RAPORT DOBRYCH PRAKTYK 2020

Z ZAKRESU SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI I ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

GRUPA SCHIEVER W POLSCE

SCHIEVER

Czerwiec 2020

NASZA ODPOWIEDZIALNOŚĆ 2020

LIST OD ZARZĄDU

Szanowni Interesariusze, Klienci oraz Pracownicy Grupy Schiever w Polsce,

Rok 2020 ze względu na sytuację epidemiologiczną był rokiem innym niż poprzednie. Choć może wydawać się, że dla branży spożywczej pandemia nie wywołała tak wielkiego wstrząsu jak w innych sektorach gospodarki, choćby branży gastronomicznej czy turystycznej, i w naszym sektorze znacząco zmieniła sytuację.

Zmieniejące się obostrzenia, zasady pracy, jak również zmiana zachowań konsumentów, zawirowania w łańcuchu dostaw – to była i nadal jest odmienna rzeczywistość, która wymagała od nas wszystkich nowych rozwiązań i dostosowania się do zaistniałej sytuacji. Takie usługi jak „Bezpieczne zakupy" na telefon lub e-mail z odbiorem w sklepie, czy akcja „Pomagaj w drodze do domu", w której to nasi pracownicy dowożą zamówione przez klienta zakupy do jego domu, przyczyniły się do utrzymania jakości świadczonych przez nas usług i zwiększyły potencjał naszych sklepów.

Patrząc w przyszłość z optymizmem, cały czas kontynuowaliśmy pracę nad rozwojem kluczowych dla nas obszarów CSR. Konsekwentnie pracowaliśmy nad rozszerzeniem asortymentu zdrowej żywności, w tym produktów bio. Naszą ambicją w tym zakresie jest dopasowanie oferty segmentu zdrowie do potrzeb oraz do portfela Klienta.

Zgodnie z misją Grupy Schiever „działamy wspólnie na rzecz odpowiedzialnego handlu dostępnego dla wszystkich", w naszych sklepach chcemy oferować artykuły w różnych przedziałach cenowych, tak by zapewnić szeroki dostęp do produktów niezależnie od zasobności portfela. Każdego dnia dążymy do tego by utwierdzić naszych Klientów w przekonaniu, że zmiana nawyków żywieniowych nie musi być jednoznaczna z dużym wydatkiem.
Jako istotne uzupełnienie naszych działań w tym zakresie, w roku 2020 rozpoczęliśmy również pracę nad certyfikacją bio naszych sklepów uwieńczoną wydaniem certyfikatów dla wszystkich lokalizacji.

Antoine Leveilley
Prezes Grupy Schiever w Polsce

GRUPA SCHIEVER W POLSCE - RAPORT DOBRYCH PRAKTYK 2020
Z ZAKRESU SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI
I ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

O RAPORCIE

Niniejszy raport jest zbiorem dobrych praktyk Grupy Schiever w Polsce zrealizowanych w trakcie minionego 2020 roku.
Przedstawione praktyki stanowią podsumowanie działań z zakresu społecznej odpowiedzialności i zrównoważonego rozwoju – zarówno tych długoletnich, jak i nowych, wdrożonych właśnie w 2020 roku.

Wdrażane i zrealizowane działania są również naszą odpowiedzią na wyzwania zawarte w Celach Zrównoważonego Rozwoju ONZ (SDG – Sustainable Development Goals). Dlatego też by jeszcze bardziej podkreślić ten fakt, przy opisywanych praktykach zaznaczyliśmy Cel, w który wpisuje się dana praktyka. Nasze dobre praktyki 2020 przedstawione zostały według stopnia ważności z punktu widzenia prowadzonej przez nas działalności.
Raport ten nie został poddany weryfikacji zewnętrznej, natomiast w jego tworzeniu udział wzięli członkowie zarządu, zaangażowani również w inicjatywy CSR na poziomie Grupy.

Już po raz trzeci, część dobrych praktyk Grupy Schiever w Polsce została również zakwalifikowana oraz opublikowane przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu w Raporcie „Odpowiedzialny biznes w Polsce 2020. Dobre praktyki" będącym największym polskim przeglądem działań firm w zakresie CSR.

GRUPA SCHIEVER W POLSCE - RAPORT DOBRYCH PRAKTYK 2020
Z ZAKRESU SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI
I ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Spis treści

NASZA ODPOWIEDZIALNOŚĆ 2020 2
LIST OD ZARZĄDU 2
O RAPORCIE 3
REALIZACJA CELÓW ZRÓWNOWAZONEGO ROZWOJU SDG 5
ODPOWIEDZIALNY HANDEL 6
WŁASNE OPAKOWANIA KLIENTÓW 7
OGÓLNOPOLSKA ZBIÓRKA ŻYWNOŚCI CARITAS 8
KAMPANIA EDUKACYJNA 9
PRODUKT POLSKI 8
IM WIĘCEJ WIEM, TYM ZDROWIEJ JEM 10
„ZERO WASTE OKIEM DZIECKA" 11
KONKURS DLA DZIECI PRACOWNIKÓW GRUPY SCHIEVER W POLSCE 11
DOSTĘPNOŚĆ OFERTY ZDROWIE DLA KAŻDEGO PORTFELA 14
BIO NA WAGĘ 15
OLIWA Z OLIWEK EXTRA VIRGIN BIO 15
CERTYFIKACJA BIO 15
DOBROSTAN ZWIERZĄT 19
ODEJŚCIE OD SPRZEDAŻY ŻYWYCH RYB 19
DEKLARACJA WYCOFANIA ZE SPRZEDAŻY JAJ OD KUR Z CHOWU KLATKOWEGO 17
PRACOWNIK 18
PRACOWNICY GRUPY SCHIEVER W POLSCE 20
NASZA OFERTA ŚWIADCZEŃ POZAPŁACOWYCH 22
SZKOLENIA I ROZWÓJ 24
SZKOLENIA 2020 25
AMBASADOR PRODUKTU 27
WOLONTARIAT DOBROCZYNNI 28
ŚRODOWISKO I RACJONALNE GOSPODAROWANIE ZASOBAMI 29
NASZE PROJEKTY - W TROSCE O ŚRODOWISKO 30
EKO-EFEKTYWNOŚĆ 31
ŁAD ORGANIZACYJNY - ETYKA 32
KODEKS POSTĘPOWANIA DLA PARTNERÓW BIZNESOWYCH GRUPY SCHIEVER 34
INICJATYWY I ZRZESZENIA GRUPY SCHIEVER 35

CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

REALIZACJA CELÓW ZRÓWNOWAZONEGO ROZWOJU SDG

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

ODPOWIEDZIALNY HANDEL

Cel 12: Zapewnić wzorce zrównoważonej konsumpcji i produkcji

WPROWADZAMY WŁASNE OPAKOWANIA

Pakowanie produktów w opakowania, które przyniesie ze sobą klient to kolejna propozycja wdrożona w naszych sklepach w listopadzie 2019 roku, zgodna z ideą „Zero Waste". Głównym celem jest wspólne dbanie o nasze środowisko. Klienci, po uprzednim zważeniu w koszyku wybranych produktów, mogą spakować je do własnego opakowania. Sklepy rekomendują, aby były to szklane pojemniki, papierowe lub materiałowe torebki.

