnerami, takimi jak TÜV Rheinland, Intertek, DEKRA czy Oeko-Tex.

Wiele naszych produktów – od pieluszek i chusteczek, po kosmetyki i artykuły higieniczne – uzyskało pozytywne opinie lub oficjalne rekomendacje tych instytucji. Wieloletnia współpraca z Instytutem Matki i Dziecka obejmuje cały proces rozwoju pieluszek Dada. W 2024 roku utrzymaliśmy 19 produktów z prestiżowym złotym znakiem Instytutu. Kontynuujemy również pozyskiwanie Pozytywnej Opinii Instytutu dla tekstyliów dziecięcych.

Stawiamy także na jakość rozumianą jako trwałość i bezpieczeństwo. W 2024 roku rozszerzyliśmy katalog produktów objętych trzyletnią gwarancją – oprócz elektroniki i sprzętu elektrycznego obejmuje ona także meble i wybrane produkty sportowe, szczególnie te przeznaczone do intensywnego użytkowania.

Współpracujemy z jednostkami certyfikacyjnymi, takimi jak TÜV Rheinland, Intertek i DEKRA, które wspierają nas w ocenie wytrzymałości, funkcjonalności i poręczności produktów niespożywczych.

W kategorii tekstyliów kontynuujemy działania na rzecz odpowiedzialnych wyborów. W 2024 roku rozpoczęliśmy proces zastępowania certyfikacji Oeko-Tex na poziom **Oeko-Tex Made in Green**, obejmując coraz większą część asortymentu. Utrzymujemy obecność produktów z certyfikatem BCI (Better Cotton Initiative) oraz GOTS. Równolegle zwiększamy udział włókien pochodzących z recyklingu, potwierdzonych certyfikatami GRS lub RCS.



Więcej informacji o Nutri Score znajdziesz na:
<https://www.biedronka.pl/pl/nutri-score-pl>.

W przypadku produktów z tworzyw sztucznych rozszerzyliśmy wykorzystanie plastiku pochodzącego z recyklingu na kolejne kategorie – w tym produkty do domu, takie jak środki do czyszczenia i pojemniki do przechowywania. W 2024 roku wprowadziliśmy dedykowane oznaczenie graficzne „Eco Design”, które pojawia się m.in. na produktach z polipropylenu (PP) wykonanych w całości z materiałów wtórnych.

W ramach certyfikacji FSC w 2024 roku objęliśmy nowymi standardami produkty sportowe (w tym gry) wykonane z drewna oraz artykuły z drewna i bambusa przeznaczone do kontaktu z żywnością. Certyfikat FSC nadal obejmuje drewniane zabawki, artykuły papiernicze i 100% oferowanych mebli.



W segmencie kosmetyków marek własnych poszerzyliśmy ofertę dla klientów poszukujących prostych składów i rozwiązań przyjaznych środowisku. Do sprzedaży trafiło 48 nowości, dzięki czemu liczba kosmetyków zawierających co najmniej 90% składników pochodzenia naturalnego osiągnęła 192 pozycje. Liczba produktów wegańskich wzrosła do 257, w tym 27 stanowiły nowości. Pod koniec 2024 roku 98% naszej regularnej oferty produktów do higieny osobistej marek własnych było wolnych od mikroplastiku.



ELLY – CODZIENNE WSPARCIE PRZY PROBLEMACH UROLOGICZNYCH

Nietrzymanie moczu (NTM) to problem, który dotyczy milionów osób w Polsce*, a mimo to wciąż rzadko bywa tematem otwartej rozmowy. W Biedronce nie unikamy trudnych tematów – edukujemy, przełamujemy tabu i odpowiadamy na prawdziwe potrzeby klientów. Marka Elly powstała właśnie z myślą o osobach zmagających się z NTM – niezależnie od wieku i płci.

Linia produktów obejmuje chłonne artykuły o różnym poziomie ochrony, zapewniające dyskrecję, komfort i pewność siebie w codziennym życiu. Na stronie www.poznajelly.pl można dobrać odpowiedni produkt, przeczytać ponad 140 artykułów blogowych oraz pobrać bezpłatny e-book „Elly. Kompendium wiedzy na temat nietrzymania moczu”.

* Źródło: Milena Bęgarska, Karolina Ciepiela, Tomasz Michałek - Raport „Pacjent z NTM w systemie opieki zdrowotnej 2020”. Raport powstał pod auspicjami Stowarzyszenia Osób z NTM „UroConti” przy współpracy z World Federation of Incontinence and Pelvic Problems (WFIPP).

Troska o klientów

ESRS S4-2 ; ESRS S4-3



Magdalena Koralewska
Lokalny Rzecznik Klienta w sieci Biedronka



Klienci zwracają się do nas z bardzo różnymi sprawami – od pytań o produkty, przez opinie dotyczące obsługi, po zgłoszenia, które wymagają uważnego przeanalizowania kontekstu. Za każdą wiadomością stoi człowiek i jego doświadczenie – i właśnie to traktujemy jako punkt wyjścia.

Zgłoszenia, które trafiają do Biura Rzecznika Klienta często pozwalają wychwycić sygnały, których nie widać w danych ani statystykach. Dzięki temu możemy się doskonalić i lepiej wspierać zespoły sklepowe w odpowiadaniu na potrzeby klientów. Rozwiązanie pojedynczej sprawy jest ważne, ale równie istotne jest to, co dzieje się później – wyciąganie wniosków z każdej sytuacji i wdrażanie ich tak, by wspierały szersze zmiany w organizacji.

W BIEDRONCE KLIENT POZOSTAJE NAJWAŻNIEJSZYM PUNKTEM ODNIESIENIA WE WSZYSTKICH DZIAŁANIACH

Naszym celem jest tworzenie jak najlepszego doświadczenia zakupowego – zarówno w sklepach stacjonarnych, jak i w kanałach cyfrowych. Nieustannie inwestujemy w rozwiązania usprawniające ścieżkę klienta: rozwijamy sieć sklepów, infrastrukturę kas samoobsługowych oraz wdrażamy usługi takie jak BIEK. Regularnie modernizujemy sklepy i szkolimy pracowników, by jak najlepiej odpowiadać na potrzeby klientów.

W 2024 roku komunikowaliśmy się z klientami na wiele sposobów. Przeprowadziliśmy ponad 310 000 rozmów – od prostych ankiet i badań jakościowych, po spotkania etnograficzne i obserwacje. Pytaliśmy o opakowania, produkty, zakupy i pomysły na ulepszenia. Zbieraliśmy opinie i testowaliśmy nowe koncepcje. Regularnie korzystaliśmy również z narzędzi takich jak tajemniczy klient. Dzięki temu lepiej rozumiemy potrzeby kupujących i możemy skuteczniej dostosowywać naszą ofertę, komunikację i usługi cyfrowe.

Dbamy o wygodę i dostępność – klienci mogą zgłaszać swoje uwagi bezpośrednio na poziomie sklepu.

Jeśli nie zdecydują się na tę formę kontaktu, mogą skorzystać z Biura Obsługi Klienta (BOK), dostępnego poprzez różne kanały, takie jak e-mail, strona internetowa, telefon czy aplikacja mobilna. Biuro Obsługi Klienta pełni kluczową rolę w naszej organizacji, działając 24/7 jako wyspecjalizowana jednostka odpowiedzialna za komunikację z klientami i sprawne zarządzanie ich sugestiami, pomysłami, zapytaniami i reklamacjami. BOK odpowiada za rozwiązywanie kwestii związanych z funkcjonowaniem sklepów, oferowanymi usługami i produktami, kampaniami promocyjnymi oraz innymi sytuacjami dotyczącymi działalności sklepów i kontaktu z klientami.

Biuro Obsługi Klienta Biedronki zobowiązuje się do szybkiego i skutecznego rozpatrywania zgłoszeń. Proces ten obejmuje następujące etapy:

1. **Przyjęcie zgłoszenia** – klienci mogą przysyłać swoje uwagi za pośrednictwem różnych kanałów, a BOK niezwłocznie potwierdza ich otrzymanie.
2. **Ocena i analiza** – BOK analizuje problem, zbiera niezbędne informacje, identyfikuje przyczynę i – w razie potrzeby – weryfikuje obowiązujące zasady, by ustalić zasadność zgłoszenia.
3. **Proponowanie rozwiązania** – BOK przedstawia uczciwe i przejrzyste rozwiązanie – takie jak zwrot, wymiana lub naprawa – w zależności od charakteru sprawy, wyników wewnętrznej analizy z odpowiednimi działami oraz zgodnie z polityką firmy.
4. **Realizacja** – po zaakceptowaniu rozwiązania BOK przystępuje do jego wdrożenia i informuje klienta o postępach.
5. **Informacja zwrotna i doskonalenie** – BOK zbiera opinie klientów na temat procesu obsługi zgłoszenia, aby zapewnić ich satysfakcję i stale podnosić jakość działania.

