

Ekosystem Grupy Żabka



Dowiedz się więcej o naszym ekosystemie



Wygodnie i Odpowiedzialnie

Raport
Odpowiedzialności 2023



Wprowadzenie

Strategia Odpowiedzialności Grupy Żabka na lata 2021-2026	2
Wspieramy przedsiębiorczość, upraszczamy życie	3
Zarząd o Strategii ESG	5
Podsumowanie zarządcze	7

Ekosystem convenience


O Grupie Żabka	11
Model biznesowy	13
Nasze marki	15
Tworzenie wartości w Grupie Żabka	17
Ład korporacyjny w obszarze ESG	19
Zespół zarządzający	21
Wpływ na polską gospodarkę	23
Zarządzanie ryzykiem	25
Patrzymy w przyszłość	27
Artystyczne interpretacje hasła „Wygodnie i odpowiedzialnie”	29

01 | Zrównoważony styl życia 31




Ułatwiamy klientom zmianę ich codziennych nawyków na lepsze.

02 | Pozytywny wpływ na otoczenie 37



Pozytywnie oddziałujemy na przedsiębiorców i gospodarkę.

03 | Odpowiedzialna organizacja 45



Tworzymy wiarygodną organizację zaangażowanych ludzi.

04 | Zielona planeta 51



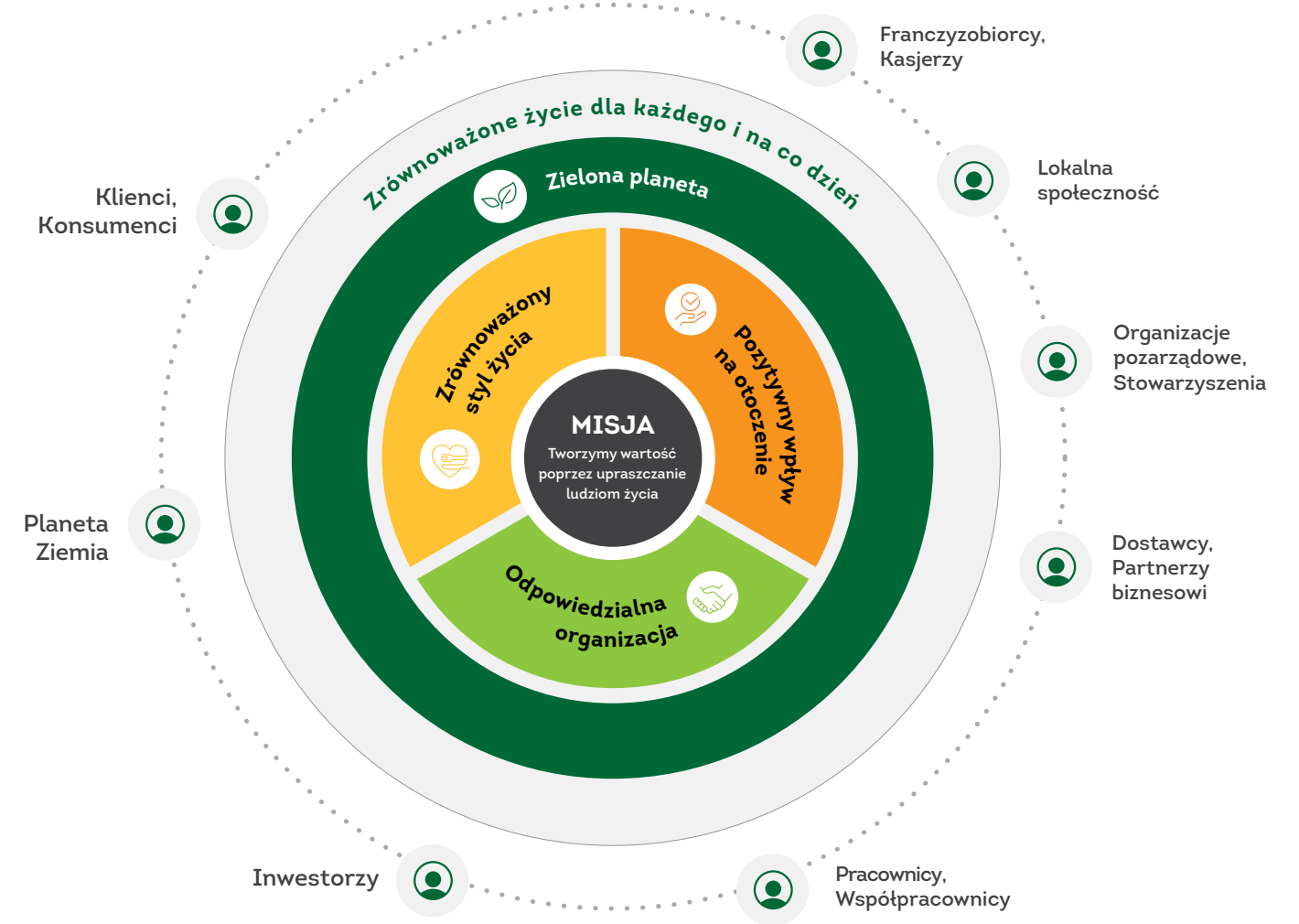
Minimalizujemy nasz ślad środowiskowy w całym łańcuchu wartości.