Cel 2: Wyeliminować głód, osiągnąć bezpieczeństwo żywnościowe i lepsze odżywianie oraz promować zrównoważone rolnictwo

OGÓLNOPOLSKA ZBIÓRKA ŻYWNOŚCI CARITAS

Sklepy bi1 należące do Grupy Schiever w Polsce w terminie 25–26 września 2020 ponownie wzięły udział w ogólnopolskiej zbiórce żywności Caritas „Tak. POMAGAM!" W ramach tej akcji, Wolontariusze Caritas zachęcali do wsparcia osób najbardziej potrzebujących, poprzez zakup artykułów spożywczych z długim terminem przydatności, łatwych do przechowywania jak np.: makarony, kasze, konserwy, przetwory, oliwy, słodycze czy bakalie. Wszystkie zebrane produkty, zostały przekazane tym, którzy ze względu na trudną sytuację finansową nie mogli zakupić wszystkich niezbędnych artykułów spożywczych.

PRODUKT POLSKI

Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom klientów, nasze sklepy przystąpiły do ogólnopolskiej kampanii „Produkt polski", zorganizowanej przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Wybierając w naszych sklepach żywność z oznaczeniem „Produkt polski", konsumenci mają pewność, że została ona wytworzona na terenie Polski i na bazie rodzimych surowców.

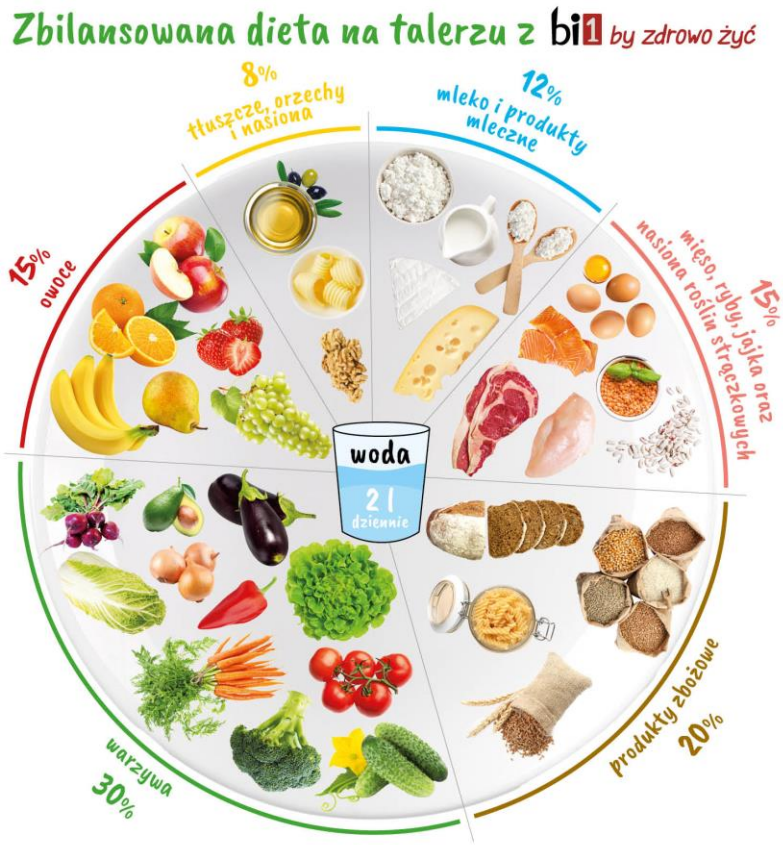
KAMPANIA EDUKACYJNA

Podobnie do roku poprzedniego, również w roku 2020, w naszych sklepach została zrealizowana kampania informacyjno-edukacyjna. Jej celem było uwrażliwienie naszych klientów na kwestie marnowanie żywności w gospodarstwach domowych. Dzięki naszym plakatom oraz informacjom w mediach społecznościowych klienci mogli poznać cztery proste kroki, dzięki którym można ograniczyć marnowanie żywności w każdym domu.

JAK NIE MARNOWAĆ ZYWNOŚCI

IM WIĘCEJ WIEM, TYM ZDROWIEJ JEM

Kampania, której motto brzmi: „Im więcej wiem, tym zdrowiej jem”, jest odpowiedzią na wyzwania zrównoważonego rozwoju oraz na potrzeby poszczególnych grup społecznych: klient, społeczność lokalna, dostawca. Materiały o całej kampanii, merytoryczne porady i wskazówki dotyczące zdrowego odżywiania, prowadzenia zdrowego stylu życiu, a także prawidłowego przechowywania żywności, znaleźć można na dedykowanej kampanii stronie www.byzdrowozyc.bi1.pl



Z myślą o klientach bi1, w ramach kampanii „Im więcej wiem, tym zdrowiej jem” zrealizowany został również projekt testowania przez Ambasadorów Produktu, oferowanych przez sklepy bi1 produktów z własnej produkcji oraz z segmentu zdrowej żywności. Celem tej akcji było podzielenie się z klientami wiedzą i przekazanie rzetelnych opinii o testowanych artykułach.

Celem kampanii jest również wspieranie lokalnych społeczności, szczególnie lokalnych dostawców i producentów poprzez promowanie ich produktów, a także pokazanie innych, dobrych praktyk realizowanych przez sklepy bi1 w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu.

Więcej o kampanii: https://byzdrowozyc.bi1.pl/

GRUPA SCHIEVER W POLSCE - RAPORT DOBRYCH PRAKTYK 2020
Z ZAKRESU SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI
I ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

„ZERO WASTE OKIEM DZIECKA”
KONKURS DLA DZIECI PRACOWNIKÓW GRUPY SCHIEVER W POLSCE

Konkurs zorganizowany przez Grupę Schiever w Polsce dedykowany dzieciom realizowany był w ramach założeń kampanii edukacyjno- informacyjnej zgodnie z Ustawą z dn. 19.07.2019r. o przeciwdziałaniu marnowaniu żywności (DZ. U 2019poz 1680).
Naszymi głównymi założeniami były przede wszystkim :

- rozwijanie zainteresowania ideą zero waste wśród dzieci pracowników Grupy Kapitałowej Schiever w Polsce,
- popularyzacja wiedzy i świadomości na temat niemarnowania żywności oraz zasobów,
- zaangażowanie pracowników oraz ich dzieci w propagowanie pozytywnej postawy proekologicznej.