Dzięki tej uporządkowanej procedurze BOK dąży do zwiększania satysfakcji klientów i realizacji celów zrównoważonego rozwoju poprzez nieustanne doskonalenie produktów, usług i relacji z klientami. Co więcej, cały proces rozpatrywania zgłoszeń jest zaprojektowany z poszanowaniem praw konsumentów – w tym prawa do równego traktowania, swobody wypowiedzi i uczciwego podejścia.

Dodatkowo w ramach BOK prowadzimy bezpośredni kontakt telefoniczny z klientami. W trakcie takich rozmów często zbieramy opinie oraz informacje o ich doświadczeniach związanych z odwiedzionymi sklepami czy zakupionymi produktami. Te cenne dane wykorzystujemy do poprawy funkcjonowania naszych sklepów oraz lepszego dopasowania oferty do oczekiwań klientów.

Lokalny Rzecznik Klienta reprezentuje klientów sklepów Biedronka i jest osobą, do której mogą się oni zwrócić w celu ochrony i promowania swoich praw,



gwarancji oraz uzasadnionych interesów. Rzecznik działa w oparciu o wartości takie jak niezależność, bezstronność, neutralność i poufność. Pełniąc swoją funkcję, działa niezależnie od spółki i jej Biura Obsługi Klienta. Może także wydawać opinie i rekomendacje dotyczące jakości obsługi klienta oraz proponować działania usprawniające.

Jeśli klient zgłosił swoją sprawę w sklepie lub za pośrednictwem BOK i nie jest usatysfakcjonowany zaproponowanym rozwiązaniem, może skontaktować się z Biurem Rzecznika Klienta. Biuro to stanowi ostatnią instancję w rozpatrywaniu złożonych lub systemowych spraw, które nie mogły zostać rozwiązane w standardowej ścieżce obsługi klienta. Kontakt z Biurem Rzecznika Klienta możliwy jest poprzez e-mail, infolinię lub dedykowaną stronę internetową.

WSPIERANIE LOKALNYCH SPOŁECZNOŚCI

ESRS S4-2 ; ESRS S4-3

Temat ESRS	Istotność	Zobowiązanie	Postęp w realizacji w 2024
ESRS S3-5	M	Monitorowanie i ujawnianie co najmniej 70% (wartościowo) wpływu społecznego wynikającego z oferowanego przez Grupę Jerónimo Martins corocznego wsparcia, zgodnie z modelem Business for Societal Impact (B4SI) i dostosowanego do kryteriów istotności finansowej.	W 2024 roku możliwe było monitorowanie 99% bezpośredniego wsparcia Grupy (kwalifikującego się zgodnie z wewnętrzną metodyką opartą na kryteriach B4SI).
ESRS S3-5	M	Wzmocnienie zaangażowania w projekty społeczne skierowane do dzieci, młodzieży i osób starszych z wrażliwych środowisk, mające na celu bezpośredni wpływ na 1 milion osób rocznie do 2026 roku.	W oparciu o metodykę B4SI szacujemy, że spółki Grupy wsparły ponad 1,2 miliona osób z wrażliwych środowisk, realizując m.in. projekty dotyczące zdrowia i odżywiania. Co najmniej jedna spółka w każdym regionie (Polska, Portugalia, Kolumbia) wdrożyła lub wspierała takie inicjatywy.

Nasz wpływ społeczny

WSPÓŁPRACA ZE SPOŁECZNOŚCIAMI LOKALNYMI

ESRS S3-2

Dialog i wsparcie dla społeczności w otoczeniu naszych sklepów, centrów dystrybucyjnych i innych obiektów operacyjnych stanowią istotny element naszej odpowiedzialności. Współpracujemy z organizacjami pozarządowymi, charytatywnymi i instytucjami pomocy społecznej, kierując się zasadą „lokalne przed globalnym”. Działamy na rzecz dobrobytu i dobrostanu lokalnych społeczności, realizując **Politykę Wspierania Społeczności Lokalnych**, która odzwierciedla nasze zobowiązanie do aktywnego udziału w poprawie

jakości życia w najbliższym otoczeniu naszych działań. Polityka ta skierowana jest do pracowników, partnerów biznesowych oraz organizacji społecznych, z którymi współpracujemy na rzecz przeciwdziałania ubóstwu, niedożywieniu i wykluczeniu. Nasze działania koncentrują się na długofalowym wsparciu dzieci, młodzieży i seniorów oraz na wzmacnianiu potencjału lokalnych społeczności poprzez inicjatywy edukacyjne, zdrowotne i pomocowe.

Nasze podstawowe formy pomocy to darowizny finansowe i rzeczowe, w tym żywność. W 2024 roku Biedronka przeznaczyła na ten cel prawie 240 mln zł, z czego ponad 86 mln zł trafiło do Fundacji Biedronki, wspierając ponad 650 instytucji.

Przekazujemy także pełnowartościową, ale niesprzedaną żywność osobom potrzebującym. W 2024 roku oddaliśmy 10 776 ton żywności za pośrednictwem 2 345 sklepów (czyli ponad 63% sieci), m.in. we współpracy z organizacjami takimi jak Federacja Polskich Banków Żywności. W 2024 roku Biedronka kontynuowała stosowanie międzynarodowej metodyki Business for Societal Impact (B4SI), służącej do pomiaru i zarządzania wpływem społecznym. Standard pozwala w sposób spójny i mierzalny ocenić efekty programów społecznych między innymi pod względem zaangażowanych środków, liczby oraz profilu beneficjentów. Analizujemy zarówno działania realizowane centralnie oraz inicjatywy regionalne i lokalne, wspierane przez zespoły operacyjne. Metodyka B4SI wspiera transparentność raportowania oraz strategiczne planowanie naszego wpływu społecznego.



Wsparcie dla poszkodowanych w powodzi

W pierwszej kolejności wysłaliśmy transporty z wodą i żywnością do gmin, które ucierpiały najbardziej. Przekazaliśmy darowizny produktowe o łącznej wartości ponad 300 tys. zł. Jednocześnie, aby odciążyć budżety rodzin dotkniętych skutkami powodzi, w 391 sklepach na zagrożonych terenach wprowadziliśmy „Koszyk Bezpieczeństwa”, obniżając ceny produktów pierwszej potrzeby średnio o 19%.



Karolina Błońska
Starsza Menedżerka ds. Zrównoważonego Rozwoju
w sieci Biedronka

”

Gwałtowna powódź, która dotknęła południowo-wschodnią Polskę w 2024 roku, zniszczyła domy, infrastrukturę i pozbawiła wielu ludzi podstawowych środków do życia. W takiej sytuacji liczy się szybka reakcja i solidarność, dlatego od pierwszych dni katastrofy zaangażowaliśmy się w pomoc zarówno naszym pracownikom, jak i mieszkańcom zalanych terenów.

Dzięki zbiórkom organizowanym przy kasach, nasi klienci wsparli działania Polskiego Czerwonego Krzyża i Stowarzyszenia Wiosna, przekazując ponad 2,5 mln zł. Środki te zostały przeznaczone na zakup sprzętu gospodarstwa domowego, materiałów budowlanych, osuszaczy i grzejników, a także na organizację pomocy dla rodzin w ramach Szlachetnej Paczki.

Ważnym elementem pomocy były również zbiórki produktów pierwszej potrzeby, w ramach których klienci Biedronki przekazali ponad 85 ton żywności, środków czystości i artykułów chemicznych. Artykuły trafiły do poszkodowanych rodzin, wspierając je w odbudowie codziennego życia po powodzi.

Pamiętaliśmy także o naszych pracownikach, którzy ucierpieli w wyniku katastrofy. Każdy z nich otrzymał jednorazową, bezzwrotną pomoc finansową w wysokości 1 500 zł.

Współpraca z ogólnopolskimi organizacjami

WIELKA ORKIESTRA ŚWIĄTECZNEJ POMOCY

Po raz czwarty wsparliśmy działania Fundacji Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy jako Główny Sponsor Finału WOŚP. 33. edycja wydarzenia, która odbyła się w styczniu 2025 roku, była poświęcona dziecięcej onkologii i hematologii. Wspólnie z klientami przekazaliśmy 6 110 158 złotych, a nasze łączne wsparcie dla działań WOŚP od 2021 roku wyniosło już ponad 27 mln zł.

Od 10 grudnia klienci mogli dokonywać wpłat we wszystkich naszych sklepach przy kasach tradycyjnych i samoobsługowych, a od 30 grudnia także wrzucać środki do puszek. Przygotowaliśmy także linię produktów z serduszkami WOŚP, z których cały przychód (po odliczeniu VAT) zasilł cel Finału. W tym roku były to: czapka zimowa, rękawiczki oraz kubki termiczne.

W akcję zaangażowali się również nasi pracownicy – setka osób wzięła udział w charytatywnym Biegu „Policz się z cukrzycą”, pokonując łącznie ponad 500 km. Zorganizowaliśmy też wyjątkowe licytacje, m.in. bilety VIP na mecze reprezentacji i spersonalizowane komunikaty na ekranach kas.