Prace Konkursowe przedstawiło nam łącznie 17 Dzieci z różnych lokalizacji Schiever. Komisja Konkursowa po długich i burzliwych dyskusjach wyłoniła zwycięzców w poszczególnych kategoriach wiekowych.
W związku z tym, że Komisja Konkursowa była pod ogromnym wrażeniem zaangażowania i energii włożonej w realizację prac, postanowiliśmy docenić i nagrodzić wszystkie przesłane prace.

ZDROWE PRODUKTY

Cel 3: Zapewnić wszystkim ludziom w każdym wieku zdrowe życie oraz promować dobrobyt

W odpowiedzi na oczekiwania naszych klientów, których świadomość dotycząca zdrowego stylu życia i właściwego odżywiania nadal wzrasta, w naszych sklepach stale poszerzamy gamę produktów, pochodzących z upraw ekologicznych.

Klientom proponujemy również bogatą ofertę produktów dopasowanych do ich konkretnych potrzeb żywieniowych. W 2020 roku nasi klienci mogli wybierać swoje ulubione produkty z ponad **4000** dostępnych artykułów „zdrowie". W tym:

2673 artykułów

446 artykułów

184 artykuły

270 artykuły

95 artykułów

536 artykułów

DOSTĘPNOŚĆ OFERTY ZDROWIE DLA KAŻDEGO PORTFELA

Naszym priorytetowym celem jest upowszechnienie oferty z segmentu zdrowie dzięki szerokiej gamie produktów w zróżnicowanych cenach.

Zgodnie z misją Grupy Schiever „działamy wspólnie na rzecz odpowiedzialnego handlu dostępnego dla wszystkich", w naszych sklepach oferujemy produkty w różnych przedziałach cenowych, tak by zapewnić szeroki dostęp do produktów niezależnie od zasobności portfela. Każdego dnia dążymy do tego by utwierdzić naszych Klientów w przekonaniu, że zmiana nawyków żywieniowych nie musi być jednoznaczna z dużym wydatkiem. W roku 2020 nasi Klienci mogli znaleźć w naszych sklepach ponad **700** artykułów w segmencie ZDROWIE w cenie do **5 złotych.**

NASZE ZOBOWIĄZANIA

Powiększając naszą ofertę zarówno pod kątem ilościowym i jakościowym, dążymy do tego, by była ona nie tylko jak najbardziej różnorodna dla diabetyków, wegetarian i wegan ale również dostępna pod kątem cenowym. Między innymi z tego powodu w naszych sklepach, wprowadzane są cotygodniowe promocje i rabaty sięgające nawet 20% na wybrane kategorie BIO. Dodatkowo, studenci którzy biorą udział w naszym programie lojalnościowym, posiadający Kartę Jedyna podwajają ilość punktów, przy zakupie artykułów z oferty BIO.

W celu dotarcia jak najcelniej, do jak największej liczby naszych Klientów z optymalnie dopasowaną do ich potrzeb ofertą, prowadzimy jasną i przejrzystą komunikację dotyczącą dostępności naszych produktów z segmentu zdrowie:

- ✓ systematycznie komunikujemy ofertę „zdrowie" do klienta za pomocą tradycyjnych kanałów komunikacji:
  - gazetka
  - oferta internetowa
  - BB
  - radio
- ✓ w celu wzmocnienia komunikacji stawiamy również na innowacyjne metody komunikacji, jak np. nowa podstrona bi1byzdrowozyc gdzie Ambasadorzy Produktów testują produkty z segmentów zdrowie oraz produkcja własna, promując i wydając opinie o nich: https://byzdrowozyc.bi1.pl/
- ✓ wyróżniamy poszczególne grupy produktów dodatkowymi rabatami w programach lojalnościowych (karta Jedyna, Skarbonka)

BIO NA WAGĘ

Idea Zero Waste czyli „brak śmieci" czy też „brak marnowania" jest nam bardzo bliska i wpisuje się doskonale w filozofię naszej grupy. Dlatego wychodząc naprzeciw klientom, w naszych sklepach wprowadziliśmy sprzedaż żywności BIO na wagę. To klient sam decyduje jaką ilość danego produktu chce zakupić. W 2020 roku w naszej ofercie mieliśmy **60 produktów bio** na wagę, w tym głównie produkty sypkie: kasze, ryż, makarony, bakalie, orzechy, suszone owoce, musli. Ciągle weryfikujemy na co jest największy popyt a już wkrótce kolejne nowości!

OLIWA Z OLIWEK EXTRA VIRGIN BIO

Cały proces rozlewu jak i sam oferowany przez nas produkt objęty jest certyfikatem rolnictwa ekologicznego. Ekologiczna oliwa z oliwek dzięki tłoczeniu na zimno, zachowuje wszystkie właściwości organoleptyczne świeżych oliwek. Wspaniale podkreśli smak przygotowanych dań, zarówno tych gotowanych, pieczonych, jaki i smażonych.

CERTYFIKACJA BIO

Na koniec roku 2020 nasze sklepy uzyskały pozytywną ocenę systemu produkcji ekologicznej i tym samym uzyskały certyfikaty rolnictwa ekologicznego, wydane przez odpowiednią jednostkę certyfikującą systemy jakości żywności, w zakresie przetwórstwa, sprzedaży, obrotu i wprowadzenia na rynek produktów ekologicznych. Naszą ambicją jest propagowanie zdrowej żywności wolnej od pestycydów, metali ciężkich antybiotyków oraz upraw, które wzrastały w czystym niezanieczyszczonym środowisku. Propagując żywność BIO wpływamy na świadomość naszych klientów, wykorzystując naturalne procesy produkcji łącząc przy tym przyjazne środowisku praktyki gospodarowania .

DOBROSTAN ZWIERZĄT

Cel 14: Chronić oceany, morza i zasoby morskie oraz wykorzystywać je w sposób zrównoważony

ODEJŚCIE OD SPRZEDAŻY ŻYWYCH RYB – KARP

Grupa Schiever sprzedając polskiego karpia, gwarantuje najlepszą jakość i angażuje się w odpowiedzialną konsumpcję. Od 2017 roku w naszych sklepach w Polsce w bi1 oraz Auchan (Zielona Góra, Racibórz) nie sprzedajemy żywych karpi. Decyzja ta podyktowana jest potrzebą zwrócenia uwagi na dobrostan zwierząt, w tym ryb. Jesteśmy za humanitarnym traktowaniem zwierząt, a ubój naszych karpi odbywa się w warunkach zapobiegających cierpieniu.

Cel 15: Chronić, przywrócić oraz promować zrównoważone użytkowanie ekosystemów lądowych, zrównoważone gospodarowanie lasami, zwalczać pustynnienie, powstrzymywać i odwracać proces degradacji gleby oraz powstrzymać utratę różnorodności biologicznej.

DEKLARACJA WYCOFANIA ZE SPRZEDAŻY JAJ OD KUR Z CHOWU KLATKOWEGO

Planujemy całkowite wycofanie JAJ OD KUR Z CHOWU KLATKOWEGO do roku 2025**.**
Tempo zmian jakie wprowadzimy w tym zakresie jest związane ze zmianami jakie w ofercie jaj będą wprowadzane u naszego partnera handlowego i głównego dostawcy. Staramy się zapewnić optymalny wybór produktów wszystkim naszym klientom, jednocześnie wypełniając zobowiązania naszej Grupy dotyczące polityki zrównoważonego rozwoju.

PRACOWNIK

Cel 8: Promować trwały, inkluzywny i zrównoważony wzrost gospodarczy, pełne i produktywne zatrudnienie oraz godną pracę dla wszystkich ludzi.

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

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

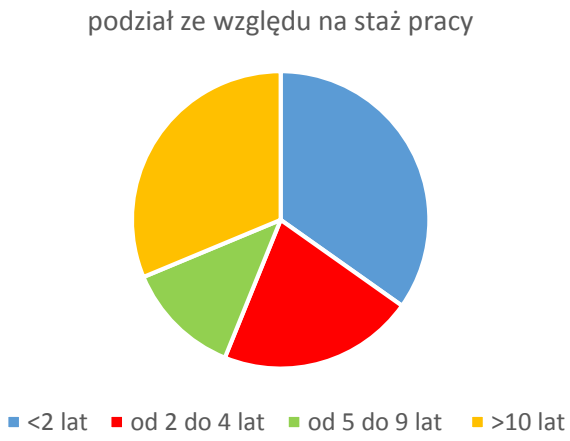
- **zapewniamy świadczenia socjalne – bony świąteczne, paczki, karnety sportowe, dofinansowanie do wypoczynku**

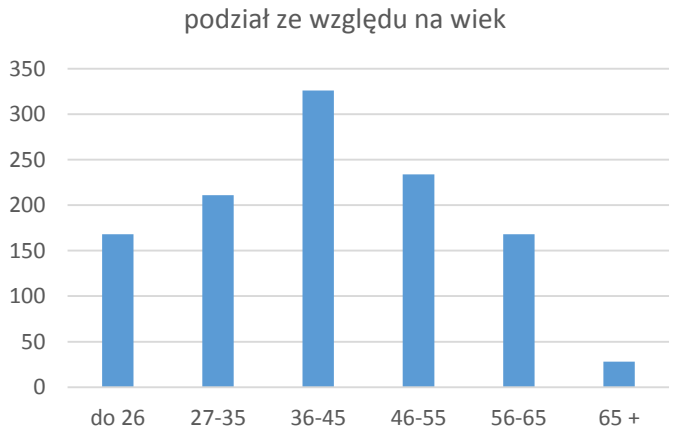
- **oferujemy prywatną opiekę medyczną oraz grupowe ubezpieczenie na życie**

oferujemy szkolenia wdrożeniowe oraz adaptacyjne dla naszych nowych Pracowników

PRACOWNICY GRUPY SCHIEVER W POLSCE

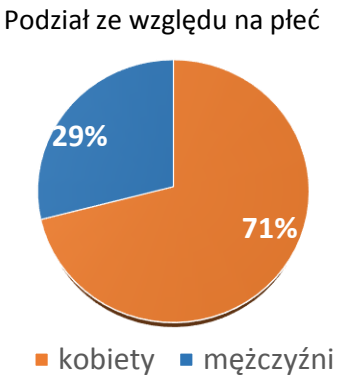
Siłę naszych sklepów stanowi ponad **1100** pracowników, dokładnie **1135** osób (na dzień 31.12.2020). To ich profesjonalizm, doświadczenie i zaangażowanie są najważniejszymi wartościami naszej grupy. Dlatego też, każdego dnia, staramy się oferować naszym pracownikom przyjazne środowisko pracy, miłą atmosferę, dodatkowe benefity pozapłacowe i możliwości rozwoju.
Działając zgodnie z naszymi wartościami: SZACUNEK, ENERGIA, NIEZALEŻNOŚĆ chcemy, żeby każdy pracownik pracował z pasją i zaangażowaniem kreując, również swoim zachowaniem, klimat sprzyjający dobrym warunkom pracy dla siebie i swoich współpracowników.





Cel 5: Osiągnąć równość płci oraz wzmocnić pozycję kobiet i dziewcząt

71% pracowników Grupy Schiever w Polsce stanowią kobiety!



kadra managerska		pozostali		pracownicy	
kobieta	***mężczyzna***	***kobieta***	***mężczyzna***	***kobieta***	***mężczyzna***
16	21	90	33	701	274

Cel 10: Zmniejszyć nierówności w krajach i między krajami

Grupa Schiever w Polsce jako, Sygnatariusz Polskiej Karty Różnorodności, stawia sobie za cel budowanie różnorodnego środowiska, dającego możliwości rozwoju talentów, potencjału, wniesienia swojej różnorodności zgodnie z ideami i wartościami propagowanymi przez Grupę.

KARTA RÓŻNORODNOŚCI
KOORDYNOWANA PRZEZ FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU
SYGNATARIUSZ

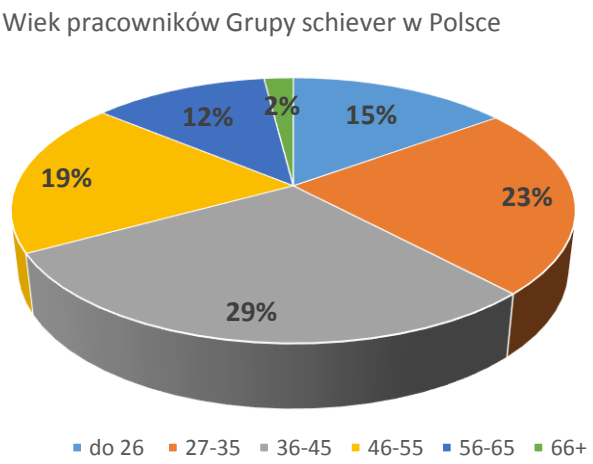
- **budujemy równość w miejscu pracy oraz przeciwdziałamy dyskryminacji**

RÓŻNORODNOŚĆ I POLITYKA RÓWNYCH SZANS – NIEPEŁNOSPRAWNOŚĆ

W Grupie Schiever w Polsce w 2020 roku zatrudnienie znalazło **30 osób** o różnym stopniu niepełnosprawności, co stanowi 2,6% ogólnej liczby zatrudnionych. Ze względu na stopień niepełnosprawności w roku 2020 zatrudnionych było:

- ✓ 0 osób ze znacznym stopniem niepełnosprawności
- ✓ 18 osób o umiarkowanym stopniu niepełnosprawności
- ✓ 12 osób z lekkim stopniem niepełnosprawności

DIALOG MIĘDZYPOKOLENIOWY



W Grupie Schiever w Polsce w 2020 roku zatrudnienie znalazło **15 obcokrajowców**.