CARITAS POLSKA

Z okazji Dnia Dziecka wsparliśmy Caritas Polska w przygotowaniu aż 25 000 „Pudełek Szczęścia” – paczek dla dzieci w trudnej sytuacji materialnej. W pudełkach znalazły się maskotki z Gangu Mocniaków, książki, zdrowe przekąski, słodycze i inne upominki.

W akcję zaangażowały się 41 jednostki diecezjalne Caritas, a paczki trafiły do domów dziecka, domów samotnej matki, świetlic środowiskowych oraz szpitali dziecięcych. Przekazaliśmy na ten cel darowiznę pieniężną o wartości 230 tys. zł, a także produkty spożywcze, takie jak batoniki, orzechy i musy owocowe, o łącznej wartości 124 108,37 zł.

W zeszłym roku po raz kolejny mieliśmy w swojej ofercie znicze z logo Caritas, których sprzedaż wspiera długoterminową pomoc oraz organizację wypoczynku dla dzieci i młodzieży ze świetlic środowiskowych i socjoterapeutycznych prowadzonych przez Caritas Polska i Fundację Pro Caritate.

Przeprowadziliśmy także wspólnie z Caritas Polska zbiórki żywności dla najbardziej potrzebujących. Szczegóły tych akcji znajdują się w podrozdziale Zbiórki żywności.



STOWARZYSZENIE WIOSNA

Pod hasłem „Magnetic przyciąga dobro” w listopadzie 2024 roku rozpoczęła się piąta edycja współpracy Biedronki ze Szlachetną Paczką. W ramach inicjatywy wprowadziliśmy do sprzedaży specjalną linię produktów Magnetic z logo Szlachetnej Paczki. Dzięki akcji przekazaliśmy na pomoc potrzebującym 350 tys. zł.

We wsparcie Szlachetnej Paczki włączyli się nasi pracownicy. 867 osób z biur, centrów dystrybucyjnych i sklepów przygotowało 30 paczek o łącznej wartości 123 250 zł, które trafiły do rodzin podczas Weekendu Cudów. Szlachetna Paczka jest oficjalnym partnerem wolontariatu pracowniczego w Biedronce.

We wrześniu, we współpracy ze Stowarzyszeniem Wiosna, zorganizowaliśmy zbiórki przy kasach, by wesprzeć rodziny dotknięte powodzią objęte programem Szlachetna Paczka. Zebrane środki zostały przeznaczone na wsparcie działań wolontariuszy, którzy koordynowali pomoc na miejscu, transportowali paczki z najpotrzebniejszymi produktami i zapewniali ciepłe posiłki. Na rzecz Stowarzyszenia przekazano ponad 260 tys. zł.

POLSKI CZERWONY KRZYŻ

W 2024 roku Biedronka ponownie została głównym sponsorem Olimpiady Zdrowia PCK, promującej zdrowe nawyki żywieniowe i aktywny styl życia wśród uczniów szkół w całej Polsce. Nowa, 32. edycja, która ruszyła w listopadzie 2024 roku, zgromadziła prawie 22 000 uczniów z 1 295 szkół – to znaczny wzrost względem poprzedniego roku.

Biedronka wspiera inicjatywę zarówno finansowo, jak i merytorycznie. Ekspertiści sieci konsultują pytania konkursowe i zasiadają w jury. Fundujemy nagrody, w tym wyróżnienie „Nadzieja Biedronki” dla autorów projektów w lokalnych społecznościach o wyjątkowej wartości edukacyjnej. W maju 2024 roku byliśmy zaangażowani także w finał 31. edycji, w której wzięło udział prawie 18 000 uczniów.



Działania na rzecz wyrównywania szans

PODAJ DALEJ

Fundacja Podaj Dalej od lat pomaga osobom z niepełnosprawnościami w budowaniu samodzielności i pewności siebie. W 2024 roku przekazaliśmy na wsparcie jej działań 500 tys. zł, co umożliwiło organizację obozów artystyczno-sportowych dla dzieci, warsztatów dla młodzieży i rodziców oraz rozwój projektu edukacyjnego „Lisek Ibisek”.

Dzięki wsparciu Fundacja zorganizowała m.in. zajęcia dla 20 dzieci, 5 młodych osób uczestniczyło w warsztatach o relacjach i zdrowiu, a 22 mamy zyskały przestrzeń do wzmocnienia i wymiany doświadczeń. Powstało też 12 nowych historii o Lisku Ibisku. Wszystkie materiały w ramach projektu – w tym opowiadania, słuchowiska, filmy i ćwiczenia – są dostępne bezpłatnie online. Projekt ma na celu wspieranie dzieci w rozumieniu emocji, budowaniu empatii i oswajaniu trudnych tematów, takich jak niepełnosprawność, lęk czy wykluczenie. To także narzędzie dla rodziców i opiekunów, którzy chcą świadomie rozmawiać z dziećmi o emocjach i relacjach.

Wsparcie Fundacji Podaj Dalej było powiązane z naszym zaangażowaniem związanym z paraolimpiadą w Paryżu. W ramach konkursu „Poleć z Biedronką do Paryża” klienci Biedronki mogli wygrać dwuosobowy wyjazd do stolicy Francji by móc kibicować polskim parasportowcom. Do wygrania było 1 000 takich wyjazdów.



SPORT, KTÓRY ŁĄCZY – WSPARCIE TURNIEJÓW DLA DZIECI Z DOMÓW DZIECKA

W 2024 roku ponownie wsparliśmy już 15. edycję Mistrzostw Polski i 9. edycję Mistrzostw Świata Dzieci z Domów Dziecka w Piłce Nożnej. Te wyjątkowe turnieje dają młodym zawodnikom szansę na rozwój, integrację i poczucie przynależności.

W krajowych rozgrywkach uczestniczyło blisko 400 dzieci, rozegrano 96 meczów, a najlepsi zostali wybrani do reprezentacji Polski dzieci z domów dziecka. W Mistrzostwach Świata w Warszawie rywalizowało 27 drużyn z Europy, Afryki i Azji. Od ponad dekady wspieramy projekt „Nadzieja na Mundial”, wierząc, że sport może zmieniać życie. W 2024 roku przeznaczylśmy na jego organizację 750 tys. zł.



ZBIÓRKI ŻYWNOSCI

W 2024 roku, we współpracy z Caritas Polska i Federacją Polskich Banków Żywności, przeprowadziliśmy tradycyjne zbiórki żywności przed Wielkanocą i Bożym Narodzeniem. Klienci mogli przekazywać produkty o długim terminie przydatności w wybranych sklepach Biedronki.

Podczas wielkanocnej zbiórki Caritas wolontariusze byli obecni w ponad 1 000 sklepach, a przy współpracy z Federacją – w 499 placówkach. Łącznie zebrano 217 ton żywności. W okresie bożonarodzeniowym zbiórki z Caritas odbyły się w 1 053 sklepach i przyniosły 152,8 tony produktów, natomiast akcja z Federacją objęła 789 sklepów i zakończyła się wynikiem 120 ton. Wszystkie dary trafiły do organizacji charytatywnych i potrzebujących, w tym seniorów i rodzin w kryzysie.

Współpraca z organizacjami pomocowymi na poziomie regionalnym

ESRS S3-1

Nasze działania pomocowe realizujemy na różnych poziomach, ale to właśnie wsparcie regionalne pozwala nam docierać tam, gdzie potrzeby są najbardziej odczuwalne. Współpracujemy z lokalnymi organizacjami pomocowymi, organizując zbiórki żywności, dostarczając artykuły pierwszej potrzeby i przekazując wsparcie finansowe. Dzięki temu pomoc trafia bezpośrednio do osób i instytucji, które najlepiej znają sytuację w swoich społecznościach. Wszystkie działania realizujemy zgodnie z Polityką Wspierania Społeczności Lokalnych Grupy Jerónimo Martins.

Każde z naszych regionalnych biur dysponuje budżetem na darowizny dla lokalnych organizacji i instytucji pomocowych. Przejrzystość procesu zapewniają jasno określone zasady, oparte na Procedurze Darowizny sieci Biedronka oraz Polityce Antykorupcyjnej i Kodeksie Etyki Biznesowej Grupy Jerónimo Martins.

Wzmacnianie inkluzywności społecznej

Równie ważne jak dostarczanie niezbędnych produktów jest dla nas wspieranie bardziej otwartego i solidarnego społeczeństwa. Współpracujemy z organizacjami charytatywnymi i pomagamy budować świat, w którym każdy ma szansę na godne życie.

ŚWIĄTECZNE WSPARCIE DLA OSÓB W TRUDNEJ SYTUACJI

W grudniu 2024 roku ponownie zaangażowaliśmy się w działania, które odpowiadają na podstawowe potrzeby, ale też pomagają budować poczucie wspólnoty i przynależności wśród osób znajdujących się w trudnej sytuacji życiowej.