NASZA OFERTA ŚWIADCZEŃ POZAPŁACOWYCH

Ubezpieczenie zdrowotne

W trosce o zdrowie naszych Pracowników, każdemu Pracownikowi dajemy możliwość przystąpienia do sponsorowanego programu ubezpieczenia zdrowotnego w **Allianz Dla Ciebie Optimum** lub dla chętnych wariant rozszerzony **Dla Ciebie Maximum**.

Każdy ubezpieczony Pracownik może korzystać:

- z szybkiego, nielimitowanego dostępu do 35 lekarzy różnych specjalności w tym ortopedy, onkologa czy nefrologa,
- podstawowych i specjalistycznych badań w prywatnych placówkach medycznych w całej Polsce,
- różnorodnych zabiegów, w tym z zakresu ortopedii, zabiegów rehabilitacyjnych,
- możliwości wykonania 2 razy do roku profilaktycznego przeglądu zdrowia,
- pakietu usług assistance.
- Do ubezpieczenia może przystąpić każdy Pracownik niezależnie od wieku! Wariant Indywidualny Optimum opłacamy prawie w 100%, po stronie Pracownika jedyny koszt to 0,50 zł.
- Dodatkowo za dopłatą, każdy Pracownik może ubezpieczyć zdrowotnie swoją rodzinę, współmałżonka lub partnera do 69 roku życia oraz dzieci do 25 roku życia (bez względu na liczbę dzieci).

Karty sportowe

W ramach ZFŚS Pracownicy mogą otrzymać dofinansowanie do kart sportowych OK System.
MULTIKARNET OK umożliwia korzystanie z szerokiej gamy obiektów sportowych i rekreacyjnych na terenie wybranego województwa lub kraju. Oferowany jest dostęp do starannie wyselekcjonowanych placówek świadczących usługi poprawy zdrowia, urody i kondycji fizycznej bez konieczności stosowania kart i udostępniania swoich danych osobowych.
Dostępne obiekty można sprawdzić na stronie http://www.oksystem.pl/oferta => Firmy, => GOLD.
Koszt dla Pracownika to 34,50 zł miesięcznie, który uprawnia do jednego wejścia dziennie do jednego, wybranego obiektu. Firma dopłaca 34,50 zł do każdego karnetu dla Pracownika. Dodatkowo Pracownik może zapisać jedną osobę towarzyszącą, wówczas płaci za nią pełną wartość karnetu, czyli 69,00 zł. Aby skorzystać z MULTIKARNETU OK. należy do 14 dnia danego miesiąca zgłosić się do pracownika administracyjnego sklepu, podać mu swój numer telefonu komórkowego i adres e-mail. Z karnetu można korzystać od 1 dnia miesiąca następującego po zgłoszeniu.

Ubezpieczenie grupowe na życie

Chcąc zapewnić poczucie bezpieczeństwa naszym Pracownikom i ich bliskim, poprzez wsparcie finansowe w przypadku nieprzewidzianych zdarzeń losowych, wynegocjowaliśmy bardzo korzystne warunki grupowego ubezpieczenia na życie z szerokim pakietem świadczeń opiekuńczych dla ubezpieczonych Pracowników i ich najbliższych. Z ubezpieczenia może skorzystać każdy Pracownik, wybierając jeden z trzech dostępnych programów ubezpieczenia, które w zależności od wysokości sum ubezpieczenia wiążą się ze składkami na poziomie 36 zł, 50 zł lub 68 zł.

ZFŚS – Zakładowy Fundusz Świadczeń Socjalnych

Fundusz socjalny to środki przeznaczone na finansowanie działalności socjalnej Pracowników, gdzie głównym kryterium decydującym o wysokości dopłat z funduszu jest wysokość dochodu przypadającego na członka rodziny. Środki funduszu socjalnego mogą być przeznaczone tylko na określoną ustawą działalność socjalną, które w naszej firmie obejmują:

1. Dofinansowanie 14 dniowego urlopu wypoczynkowego – o czym przy tej okazji przypominamy.
2. Dofinansowanie działalności kulturalno – oświatowej i sportowo rekreacyjnej, w tym: dofinansowanie kart sportowych, zakup biletów do kina, organizacja imprez kulturalnych, wycieczek połączonych ze zwiedzaniem lub piknikiem.
3. Udzielanie pomocy materialnej i rzeczowej (zapomogi rzeczowe lub finansowe z tytułu trudnej sytuacji materialnej lub zapomogi z tytułu zdarzeń losowych).
4. Zakup bonów towarowych, kart podarunkowych oraz paczek dla dzieci.

Każdy Pracownik, po spełnieniu określonych warunków, może takie świadczenie otrzymać niezależnie od rodzaju umowy o pracę, wysokości etatu, czy długości zatrudnienia. Osoby decyzyjne to przedstawiciele pracowników sklepu, którego dotyczą decyzje, ponieważ to właśnie oni najlepiej wiedzą, jakie aktualnie są realne potrzeby naszych pracowników. W grupie Schiever w Polsce

- 816 osób korzystało z ubezpieczenia zdrowotnego w 2020 r. (706 w 2019r.)
- 664 osoby przystąpiły do grupowego ubezpieczenia na życie w 2020 r. (591 w 2019 r.)
- 141 osób korzystało z dofinansowania do kart sportowych OK System. (155 w 2019 r.)

ROZWÓJ I SZKOLENIA

Cel 4: Zapewnić wszystkim edukację wysokiej jakości oraz promować uczenie się przez całe życie

SZKOLENIA 2020

W 2020 roku **99** pracowników Grupy Schiever w Polsce zrealizowało **93 tematy szkoleniowe** (32 obowiązkowe i 61 nieobowiązkowych).
Z myślą o rozwoju naszych pracowników Grupa Schiever w obrębie naszej organizacji, w stałej ofercie ma programy podnoszące kwalifikacje pracowników (kursy, szkolenia):

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

ZARZĄDZANIE POPRZEZ INFORMACJĘ ZWROTNĄ PRZEKAZYWANĄ PRACOWNIKOWI

W Grupie Schiever zapewniamy ocenę kompetencji pracowników poprzez bilans oraz określenie ścieżki rozwoju: indywidualna ocena kwartalna oraz ocena roczna. Podczas systematycznych spotkań wyznaczone zostają cele dla pracownika na najbliższy kwartał lub rok, dokonywana jest ocena jego pracy i wskazywane są obszary do rozwoju.

OCENA KOMPETENCJI

To opis zachowań odnoszących się do zewnętrznego, obserwowalnego zachowania, a nie motywów czy intencji. Co ważne, jest opisem zachowania w kontekście pracy – obejmuje tylko takie reakcje, które w logiczny sposób wynikają z zakresu obowiązków. To także opis spójności kompetencji z wartościami firmy – opis wypływa z wartości Firmy, kryteria odzwierciedlają obraz idealnie wykonywanej pracy i docelowy zestaw umiejętności.

Efektywne wykorzystanie narzędzia oceny jest uwarunkowane właściwym pomiarem kompetencji pożądanych u pracowników oraz kompetencji realnych. Pomiar kompetencji pracowniczych stanowi ocenę poziomu opanowania poszczególnych kompetencji przez pracowników w stosunku do sformułowanych w Firmie wymagań w postaci profili kompetencji stanowiskowych.
Proces jest bilansem kompetencji, w wyniku którego pozyskane zostaną informacje, czy kompetencje potrzebne w firmie są tymi, które mają nasi pracownicy.
Ocena Kompetencji pozwala na komunikowanie oczekiwań odnośnie pracy, dzięki którym pracownik lepiej rozumie politykę Firmy, swoje stanowisko, związane z nim zadania, swój zakres odpowiedzialności:

- ✓ zawiera jednolite kryteria oceny
- ✓ pozwala na dobór trafnych szkoleń
- ✓ wspomaga wzrost wydajności pracy
- ✓ pozwala na planowanie ścieżek kariery
- ✓ daje możliwość rozwoju pracowników przez awanse i szkolenia
- ✓ ułatwia typowanie osób do zmian stanowisk, zastępstw
- ✓ pomaga dostrzec indywidualne predyspozycje pracowników

AKCJE WŁACZAJĄCE PRACOWNIKÓW W BUDOWANIE KULTURY ORGANIZACYJNEJ

Po to, by w pełni angażować naszych pracowników w rozwój kultury organizacyjnej naszej Grupy w Polsce stworzyliśmy dwa projekty: Ambasador Produktu oraz Wolontariat Pracowniczy Dobroczynni. Od momentu zainicjowania akcji w 2017 roku, cieszą się one coraz większą popularnością wśród naszych współpracowników.

GRUPA SCHIEVER W POLSCE - RAPORT DOBRYCH PRAKTYK 2020
Z ZAKRESU SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI
I ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

AMBASADOR PRODUKTU to :

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

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

Osoba wspierająca również inne lokalne inicjatywy sklepu i firmy. Ma również możliwość poszerzania swojej wiedzy i rozwijania swoich umiejętności przez udział w dodatkowych szkoleniach i wydarzeniach organizowanych przez firmę. Ambasador Produktu współpracuje z Marketingiem i Dyrektorem Sklepu.

Główne zadanie Ambasadora Produktu – rozwijanie komunikacji :

- ✓ Otrzymuje nasze newslettery, smsy
- ✓ Śledzi gazetki promocyjne
- ✓ Śledzi trendy, nowinki
- ✓ Przesyła swoje wypowiedzi, przepisy kulinarne
- ✓ Zachęca naszych klientów do posiadania Karty

Liczba ambasadorów produktu w poszczególnych latach :

- ✓ 9 osób w 2017 r.
- ✓ 13 osób w 2018 r.
- ✓ 18 osób w 2019 r.
- ✓ 21 osób w 2020 r.

WOLONTARIAT DOBROCZYNNI

Kultywując wartości naszej firmy Szacunek, Energia i Niezależność oraz po to by dzielić się nimi w szczytnym celu z lokalnymi społecznościami, które potrzebują naszej pomocy od 2017 roku realizujemy projekt Wolontariatu Pracowniczego. W roku 2017 w ramach naszej pierwszej akcji w ramach projektu DobroCzynni ponad 60 wolontariuszy pomogło 750 osobom, a także poprawiło warunki bytowe 60 psom i 24 kotom. W roku 2018 prawie 60 wolontariuszy z naszej firmy podarowało swoje serce i bezinteresowną pomoc, czego efektem była pomoc 85 osobom dorosłym, 64 dzieciom oraz 115 bezdomnym zwierzakom. W 2019 roku w różnych projektach wolontariackich wzięło udział aż 7 sklepów bi1, 2 sklepy Auchan i centrala Schiever w Poznaniu. W sumie we wszystkich akcjach pomogliśmy ponad 460 osobom dorosłym i dzieciom oraz 216 zwierzakom. Do tego sukcesu przyczyniło się 84 wolontariuszy. Natomiast zaangażowanie naszych pracowników przełożyło się łącznie na 881 godzin pracy w ramach realizowanych projektów wolontariatu. W 2020 roku mimo pandemii, w różnych projektach wolontariackich wzięły udział 4 sklepy Grupy Schiever w Polsce. Pozostałe zgłoszone realizacje czekają na realizację wiosną 2021 roku.

W 2020 roku udało się pomóc:

- Zwierzakom w 2 schroniskach organizując dla nich miejsca do spania, przebywania i zabawy oraz kupując karmę,
- Społecznościom lokalnym sadząc kilkadziesiąt drzewek w Raciborzu,
- Dzieciom niepełnosprawnym organizując dla nich grę terenową (30 dzieci). W tym roku do tego sukcesu przyczyniło się 41 wolontariuszy!

ROK	LICZBA WOLONTARIUSZY	ZAANGAŻOWANE JEDNOSTKI GRUPY	BENEFICJENCI	ZREALIZOWANE GODZINY
2017	60	9/13	750 osób i 85 zwierząt	Wskaźnik nie był mierzony
2018	60	8/13	150 osób i 115 zwierząt	Wskaźnik nie był mierzony
2019	84	10/12	460 osób i 216 zwierząt	881*
2020	41	4/9	228 osób i 30 zwierząt	Wskaźnik nie był mierzony

**liczone jako suma wszystkich godzin wolontariatu wypracowanych przez każdego zaangażowanego wolontariusza*

ŚRODOWISKO I RACJONALNE GOSPODAROWANIE ZASOBAMI

Cel 7: Zapewnić wszystkim dostęp do źródeł stabilnej, zrównoważonej i nowoczesnej energii po przystępnej cenie

Poprzez zwiększenie efektywności energetycznej w procesach operacyjnych Grupa Schiever wspiera realizację Celów Zrównoważonego Rozwoju. W naszej działalności podejmujemy nieustanne starania by minimalizować nasz wpływ na środowisko naturalne. W tym właśnie celu wprowadzamy regularnie rozwiązania mające wpływ na ograniczenie emisji CO2.
W celu zapewnienia efektywnego i zarazem racjonalnego wykorzystywania dostępnych zasobów realizujemy cotygodniowe i comiesięczne odczyty liczników, analizujemy i podejmujemy odpowiednie działania korygujące. Kontrolujemy gospodarowanie energią, gazem, ciepłem oraz wodą poprzez cykliczne audyty Działu Technicznego i omawianie wykrytych nieprawidłowości z Dyrektorami Sklepów. W celu minimalizowania ryzyka nadmiernej eksploatacji zasobów prowadzimy bieżącą analizę porównawczą zużycia mediów i w stosownych przypadkach podejmujemy natychmiastowe działania naprawcze i organizacyjne. Dzięki tym działaniom udało nam się miedzy innymi znacząco zmniejszyć zużycie energii elektrycznej oraz wody w naszych lokalizacjach.