Wigilia Kościuszko, która 22 grudnia zgromadziła na krakowskim rynku osoby potrzebujące, to wydarzenie, które pozwala otrzymać ciepły posiłek i doświadczyć atmosfery świąt w otoczeniu innych ludzi. Przekazaliśmy na ten cel żywność o wartości **9 972 zł netto (10 470,60 zł brutto)**.



Oplatek Maltański, organizowany przez Zakon Maltański i Miejskie Ośrodki Pomocy Społecznej, to cykl spotkań wigilijnych, które od lat dają uczestnikom coś więcej niż posiłek – poczucie bycia częścią większej całości. Wsparliśmy inicjatywę, przekazując produkty spożywcze o wartości 65 323,83 zł netto (73 128,65 zł brutto) oraz 25 tys. zł wsparcia finansowego.



DADA WELCOME PACK – RADOŚĆ PIERWSZYCH CHWIL

W ramach programu Dada Welcome Pack przekazujemy rodzicom bezpłatny zestaw produktów do pielęgnacji noworodka – w tym pieluszki, chusteczki i artykuły higieniczne. Paczka trafia bezpośrednio do domu, po rejestracji na dadaclub.pl. Od początku inicjatywy przekazaliśmy ponad 274 tys. zestawów, z czego ponad 42 tys. w samym 2024 roku.

Przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu

WALKA Z UBÓSTWEM MENSTRUACYJNYM

Od 2021 roku angażujemy się w walkę z ubóstwem menstruacyjnym, wspierając Fundację Akcja Menstruacja w zapewnieniu uczennicom równego dostępu do podstawowych środków higieny. W roku szkolnym 2024/2025 w ramach „Akcja Menstruacja w Twojej szkole” przekazaliśmy produkty menstruacyjne marki Femina 649 szkołom, docierając do ponad 140 tysięcy osób menstruujących. Wartość wsparcia wyniosła 215 400 złotych.



DOBRY START Z BIEDRONKĄ

To program stażowy organizowany we współpracy z Fundacją One Day, skierowany do młodzieży z pieczy zastępczej. Stażyści odbywali praktyki letnie w sklepach Biedronka, zdobywając pierwsze doświadczenia zawodowe, rozwijając umiejętności i ucząc się pracy w zespole. W 2024 roku gościliśmy 8 uczestników programu.



Wspieranie rozwoju najmłodszych

KONKURS PIÓRKO – 10 LAT WSPIERANIA LITERATURY DZIECIĘCEJ I MŁODYCH TALENTÓW

W 2024 roku „Piórko. Nagroda Biedronki za książkę dla dzieci” obchodziło swoje dziesięciolecie. W ciągu dekady do konkursu zgłoszono ponad **34 tysiące prac**, które były bazą do wydania **10 książek** dla najmłodszych czytelników. Konkurs to odpowiedź na wyzwania związane z malejącym poziomem czytelnictwa w Polsce, zwłaszcza wśród dzieci, w przypadku których kontakt z literaturą ma kluczowe znaczenie dla rozwoju wyobraźni i kompetencji językowych.

Unikalność projektu polega na promocji wartościowej literatury dziecięcej, ale też na wsparciu debiutujących twórców – pisarzy i ilustratorów. Zwycięskie prace są publikowane i szeroko dystrybuowane, dzięki czemu trafiają do domów w całym kraju. Każdego roku laureaci dwóch kategorii –

literackiej i ilustratorskiej – otrzymują po **100 tysięcy złotych**. Łączna pula nagród w ciągu dekady osiągnęła **2 miliony złotych**. W 2024 roku zwyciężczynią w kategorii literackiej została **Agnieszka Piwoń**, autorka książki „Moje czarne szczęście”, nagrodę za ilustracje do tego tytułu zdobyła **Dorota Żak**.

SMART KIDS PLANET I GANG PRODUKCIAKÓW – UCZYMY NAJMŁODSZYCH ŚWIADOMEGO PLANOWANIA ZAKUPÓW

Zakupy to więcej niż wybór produktów – to umiejętność planowania, oszczędzania i podejmowania mądrych decyzji. W 2024 roku współpracowaliśmy z Centrum Mądrej Zabawy Smart Kids Planet, wspierając **Strefę Mądrych Zakupów**, w której dzieci mogły wcielić się w rolę sprzedawców, pracowników sklepu lub klientów, ucząc się, jak rozsądnie gospodarować budżetem oraz wybierać zdrowe i wartościowe jedzenie.



Ważnym elementem edukacji była akcja **Gang Produkcjaków**, która w 2024 roku zachęcała najmłodszych do przemyślanego planowania zakupów. Bohaterowie kampanii przybliżali dzieciom znaczenie zarządzania domowym budżetem, tworzenia listy zakupów i unikania marnowania jedzenia. Jak co roku w sklepach Biedronka, oprócz pluszowych maskotek, dostępne były książki dla dzieci prezentujące treści edukacyjne. W 2024 roku było to 5 pozycji. W ramach kampanii uruchomiliśmy grę w popularnym symulatorze Roblox. Dzieci mogły wcielić się w klientów i pracowników Biedronki – obsługiwać kasę, uzupełniać półki, odbierać dostawy, robić zakupy z listą, piec chleb czy pomagać innym graczom w sklepie.

FUNDACJA BIEDRONKI



Katarzyna Scheer
Prezeska Fundacji Biedronki



Świętujemy nie tylko 30-lecie istnienia Biedronki, ale też jubileusz Fundacji Biedronki. W ciągu zaledwie pięciu lat działalności Fundacja przeznaczyła ponad ćwierć miliarda złotych na wsparcie najbardziej potrzebujących, w szczególności seniorów. Z dumą obserwujemy, jak dzięki inicjatywom Fundacji – od programów dożywiania i kart zakupowych dla seniorów po walkę z samotnością osób starszych – faktycznie poprawia się jakość życia tysięcy osób. Te osiągnięcia utwierdzają nas w przekonaniu, że odpowiedzialność społeczna jest naturalnym przedłużeniem misji Biedronki. Docieramy do osób, które nie mają się do kogo odezwać, nie wychodzą z domu tygodniami, żyją na marginesie uwagi. Dzięki wsparciu Biedronki mamy środki, by działać – a dzięki naszym partnerom wiemy, gdzie ta pomoc jest naprawdę potrzebna.

FUNDACJA BIEDRONKI

Fundacja Biedronki została założona w 2020 roku. Od początku istnienia jej celem jest poprawa jakości życia osób starszych w Polsce – szczególnie tych zmagających się z ubóstwem, samotnością, niedożywieniem i brakiem dostępu do opieki zdrowotnej. W ciągu pięciu lat Fundacja objęła wsparciem setki tysięcy osób z najbardziej wrażliwych grup społecznych. W 2024 roku Fundacja otrzymała darowiznę w wysokości 20 mln euro od Jerónimo Martins Polska – fundatora, który zapewnia jej niezależność finansową i stabilność operacyjną.

W 2024 roku na programy społeczne przeznaczono 86 mln zł. Pomoc trafiła do ponad 170 tys. beneficjentów, a działania realizowane były we współpracy z 1 660 organizacjami partnerskimi. Od początku działalności Fundacja zainwestowała łącznie 268 mln zł w projekty społeczne, skupiając się na czterech kluczowych obszarach: przeciwdziałaniu biedzie i niedożywieniu, przeciwdziałaniu samotności, wsparciu ochrony zdrowia oraz reagowaniu w sytuacjach kryzysowych.

W 2024 roku Fundacja Biedronki została uhonorowana tytułem **Dobroczyńcy Roku** w kategorii „Pomoc uchodźcom i Ukrainie” oraz wyróżniona w ramach inicjatywy **Dumni z Powstańców** za wieloletnią, konsekwentną pomoc udzielaną kombatanom i ich rodzinom.



Przeciwdziałanie ubóstwu i niedożywieniu

W 2024 roku Fundacja Biedronki kontynuowała działania mające na celu odciążenie budżetów domowych seniorów oraz zapewnienie im dostępu do pełnowartościowej żywności.

- **Na Codzienne Zakupy** – program realizowany we współpracy z Caritas Polska, w ramach którego 11 tys. seniorów otrzymało przedpłacone karty na zakupy w sklepach Biedronka. Wartość przekazanego wsparcia wyniosła ponad 23 mln zł.
- **Karta Dobra** – kolejny program kartowy, który objął 5 905 osób starszych. Wydatkowana kwota wyniosła ponad 10,5 mln zł.
- **Żywnościowy SOS** – inicjatywa wspierająca lokalne organizacje pozarządowe w działaniach pomocowych. Dzięki przekazanym środkom (3,98 mln zł), pomoc otrzymało ponad 16 tys. osób.
- **Poczta Obiadowa** – program dostarczania gotowych posiłków do domów seniorów, których stan zdrowia lub sytuacja życiowa uniemożliwia samodzielne gotowanie. W 2024 roku dostarczono 66 639 obiadów do 1 009 osób.