NASZE PROJEKTY – W TROSCE O ŚRODOWISKO

Poniżej przedstawiamy projekty, będące kontynuacją naszej polityki w kontekście efektywności energetycznej, które zrealizowaliśmy w 2020 roku. Dzięki wprowadzonym rozwiązaniom udało nam się znacznie ograniczyć zużycie energii a tym samym zminimalizować nasz ślad środowiskowy.

DZIAŁANIA 2020	LOKALIZACJA	EFEKT
Montaż drzwi rozwieranych w regałach chłodniczych	Czeladź	Poprawa i stabilizacja warunków przechowywania produktów w warunkach chłodniczych oraz zmniejszenie zużycia energii elektrycznej o **30%** (oszczędność roczna 228 MWh)
Wymiana całego chłodnictwa w sklepie Auchan – czynnik chłodniczy CO_2, nowe meble chłodnicze z oświetleniem LED i drzwiami rozwieranymi	Zielona Góra	poprawa i stabilizacja warunków przechowywania produktów w warunkach chłodniczych oraz zmniejszenie zużycia energii elektrycznej o **40%** (oszczędność roczna 515 MWh)
Wymiana oświetlenia na LED bi1 pasaż i teren zewnętrzny	Rzeszów, Wałbrzych	zmniejszenie zużycia energii elektrycznej o **50%** (oszczędność roczna 80MWh)

Cel 13: Podjąć pilne działania w celu przeciwdziałania zmianom klimatu i ich skutkom

EKO-EFEKTYWNOŚĆ

Przez efektywność energetyczną rozumiemy stopień przygotowania obiektu do zapewnienia komfortu użytkowania zgodnie z jego przeznaczeniem przy wykorzystaniu możliwie najmniejszej ilości energii.

NASZA EFEKTYWNOŚĆ – ENERGIA

Porównanie zużycia energii w poszczególnych lokalizacjach Grupy Schiever

ZUŻYCIE ENERGII ELEKTRYCZNEJ PRZEZ SKLEP W KWH			
ROK	**2019**	**2020**	**SPADEK**
Auchan/bi1 średnio na sklep	1 982 303	1 891 023	-4,60%
Racibórz	1 949 322	1 865 030	-4,32%
Zielona Góra	2 655 806	2 471 633	-6,93%
Szczecin	2 612 759	2 509 127	-3,97%
Legnica	1 942 128	1 890 215	-2,67%
Wałbrzych	1 609 859	1 563 251	-2,90%
Bielsko-Biała	1 560 817	1 475 177	-5,49%
Białystok	1 567 929	1 470 718	-6,20%
Rzeszów	1 798 705	1 786 261	-0,69%
Czeladź	2 143 398	1 987 792	-7,26%

EKO-EFEKTYWNOŚĆ

Zobowiązania w obszarze zarządzania zużyciem energii Grupy Schiever w Polsce (Sklepy bi1 i Auchan):

- ✓ zgodność w zakresie wymagań prawnych w zakresie zużycia energii oraz efektywności energetycznej
- ✓ monitorowanie działań, poprawę efektywności energetycznej z wykorzystaniem optymalnych dostępnych rozwiązań
- ✓ monitorowanie kluczowych zużyć energii i poprawę eko-efektywności poprzez właściwą eksploatację infrastruktury, działania modernizacyjne oraz zakup energooszczędnych produktów i usług
- ✓ zaangażowanie na rzecz edukacji ekologicznej pracowników

W TROSCE O ŚRODOWISKO - SEGREGACJA ODPADÓW

W Schiever zdajemy sobie sprawę jak ogromne znaczenie ma segregacja odpadów dla ochrony środowiska naturalnego. Recykling oznacza obniżenie o 95% emisji trujących gazów

do atmosfery, a także przynosi oszczędność ropy naftowej i zużycia energii nawet do 95%. Dlatego też, jako wyraz troski o nasza planetę, wdrożyliśmy wewnętrzny system segregacji odpadów, który wprowadził następujący podział na 5 frakcji : Projekt rozpoczęliśmy w 2019 roku. Po przeprowadzonej wcześniej fazie testowej w centrali w Poznaniu, na początku 2020 roku umieściliśmy pojemniki we wszystkich naszych lokalizacjach w dwóch miejscach: jadalni oraz na korytarzu w strefie biurowej. Główna zasada Jednolitego Systemu Segregacji Odpadów (JSSO), która weszła w życie 1 lipca 2017 roku jest bardzo prosta – należy oddzielać surowce od odpadów, które nie nadają się do powtórnego przetworzenia.

Przy segregacji bezwzględnie trzeba pamiętać o odpadach niebezpiecznych. Do nich zaliczają się zużyte baterie i akumulatory, przeterminowane lekarstwa, zużyte świetlówki, odpady po żrących chemikaliach (np. środkach ochrony roślin), a także zużyty sprzęt RTV i AGD (tzw. elektroodpady). Tego typu odpadów nie należy wyrzucać do śmieci zmieszanych. Można je oddać w specjalnie wyznaczonych punktach w sklepach i aptekach, a także w punkcie selektywnej zbiórki odpadów komunalnych.

Większość towarów, które kupujemy w sklepach, jest wykonana z plastiku, szkła, papieru oraz aluminium i innych metali, czyli tworzyw, które możemy ponownie wykorzystać. Posegregowane przestają być śmieciem – stają się wartościowym surowcem.

Odpady surowcowe oddzielone od resztek jedzenia mają szansę stać się nową ławką w parku, gazetą, watą szklaną czy rowerem. Z 35 popularnych butelek PET można wyprodukować bluzę z polaru. Z plastiku powstają namioty, plecaki, a nawet buty.