Przeciwdziałanie samotności

Fundacja rozwijała działania, których celem jest budowanie więzi społecznych i przeciwdziałanie izolacji osób starszych.

- **Danie Wspólnych Chwil** – ogólnopolski program realizowany we współpracy z Kołami Gospodyń Wiejskich. W 2024 roku odbyło się 6,6 tys. spotkań w ponad 1 100 miejscowościach. Uczestniczyło w nich ponad 42 tys. seniorów.
- **Radosne Świąta z Fundacją Biedronki** – akcja świąteczna skierowana do osób starszych w trudnej sytuacji życiowej. W 2024 roku wsparcie otrzymało 30 303 beneficjentów.
- **Akcja kolacja** – wieczery organizowane przez lokalne społeczności, z których skorzystało ponad 10 tys. osób.



Wsparcie ochrony zdrowia

Działania Fundacji obejmowały obszar ochrony zdrowia, w szczególności opiekę paliatywną i geriatriczną.

- **Oddech dla hospicjów** – program grantowy, w ramach którego przyznano 20 grantów na łączną kwotę 3,1 mln zł, wspierających bieżące funkcjonowanie hospicjów w całej Polsce.
- **Wsparcie budowy hospicjum w Łęborku** – Fundacja przekazała 5 mln zł na zakończenie budowy placówki, która będzie świadczyć bezpłatną opiekę paliatywną.
- Fundacja wsparła także inne inicjatywy zdrowotne, w tym działalność domu dziennego pobytu oraz projekt Fundacja Biedronki dla polskiej geriatriczki, obejmujący niemal 7 tys. seniorów.



Reakcja w sytuacjach kryzysowych

W obliczu wydarzeń wymagających szybkiego działania, Fundacja kontynuowała działania pomocowe na rzecz uchodźców z Ukrainy oraz osób dotkniętych klęskami żywiołowymi.

- **Pomoc dla Ukrainy** – 41 165 osób otrzymało wsparcie o łącznej wartości 16,8 mln zł.
- **Wsparcie dla powodzi** – pomoc rzeczowa i finansowa dla 2 841 osób w sytuacji kryzysowej (1,33 mln zł).
- **Wsparcie dla Powstańców Warszawskich** – Fundacja kontynuowała długofalową współpracę ze Związkiem Powstańców Warszawskich, przekazując 340 883 zł na rzecz 65 osób.



ZARZĄDZAMY ODPOWIEDZIALNIE

Na skróty:

- ⌵
Postępowanie
w biznesie
- ⌵
Etyka i compliance
- ⌵
Zaangażowanie
lokalnych dostawców

Temat ESRS	Istotność	Zobowiązanie	Postęp w realizacji w 2024
ESRS G1-2	M	Zagwarantowanie, żeby co najmniej 90% zakupów produktów spożywczych Biedronki pochodziło od lokalnych dostawców.	W 2024 roku 94% produktów spożywczych zostało zakupionych od lokalnych dostawców.



Dominik Wolski
Dyrektor Działu Prawnego w sieci Biedronka
Członek Komitetu Etyki Jerónimo Martins



Prowadzenie biznesu w sposób etyczny i odpowiedzialne zarządzanie ryzykiem to dla nas priorytety równie ważne jak wyniki finansowe. W Biedronce obowiązuje jasno zdefiniowany Kodeks Etyczny Grupy Jerónimo Martins, który stanowi zbiór zasad i oczekiwań wobec naszych pracowników i partnerów biznesowych. Nie tolerujemy zachowań naruszających prawo ani sprzecznych z naszymi kluczowymi wartościami. Wzmacniamy mechanizmy kontroli wewnętrznej, aby skuteczniejszy identyfikować potencjalne zagrożenia oraz zapobiegać nadużyciom. Dzięki skutecznemu zarządzaniu ryzykiem jesteśmy w stanie z wyprzedzeniem reagować na zmieniające się warunki rynkowe i regulacyjne, chronić reputację firmy i zaufanie naszych interesariuszy. Dla nas etyka i transparentność to fundamenty, na których opiera się zrównoważony rozwój Biedronki.

POSTĘPOWANIE W BIZNESIE

System etyki i zgodności w Biedronce opiera się na dokumentach obowiązujących w całej Grupie Jerónimo Martins: **Kodeksie Postępowania**, **Kodeksie Postępowania Dostawców**, **Polityce Antykorupcyjnej**. Określają one zasady uczciwości, transparentności i odpowiedzialności, obowiązujące wszystkich pracowników i partnerów biznesowych.

W 2024 roku wdrożyliśmy lokalną Procedurę Zgłoszeń Wewnętrznych, dostosowaną do przepisów polskiej ustawy o ochronie sygnalistów.

Działania z zakresu compliance i etyki biznesowej są w Biedronce zintegrowane z procesami wdrożeniowymi dla nowych pracowników oraz z obowiązkowymi szkoleniami dla całego zespołu. Podczas programu Induction Days nowi pracownicy poznają między innymi zasady działania Sekcji Etyki Biznesowej, obowiązujące polityki etyczne oraz kanały umożliwiające zgłaszanie naruszeń.

Wprowadziliśmy obowiązkowe szkolenie e-learningowe dotyczące Kodeksu Postępowania Grupy Jerónimo Martins, którego zasady obowiązują pracowników Biedronki. W trakcie szkolenia przedstawiamy praktyczne przykłady sytuacji zawodowych oraz odniesienia do zasad obowiązujących w naszej firmie. Dzięki temu tematy etyki i odpowiedzialności są wpisane w naszą codzienną pracę.

Codzienne działania dla zrównoważonego rozwoju.



PROJEKT B
Pracujmy na przyszłość

-  Zarządzanie odpadami
-  Gospodarowanie materiałami i opakowaniami
-  Dbanie o bioróżnorodność
-  Przeciwdziałanie zmianom klimatu

Sprawdź, co robimy dla środowiska:
www.odpowiedzialna.biedronka.pl




LIDERZY ODPOWIEDZIALNEGO ZARZĄDZANIA

W 2024 roku zostaliśmy wyróżnieni jako najlepsi w naszej branży w „Rankingu ESG. Odpowiedzialne Zarządzanie”, organizowanym przez Kozminski Business Hub przy Akademii Leona Koźmińskiego. To prestiżowe zestawienie firm ocenianych pod kątem jakości działań zgodnych z wytycznymi ESG. Dodatkowo znaleźliśmy się w gronie liderów ładu korporacyjnego, uzyskując maksymalny wynik w obszarze „G”.

ZARZĄDZANIE RYZYKIEM



System zarządzania ryzykiem w Biedronce jest zgodny z podejściem Grupy Jerónimo Martins i opiera się na Polityce Zarządzania Ryzykiem Grupy Jerónimo Martins, zatwierdzonej przez Zarząd Grupy. Dokument ten definiuje zasady, role i odpowiedzialności związane z funkcjonowaniem systemu zarządzania ryzykiem w całej Grupie.

Ramy systemu opierają się na standardzie ISO 31000 i są integralną częścią procesów zarządczych i decyzyjnych. Umożliwiają identyfikację, ocenę i monitorowanie ryzyk z wykorzystaniem Matrycy Ryzyka Grupy, uwzględniającej prawdopodobieństwo wystąpienia i wpływ na działalność.

W 2024 roku ponownie oceniliśmy portfel głównych ryzyk w podziale na 14 kategorii. Do najistotniejszych należały:

Ryzyka strategiczne:

- **Zmiany demograficzne i preferencje konsumentów** – wpływające na zapotrzebowanie na określone produkty i kanały sprzedaży;
- **Niestabilność geopolityczna i zmiany regulacyjne** – szczególnie w obszarach ESG, prawa pracy, opakowań i informacji dla konsumentów;
- **Innowacje technologiczne** – wpływające na konieczność inwestycji i adaptacji modelu biznesowego;
- **Presja społeczna i medialna** – związana z oczekiwaniami dotyczącymi transparentności, odpowiedzialności i reputacji.

Ryzyka operacyjne:

- **Zakłócenia w łańcuchach dostaw** – przede wszystkim związane z dostępnością surowców rolnych, logistyką transgraniczną, czy zmianami klimatycznymi;
- **Bezpieczeństwo danych i cyber-zagrożenia** – rosnące ryzyko ataków, szczególnie w kontekście cyfrowych usług dla klientów i operacji wewnętrznych oraz dostępności systemów;
- **Zarządzanie zapasami i logistyką** – wpływające na dostępność produktów i efektywność kosztową;
- **Ryzyka związane z produktami świeżymi i markami własnymi** – w tym bezpieczeństwo żywności i zgodność z normami jakościowymi.

Ryzyka ESG:

- **Ryzyka środowiskowe**, takie jak zmienność opadów, susze, ograniczenia w dostępie do wody, zagrożenia dla produkcji rolnej i wpływ emisji gazów cieplarnianych;
- **Ryzyka społeczne**, głównie nieprawidłowości w warunkach pracy w łańcuchu dostaw, niedobory siły roboczej, ryzyko braku akceptacji społecznej inwestycji;
- **Ryzyka związane z ładem korporacyjnym**, w tym zgodność z przepisami prawa, przejrzystość zarządzania i przeciwdziałanie nadużyciom.