ŁAD ORGANIZACYJNY
ETYKA

Cel 16: Promować pokojowe i inkluzywne społeczeństwa, zapewnić wszystkim ludziom dostęp do wymiaru sprawiedliwości oraz budować na wszystkich szczeblach skuteczne i odpowiedzialne instytucje, sprzyjające włączeniu społecznemu

KODEKS POSTĘPOWANIA DLA PARTNERÓW BIZNESOWYCH GRUPY SCHIEVER

Zgodnie ze swoją filozofią Grupa Schiever w Polsce nieustannie pracuje nad rozwojem kluczowych obszarów społecznej odpowiedzialności biznesu takich jak, zaangażowanie społeczne, troska o środowisko naturalne, rozwój pracowników oraz przede wszystkim ład organizacyjny. Wierząc, że również partnerzy biznesowi Grupy Schiever podzielają to zaangażowanie respektując podobne wartości etyczne i moralne na każdym etapie procesu zarządzania, Grupa Schiever opracowała w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu „Kodeks Postępowania dla Partnerów Biznesowych Grupy Schiever w Polsce". Kodeks Postępowania dla Partnerów Biznesowych Grupy Schiever określa minimalne wymagania wobec partnerów biznesowych Grupy Schiever w zakresie poszanowania praw człowieka, warunków pracy, ochrony środowiska oraz uczciwości w prowadzonej działalności biznesowej.

Odbiorcami Kodeksu Postępowania dla Partnerów Biznesowych są wszyscy kontrahenci Grupy Schiever. Głównym celem wprowadzenia Kodeksu jest ograniczenie ryzyka ewentualnych negatywnych konsekwencji: prawnych, finansowych ale również wizerunkowych.

KORZYŚCI płynące z wprowadzonego rozwiązania dla poszczególnych Interesariuszy:

- ✓ Dla Grupy Schiever
  - Uznanie Kodeksu Postępowania dla Partnerów Biznesowych Grupy Schiever, jako jedno z kryteriów wyboru kontrahentów
  - Przekazywanie filozofii Grupy Schiever, dedykowanym odbiorcom
  - Zapewnienie o współpracy z Partnerami Biznesowymi, którzy przestrzegają prawa, podzielają nasze zasady i stosują je w codziennej praktyce biznesowej(Oświadczenie Partnera Biznesowego)
- ✓ Dla pracowników Grupy Schiever
  - Ustalone zasady wyboru Partnerów Biznesowych
  - Wskazanie kryteriów z obszaru odpowiedzialności biznesu , przy wyborze kontrahentów
  - Praktyczny drogowskaz dotyczący zakresu Sapin II oraz środków, które zostają wdrożone, aby spełnić wymogi w zakresie zgodności
  - Sposób zachowania pracowników, w przypadku naruszenia przez Partnerów Biznesowych ustalonych zasad Kodeksu
- ✓ Dla kontrahentów
  - Przybliżenie filozofii Schiever Polska w kluczowych obszarach społecznej odpowiedzialności biznesu, takich jak, zaangażowanie społeczne, troska o środowisko naturalne, rozwój pracowników i ład organizacyjny.
  - Określenie minimalnych wymagań w zakresie poszanowania praw człowieka, warunków pracy, ochrony środowiska oraz uczciwości w prowadzonej działalności biznesowej
  - Następstwa nie przestrzegania zaakceptowanych zasad

Cel 17: Wzmocnić środki wdrażania i ożywić globalne partnerstwo na rzecz zrównoważonego rozwoju

INICJATYWY I ZRZESZENIA GRUPY SCHIEVER

Jesteśmy członkiem Polskiej Organizacji Handlu i Dystrybucji (POHiD) - związku pracodawców zrzeszającego duże firmy detaliczne i dystrybucyjne, dla których istotne są: respektowanie zasad wolności ekonomicznej, rozwój polskiego rynku detalicznego, a także harmonizacja polskiego prawa i gospodarki ze standardami Unii Europejskiej.
POHiD jest organizacją branżową oraz platformą wymiany doświadczeń i dobrych praktyk pomiędzy sieciami handlowymi oraz firmami dystrybucyjnymi, działając na rzecz ochrony wolnej konkurencji i swobodnego dostępu do rynku wszystkich podmiotów gospodarczych w Polsce. Nadrzędnym jej celem jest reprezentowanie interesów swych członków wobec organów władzy publicznej oraz innych organizacji środowiska gospodarczego.
Od 2010 roku jesteśmy również sygnatariuszem **Kodeksu Dobrych Praktyk POHiD**.

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

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

Główne założenia Deklaracji:

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

Od 2018 roku jesteśmy **sygnatariuszem Karty Różnorodności** – deklaracji działań na rzecz różnorodności i równego traktowania w miejscu pracy, bez względu na wiek, niepełnosprawność, płeć, rasę, pochodzenie etniczne, religię. Koordynatorem polskiej wersji dokumentu jest Forum Odpowiedzialnego Biznesu – stowarzyszenie promujące idee społecznej odpowiedzialności biznesu.

„Odpowiedzialny biznes w Polsce 2020. Dobre praktyki"

Raport „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki" to największy w Polsce przegląd działań odpowiedzialnego biznesu. Każdego roku w dokumencie publikowane są dobre praktyki z obszarów: ładu organizacyjnego, praw człowieka, miejsca pracy, środowiska, uczciwych praktyk operacyjnych, zagadnień konsumenckich oraz zaangażowania społecznego i rozwoju społeczności lokalnej. Najnowsza edycja zawiera 1958 przykładów dobrych praktyk (1696 w poprzedniej edycji), które zostały zgłoszone przez 225 firm.

W raporcie już po raz trzeci zostały uwzględnione również dobre praktyki CSR Grupy Schiever w Polsce, będące naszą odpowiedzią na realizację Celów Zrównoważonego Rozwoju.

Zgodnie z misją naszej Grupy, inicjatywy z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu na stałe wpisane są w naszą kulturę organizacyjną.

Niezmiernie się cieszymy, że nasza ciągła praca nad rozwojem kluczowych dla nas obszarów CSR, takich jak, zaangażowanie społeczne, troska o środowisko naturalne, rozwój naszych pracowników oraz ład organizacyjny przynosi wymierne efekty.

Do raportu dobrych praktyk „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki" za rok 2020, Forum Odpowiedzialnego Biznesu zakwalifikowanych zostało łącznie 6 praktyk Grupy Schiever w Polsce, które zostały opisane w najnowszym wydaniu raportu.

Praktyki nowe – opublikowane po raz pierwszy w raporcie za 2020 rok:

- Kodeks Postępowania dla Partnerów Biznesowych Grupy Schiever w Polsce
- Segregacja odpadów w Grupie Schiever

Praktyki wieloletnie – opublikowane już we wcześniejszych edycjach raportów, w latach poprzednich:

- Rezygnacja ze sprzedaży żywego karpia
- Wolontariat Pracowniczy „DobroCzynni"
- Zakupy do własnego opakowania
- Ogólnopolska Zbiórka Żywności Caritas