Grupa utrzymuje profil ryzyka obejmujący istotne ryzyka strategiczne i operacyjne oraz przypisane im mechanizmy mitygacji i kontroli. Profil ten jest aktualizowany na podstawie corocznych przeglądów i bieżących analiz, z uwzględnieniem czynników zewnętrznych (np. zmiany regulacyjne, sytuacja geopolityczna) i wewnętrznych (m.in. odporność organizacyjna, efektywność procesów).

System działa zgodnie z **modelem trzech linii obrony**, zapewniającym jasny podział odpowiedzialności: właściciele ryzyka (1. linia), funkcje nadzorcze i compliance (2. linia) oraz audyt wewnętrzny (3. linia), który monitoruje skuteczność kontroli.

W Grupie za koordynację procesu odpowiada **Departament Strategii i Zarządzania Ryzykiem**, natomiast w Biedronce funkcja ta zlokalizowana jest w **Pionie Finansowym**. Skuteczność systemu ocenia **Departament Audytu Wewnętrznego**, który raportuje wyniki audytów i rekomendacje działań do Komitetu Audytu.

W 2024 roku w Biedronce ponownie przeprowadzono **testy odporności operacyjnej** oraz **przeglądy scenariuszy awaryjnych**, mające na celu zapewnienie ciągłości działania. Potwierdzono adekwatność obowiązujących procedur w kontekście aktualnych zagrożeń. Dodatkowo zrealizowano działania edukacyjne, w tym **kampanię „Znam, stosuję, bezpiecznie się czuję!”**, obowiązkową dla pracowników Działu Operacyjnego.

ETYKA I COMPLIANCE

Komitet Etyki Jerónimo Martins

Komitet ds. Etyki to niezależny i bezstronny mechanizm nadzorczy Grupy Jerónimo Martins, odpowiedzialny za egzekwowanie przestrzegania Kodeksu Postępowania oraz Polityki Antykorupcyjnej, a także za zapewnienie zgodności z przyjętymi standardami etycznymi. Rolą Komitetu jest monitorowanie i promowanie zasad określonych w tych dokumentach, które obowiązują we wszystkich spółkach Grupy oraz wśród pracowników. Komitet pełni również funkcję mechanizmu składania skarg i zgłoszeń. Zgodnie z przyjętą przez Grupę Polityką Zgłaszania Naruszeń, Komitet ds. Etyki udostępnia cyfrową platformę zgłoszeniową (dostępną na www.jeronimomartins.com oraz comissaodeetica.jeronimomartins.com), umożliwiającą poufne, także anonimowe, zgłaszanie przypadków nieprawidłowości. Dzięki temu możliwe jest szybkie reagowanie na naruszenia oraz wzmacnianie kultury przejrzystości w organizacji.

Zespół Komisji ds. Etyki Biedronka

W 2024 roku w Biedronce wdrożyliśmy nową **Procedurę zgłoszeń wewnętrznych**, opartą na przepisach ustawy o ochronie sygnalistów. Procedura rozszerza zakres spraw, które mogą być sygnalizowane i wzmacnia ochronę osób podejmujących działania w dobrej wierze. Wszyscy interesariusze mogą przekazywać informacje anonimowo. Każda sprawa trafia do niezależnego zespołu – Zespołu Komisji ds. Etyki Biedronka. Wraz z wprowadzeniem



dokumentu zrealizowaliśmy kampanię informacyjną dla zespołów w całej Polsce, przypominając zasady działania systemu i udostępniając procedurę. By ułatwić proces zgłaszania naruszeń na stronie internetowej Biedronki i stronach wewnętrznych dodaliśmy zakładkę [Zgłaszanie naruszeń](#).

Za wdrażanie Polityki Zgodności w Biedronce odpowiada Sekcja Etyki Biznesowej, kierowana przez Chief Compliance Officer.

Polityka antykorupcyjna

ESRS G1-1, G1-3

W naszej firmie obowiązuje zasada zerowej tolerancji wobec korupcji. Dążymy do zachowania przejrzystości i uczciwości we wszystkich relacjach biznesowych, wymagając przestrzegania najwyższych standardów etycznych od pracowników, dostawców oraz partnerów biznesowych.

Polityka Antykorupcyjna Grupy Jerónimo Martins określa zasady wdrażania działań oraz zobowiązań wymienionych w Kodeksie Postępowania w odniesieniu do uczciwości i rzetelności, określa zasady zapobiegania niezgodnym z prawem zachowaniom stanowiącym czyny korupcyjne oraz unikania potencjalnych konfliktów interesów. Obejmuje procedury zapobiegania korupcji, handlowi wpływami i nieuprawnionym korzyściom, a także środki zapobiegające konfliktom interesów. Każdy pracownik, dostawca i partner biznesowy zobowiązany jest do jej przestrzegania.

Aby zapewnić skuteczne wdrażanie polityki, organizujemy obowiązkowe szkolenia, wysyłamy wiadomości przypominające i udostępniamy materiały edukacyjne na portalu wewnętrznym. Pracownicy mają dostęp do rejestrów dotyczących konfliktów interesów oraz otrzymanych i oferowanych upominków. Nowi członkowie zespołu są zobowiązani do potwierdzenia zapoznania się z polityką, a sytuacje budzące wątpliwości podlegają analizie Sekcji Etyki Biznesowej lub Komisji Etyki.

ZAANGAŻOWANIE LOKALNYCH DOSTAWCÓW (M)



ESRS 2 MDR-A, MDR-M, ESRS G1-2

Zaangażowanie lokalnych dostawców to dla nas sposób na wspieranie regionalnej gospodarki i tworzenie miejsc pracy, a także korzyść dla klientów. Lokalna współpraca to też mniejsza złożoność łańcucha dostaw i mniejszy ślad węglowy – zwłaszcza jeśli chodzi o transport morski i lotniczy. Krótsze odległości między gospodarstwami a naszymi sklepami oznaczają szybsze dostawy, większą świeżość produktów i wydłużony okres ich przydatności. Dzięki temu zyskują zarówno klienci, jak i cała organizacja – poprzez bardziej efektywne procesy operacyjne.



W Biedronce działa zespół lokalnych kupców, którzy na co dzień rozwijają współpracę z rolnikami i producentami w różnych regionach Polski, w tym z małymi, rodzinnymi gospodarstwami. Program bezpośredniej współpracy z lokalnymi dostawcami, uruchomiony w 2021 roku, był kontynuowany również w 2024 roku. W tym czasie rozpoczęliśmy współpracę z ponad 70 nowymi gospodarstwami, zwiększając liczbę aktywnych dostawców do około 230. Do naszych sklepów trafiło ponad 126 milionów sztuk produktów od nich pochodzących, a wartość zakupów wzrosła o 45% w porównaniu z rokiem poprzednim. Szczególnie dynamiczny wzrost – blisko 45% – odnotowaliśmy w kategorii owoców i warzyw, co przełożyło się na lepszą dostępność produktów sezonowych. Nadal rozwijaliśmy bezpośrednie dostawy owoców, z gospodarstw do sklepów, z pominięciem centrów dystrybucyjnych. W 2024 roku do niemal 1 800 sklepów dostarczyliśmy w dostawach bezpośrednich truskawki, maliny czy jeżyny. Takie rozwiązanie pozwala na szybsze dotarcie produktów do klientów, poprawę ich świeżości oraz ograniczenie strat w transporcie.

W całej Polsce współpracowaliśmy z 37 piekarniami, które dostarczały wypieki bezpośrednio do naszych sklepów. Jednocześnie rozwijaliśmy model długofalowej współpracy z wybranymi dostawcami rolnymi – w niektórych przypadkach zlecając im konkretne uprawy, co zapewnia stabilność i przewidywalność produkcji po obu stronach.

Współpraca z lokalnymi producentami i rolnikami to ważne wsparcie dla mniejszych firm i gospodarstw. Dlatego, od 2020 roku, w odpowiedzi na wyzwania związane z pandemią, skróciliśmy terminy płatności do maksymalnie 21 dni dla dostawców z rocznym obrotem poniżej 100 mln zł. W 2024 roku z tej formy wsparcia skorzystało około 260 firm – o 60 więcej niż rok wcześniej.

O RAPORCIE

Na skróty:

⌵
Podstawa
sporządzenia raportu

⌵
Tabela zgodności

⌵
Zapraszamy do kontaktu

PODSTAWA SPORZĄDZENIA RAPORTU

ESRS 2 BP-1, BP-2

Raport zrównoważonego rozwoju sieci Biedronka, wchodzącej w skład spółki akcyjnej Jerónimo Martins Polska, jest publikowany corocznie od 2020 roku. Opracowując niniejszy raport, inspirowaliśmy się założeniami Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2022/2464 z dnia 14 grudnia 2022 roku w sprawie zmiany dyrektywy 2013/34/UE w odniesieniu do sprawozdawczości przedsiębiorstw w zakresie zrównoważonego rozwoju (tzw. CSRD), a także uwzględnialiśmy zapisy Rozporządzenia Delegowanego Komisji (UE) 2023/2772 z dnia 31 lipca 2023 roku przyjmującego Europejskie Standardy Sprawozdawczości Zrównoważonego Rozwoju (ESRS) oraz postanowienia polskiej Ustawy z dnia 29 września 1994 roku o rachunkowości. Chociaż niniejszy raport czerpie ze struktury i wybranych założeń ESRS, nie jest z nimi formalnie zgodny. Jerónimo Martins Polska S.A. na bieżąco obserwuje rozwój przepisów dotyczących raportowania w obszarze zrównoważonego rozwoju.

Pomimo że sieć Biedronka nie podlega obecnie formalnemu obowiązkowi raportowania zgodnie z CSRD ani ESRS, jako lider rynku wierzymy, że naszym obowiązkiem jest wyznaczanie wysokich standardów w zakresie transparentności i dialogu publicznego. Raport ten przygotowaliśmy z myślą o aktywnym wkładzie w rozwój otwartej i wiarygodnej komunikacji na temat wpływu biznesu na ludzi i środowisko. Raport obejmuje okres od 1 stycznia 2024 do 31 grudnia 2024 roku. Wszelkie dane odnoszą się do tego przedziału czasowego, o ile w treści nie wskazano wyjątków.

Raport zawiera dane opracowane wyłącznie na jego potrzeby oraz informacje zaczerpnięte z Raportu Rocznej Grupy Jerónimo Martins za 2024 rok. Jeśli dane nie były dostępne, zastosowano metodę szacunkową. Nie przekazujemy informacji dotyczących własności intelektualnej, know-how czy efektów innowacji.

W procesie raportowania uwzględniamy dane z całego łańcucha wartości – obejmując emisję gazów cieplarnianych, ocenę istotności wpływów, ryzyk i szans, zakres stosowanych polityk oraz działań.

W niniejszym raporcie prezentujemy informacje na temat kwestii uznanych za istotne na podstawie przeprowadzonej analizy podwójnej istotności, jak również dane dotyczące innych aspektów zrównoważonego rozwoju, które – choć nie spełniają formalnych kryteriów istotności – uznaliśmy za ważne z perspektywy naszej działalności lub istotne dla wybranych grup interesariuszy. Obie te kategorie zostały wyraźnie rozróżnione w tabeli zgodności oraz strukturze raportu dzięki zastosowaniu dedykowanych oznaczeń graficznych (M – material /istotny, N-M – non-material/poniżej progu istotności).

TABELA ZGODNOŚCI

ESRS 2 IRO-2

Powiązanie tematów ESRS z tematami istotnymi według matrycy podwójnej istotności

Temat ESRS		Wymóg ujawnienia	Tematy istotne
Środowisko	E1 – Zmiana klimatu	GOV-3 SBM-3 IRO-1 E1-1 do E1-9	• Zmiana klimatu
	E5 – Gospodarka zasobami i GOZ	IRO-1 E5-1 do E5-6	• Marnowanie żywności • Ekoprojektowanie opakowań na rzecz zrównoważonego zużycia zasobów
Społeczne	S1 – Własna siła robocza	SBM-2, SBM-3 S1-1 do S1-11, S1-13 do S1-17	• Prawa pracownicze i warunki pracy • Rozwój i edukacja pracowników
	S3 – Społeczności objęte oddziaływaniem	SBM-2, SBM-3 S3-1, S3-2, S3-4, S3-5	• Zaangażowanie i wspieranie społeczności lokalnych
	S4 – Konsumenci i użytkownicy końcowi	SBM-2, SBM-3 S4-1 do S4-5	• Przystępność cenowa produktów • Bezpieczeństwo i jakość produktów • Innowacje w produktach i usługach
Ład korporacyjny	G1 – Prowadzenie działalności	GOV-1 IRO-1 G1-1, G1-2, G1-6	• Kryteria zrównoważonego i odpowiedzialnego łańcucha dostaw

Numer ujawnienia ESRS	Nazwa ujawnienia ESRS	Miejsce w raporcie
ESRS 2 OGÓLNE UJAWNIANIE INFORMACJI		
BP-1	Ogólna podstawa sporządzenia oświadczeń dotyczących zrównoważonego rozwoju	str. 2, 122
BP-2	Ujawnianie informacji w odniesieniu do szczególnych okoliczności	Więcej informacji w raporcie Grupy, sekcja 2.1.
GOV-1	Rola organów administrujących, zarządzających i nadzorczych	str. 13-14, 17-18
GOV-2	Informacje przekazywane organom administrującym, zarządzającym i nadzorczym jednostki oraz podejmowane przez nie kwestie związane ze zrównoważonym rozwojem	str. 13-14, 17-18
GOV-3	Uwzględnianie wyników związanych ze zrównoważonym rozwojem w systemach zachęt.	str. 14
GOV-4	Oświadczenie dotyczące należytej staranności	str.18
GOV-5	Zarządzanie ryzykiem i kontrole wewnętrzne nad sprawozdawczością w zakresie zrównoważonego rozwoju	Więcej informacji w raporcie Grupy, sekcja 2.4.
SBM-1	Strategia, model biznesowy i łańcuch wartości	str. 22
SBM-2	Interesariusze i opinie interesariuszy	str. 19
SBM-3	Istotne wpływy, ryzyka i szanse oraz ich wzajemne związki ze strategią i modelem biznesowym	str. 20-22
IRO-1	Opis procesów służących do identyfikacji i oceny istotnych wpływów, ryzyk i szans	str. 20-21
IRO-2	Wymogi dotyczące ujawniania informacji w ramach ESRS objęte oświadczeniem dotyczącym zrównoważonego rozwoju	str. 123-128
ESRS E1 ZMIANA KLIMATU		
E1-1	Plan transformacji na potrzeby łagodzenia zmiany klimatu	str. 33
E1-2	Polityki związane z łagodzeniem zmiany klimatu i przystosowaniem się do niej	Więcej informacji w raporcie Grupy, sekcja 3.1. oraz 3.2.
E1-3	Działania i zasoby w odniesieniu do polityki klimatycznej	Więcej informacji w raporcie Grupy, sekcja 3.2.
E1-4	Cele związane z łagodzeniem zmiany klimatu i przystosowaniem się do niej	str. 33-35

Numer ujawnienia ESRS	Nazwa ujawnienia ESRS	Miejsce w raporcie
E1-5	Zużycie energii i koszyk energetyczny	str. 38
E1-6	Emisje gazów cieplarnianych zakresów 1, 2 i 3 brutto oraz całkowite emisje gazów cieplarnianych	str. 36-37
E1-7	Projekty usuwania gazów cieplarnianych i ograniczania emisji gazów cieplarnianych finansowane za pomocą jednostek emisji dwutlenku węgla	Więcej informacji w raporcie Grupy, sekcja 3.2.
E1-8	Wewnętrzne ustalanie opłat za emisję gazów cieplarnianych	Więcej informacji w raporcie Grupy, sekcja 3.2.
E1-9	Antycypowane skutki finansowe wynikające z istotnych ryzyk fizycznych i ryzyk przejścia oraz potencjalnych szans związanych z klimatem	Więcej informacji w raporcie Grupy, sekcja 3.2.

ESRS E2 ZANIECZYSZCZENIA

E2-1	Polityki związane z zanieczyszczeniem	Nie zidentyfikowany jako istotny – więcej informacji dostępnych w raporcie Grupy, sekcja 3.2.5.
E2-2	Działania i zasoby związane z zanieczyszczeniem	str. 39-40
E2-3	Cele związane z zanieczyszczeniem	str. 41
E2-4	Zanieczyszczenie powietrza, wody i gleby	Nie zidentyfikowany jako istotny – więcej informacji dostępnych w raporcie Grupy, sekcja 3.2.5.
E2-5	Substancje potencjalnie niebezpieczne i substancje wzbudzające szczególnie duże obawy	Nie zidentyfikowany jako istotny – więcej informacji dostępnych w raporcie Grupy, sekcja 3.2.5.
E2-6	Antycypowane skutki finansowe wynikające z wpływów, ryzyk i szans związanych z zanieczyszczeniem	Nie zidentyfikowany jako istotny – więcej informacji dostępnych w raporcie Grupy, sekcja 3.2.

ESRS E3 WODA I ZASOBY MORSKIE

E3-1	Polityki związane z wodą i zasobami morskimi	Nie zidentyfikowany jako istotny – więcej informacji dostępnych w raporcie Grupy, sekcja 3.1.
E3-2	Działania i zasoby związane z wodą i zasobami morskimi	Nie zidentyfikowany jako istotny – więcej informacji dostępnych w raporcie Grupy, sekcja 3.2.3.

Numer ujawnienia ESRS	Nazwa ujawnienia ESRS	Miejsce w raporcie
E3-3	Cele związane z wodą i zasobami morskimi	str. 31
E3-4	Zużycie wody	str. 42
E3-5	Antycypowane skutki finansowe wynikające z wpływów, ryzyk i szans związanych z wodą i zasobami morskimi	Nie zidentyfikowany jako istotny – więcej informacji dostępnych w raporcie Grupy, sekcja 3.2.1.

ESRS E4 BIORÓŻNORODNOŚĆ I EKOSYSTEMY

E4-1	Plan transformacji w zakresie bioróżnorodności oraz uwzględnienie bioróżnorodności w strategii i modelu biznesowym	Nie zidentyfikowany jako istotny – więcej informacji dostępnych w raporcie Grupy, sekcja 3.2.4.
E4-2	Polityki związane z bioróżnorodnością	str. 44-47
E4-3	Działania i zasoby związane z bioróżnorodnością	str. 44-47
E4-4	Cele związane z bioróżnorodnością	str. 43-44
E4-5	Mierniki wpływów związane z zmianą w zakresie bioróżnorodności i	Nie zidentyfikowany jako istotny – więcej informacji dostępnych w raporcie Grupy, sekcja 3.2.4.
E4-6	Antycypowane skutki finansowe wynikające z wpływów, ryzyk i szans związanych z bioróżnorodnością i ekosystemami	Nie zidentyfikowany jako istotny – więcej informacji dostępnych w raporcie Grupy, sekcja 3.2.4.

ESRS E5 GOSPODARKA O OBIEGU ZAMKNIĘTYM

E5-1	Polityki związane z wykorzystaniem zasobów oraz gospodarką o obiegu zamkniętym	Więcej informacji w raporcie Grupy, sekcja 3.1
E5-2	Działania i zasoby związane z wykorzystaniem zasobów oraz gospodarką o obiegu zamkniętym	str. 51-52
E5-3	Cele związane z wykorzystaniem zasobów oraz gospodarką o obiegu zamkniętym	str. 48-49
E5-4	Zasoby wprowadzane do organizacji	Nie zidentyfikowany jako istotny.
E5-5	Zasoby odprowadzane z organizacji	str. 50
E5-6	Antycypowane skutki finansowe wynikające z wpływów, ryzyk i szans związanych z wykorzystaniem zasobów oraz gospodarką o obiegu zamkniętym	Więcej informacji w raporcie Grupy, sekcja 3.2.2.

Numer ujawnienia ESRS	Nazwa ujawnienia ESRS	Miejsce w raporcie
ESRS S1 WŁASNA SIŁA ROBOCZA		
S1-1	Polityki związane z własną siłą roboczą	str. 76, 83
S1-2	Procedury współpracy z własnymi pracownikami i przedstawicielami pracowników w zakresie wpływów	Więcej informacji w raporcie Grupy, sekcja 4.2.1
S1-3	Procesy niwelowania negatywnych wpływów i kanały zgłaszania problemów przez pracowników jednostki	str. 83
S1-4	Podjęmowanie działań dotyczących istotnych wpływów na własnych pracowników oraz stosowanie podejść służących ograniczeniu istotnego ryzyka i wykorzystywaniu istotnych szans związanych z własną siłą roboczą oraz skuteczność tych działań	Więcej informacji w raporcie Grupy, sekcja 4.2.1
S1-5	Cele dotyczące zarządzania istotnymi negatywnymi wpływami, zwiększania pozytywnych wpływów i zarządzania istotnymi ryzykami i istotnymi szansami	str. 55-58
S1-6	Charakterystyka pracowników jednostki	str. 59, 61
S1-7	Charakterystyka osób niebędących pracownikami stanowiących własną siłę roboczą	str. 62
S1-8	Zakres rokowań zbiorowych i dialogu społecznego	str. 62
S1-9	Wskaźniki różnorodności	str. 63-68
S1-10	Odpowiednie płace	str. 73-74
S1-11	Ochrona socjalna	str. 80-82
S1-12	Osoby z niepełnosprawnościami	str. 57,63,66,68
S1-13	Wskaźniki dotyczące szkoleń i rozwoju umiejętności	str. 68-73
S1-14	Wskaźniki bezpieczeństwa i higieny pracy	str. 76-78
S1-15	Wskaźniki równowagi między życiem zawodowym a prywatnym	str. 79
S1-16	Wskaźniki wynagrodzeń (luka płacowa i całkowite wynagrodzenie)	str. 63-65
S1-17	Incydenty, skargi i poważne wpływy na przestrzeganie praw człowieka	Więcej informacji w raporcie Grupy, sekcja 4.2.1

Numer ujawnienia ESRS	Nazwa ujawnienia ESRS	Miejsce w raporcie
ESRS S2 PRACOWNICY W ŁAŃCUCHU WARTOŚCI		
S2-1	Polityki związane z pracownikami w łańcuchu wartości	Nie zidentyfikowany jako istotny – więcej informacji dostępnych w raporcie Grupy, sekcja 4.1.4.
S2-2	Procesy współpracy z osobami wykonującymi pracę w łańcuchu wartości w zakresie wpływów	str. 84-85
S2-3	Procesy niwelowania negatywnych wpływów i kanały zgłaszania problemów przez pracowników w łańcuchu wartości	str. 84-85
S2-4	Podjęmowanie działań dotyczących istotnych wpływów na osoby wykonujące pracę w łańcuchu wartości oraz stosowanie podejść służących zarządzaniu istotnymi ryzykami i wykorzystywaniu istotnych szans związanych z osobami wykonującymi pracę w łańcuchu wartości oraz skuteczność tych działań	str. 84-85
S2-5	Cele dotyczące zarządzania istotnymi negatywnymi wpływami, zwiększania pozytywnych wpływów i zarządzania istotnymi ryzykami i istotnymi szansami	Nie zidentyfikowany jako istotny – więcej informacji dostępnych w raporcie Grupy, sekcja 4.2.4.
ESRS S3 SPOŁECZNOŚCI DOTKNIĘTE WPŁYWEM		
S3-1	Polityki związane z dotkniętymi społecznościami	str. 108
S3-2	Procesy współpracy w zakresie wpływów z dotkniętymi społecznościami	str. 102-108
S3-3	Procesy remediacji negatywnych wpływów i kanały zgłaszania problemów przez dotknięte społeczności	Więcej informacji w raporcie Grupy, sekcja 2.3 oraz 3.3.5.
S3-4	Podjęmowanie działań dotyczących istotnych wpływów na dotknięte społeczności oraz stosowania podejść służących zarządzaniu istotnymi ryzykami i wykorzystywaniu istotnych szans związanych z tymi społecznościami oraz skuteczności tych działań	str. 102-108
S3-5	Cele dotyczące zarządzania istotnymi negatywnymi wpływami, zwiększania pozytywnych wpływów i zarządzania istotnymi ryzykami i istotnymi szansami	str. 102

Numer ujawnienia ESRS	Nazwa ujawnienia ESRS	Miejsce w raporcie
ESRS S4 KONSUMENTI I UŻYTKOWNICY KOŃCOWI		
S4-1	Polityki związane z konsumentami i użytkownikami końcowymi	str. 90-91
S4-2	Procesy współpracy w zakresie wpływów z konsumentami i użytkownikami końcowymi	str. 100-101
S4-3	Procesy remediacji negatywnych wpływów i kanały zgłaszania problemów przez konsumentów i użytkowników końcowych	str. 100-101
S4-4	Podejmowanie działań dotyczących istotnych wpływów na konsumentów i użytkowników końcowych oraz stosowanie podejść służących zarządzaniu istotnymi ryzykami i wykorzystywaniu istotnych szans związanych z konsumentami i użytkownikami końcowymi oraz skuteczność tych działań	str. 88-99
S4-5	Cele dotyczące zarządzania istotnymi negatywnymi wpływami, zwiększania pozytywnych wpływów i zarządzania istotnymi ryzykami i istotnymi szansami	str. 88-90
ESRS G1 ŁĄD ZARZĄDCZY		
G1-1	Kultura korporacyjna i Polityki prowadzenia działalności gospodarczej	str. 119
G1-2	Zarządzanie relacjami z dostawcami	str. 113, 119-120
G1-3	Zapobieganie korupcji i przekupstwu oraz ich wykrywanie	str. 119
G1-4	Potwierdzony incydent związany z korupcją lub przekupstwem	Nie zidentyfikowany jako istotny – więcej informacji dostępnych w raporcie Grupy
G1-5	Wpływ polityczny i działalność lobbingsowa	Nie zidentyfikowany jako istotny – więcej informacji dostępnych w raporcie Grupy
G1-6	Praktyki płatnicze	Więcej informacji w raporcie Grupy, sekcja 5.2.4.



ZAPRASZAMY DO KONTAKTU

Pytania, uwagi i sugestie dotyczące Raportu Zrównoważonego Rozwoju sieci Biedronka prosimy kierować na adres:
sustainability@biedronka.com

Jerónimo Martins