O raporcie

O raporcie	63	Sprawozdanie z wykonania usługi atestacyjnej	81
Dane ilościowe i jakościowe	73	Tabele SASB i GRI	83

Strategia Odpowiedzialności Grupy Żabka na lata 2021-2026

Tworzymy wartość poprzez upraszczanie ludziom życia i umożliwianie im uwalniania ich czasu, jednocześnie promując zrównoważony styl życia dla każdego i na co dzień.



NASZE WARTOŚCI

- ODPOWIEDZIALNOŚĆ
- OTWARTOŚĆ
- WIARYGODNOŚĆ
- AMBICJA

Wspieramy przedsiębiorczość, upraszczamy życie



To był dla nas wyjątkowy rok - ze względu na jubileusz 25-lecia Żabki, który świętowaliśmy pod hasłem „Wspieramy przedsiębiorczość, upraszczamy życie”. Nasza misja wyrażona w tych dwóch zdaniach jest jednocześnie zobowiązaniem, które podjęliśmy wobec grup mających fundamentalne znaczenie dla naszej sieci - franczyzobiorców i klientów. Zobowiązanie to konsekwentnie wypełniamy, realizując cele wskazane w Strategii Odpowiedzialności, nie zapominając przy tym o odpowiedzialności za środowisko naturalne i nasze najbliższe otoczenie.

Rok 2023 był dla nas wyjątkowy nie tylko z powodu jubileuszu. Przez ostatnie lata zbudowaliśmy pozycję lidera w obszarze modern convenience, q-commerce oraz cateringu dietetycznego w Polsce. Grupa Żabka powstała z myślą o wielokierunkowym rozwoju i naszą ambicją był rozwój ekosystemu Grupy Żabka na rynku europejskim. W grudniu 2023 roku wykonaliśmy pierwszy krok w tym kierunku, przejmując większościowe udziały zawierając strategiczne partnerstwo z liderem DRIM Daniel Distributie. Na początku 2024 roku zakończył się formalny proces połączenia DRIM Daniel Distributie z Grupą Żabka, w efekcie czego rozszerzyliśmy naszą działalność o rynek rumuński. Wierzymy, że mając partnera, z którym dzielimy wspólne wartości, wykorzystując nasze wspólne doświadczenia i know-how, będziemy mogli zrealizować wiele ambitnych projektów na rynku rumuńskim. Doprowadzą one do dywersyfikacji naszej działalności i w konsekwencji - wzrostu.

Ambicja wpisana w DNA Grupy Żabka

Rozpoczynając działalność na rynku rumuńskim - nie zwalniamy tempa rozwoju naszej organizacji w Polsce. Pozostajemy liderem modern convenience, w 2023 roku utrzymaliśmy wysokie tempo ekspansji, otwierając ponad 1 000 sklepów. Nasza sieć liczy obecnie ponad 10 000 sklepów, prowadzonych przez ok. 9000 franczyzobiorców. Kierunki naszego rozwoju wyznaczają potrzeby ponad 3 mln klientów, którzy każdego dnia korzystają z usług Grupy Żabka. Dlatego oferujemy im nowe propozycje wygodnych usług, wzbogacamy nasz asortyment, otwieramy zupełnie nowe formaty sklepów. W jubileuszowym roku do naszego portfolio dołączyły Żabka Drive, Żabka Non Stop oraz Żabka - wyspa

w centrum handlowym. Przyjęta przez nas strategia umożliwia franczyzobiorcom prowadzenie lokalnych biznesów, które nie tylko wpisują się w oczekiwania klientów, ale też - jak pokazują liczby, odnoszą sukces. W 2023 roku, dzięki dokonanym zakupom, działalności własnej oraz franczyzobiorców, utrzymaliśmy 63 tysięcy miejsc pracy, wnosząc pozytywny wpływ w rozwój polskiej gospodarki.

Nasza Strategia Odpowiedzialności jest zintegrowana ze strategią biznesową, a naszą ambicją jest tworzenie warunków, w których zrównoważone życie będzie możliwe dla każdego i na co dzień. Chcemy, aby osoby korzystające z usług naszego ekosystemu mogły żyć jednocześnie wygodnie i odpowiedzialnie. Dlatego m.in. uruchomiliśmy program „Porcja Dobrego!”, który jest efektem naszego nowego podejścia do dobrego żywienia, zdefiniowanego w 2022 roku. Chcemy zapewnić naszym klientom łatwy dostęp do pełnowartościowych posiłków na każdą porę dnia, oznaczonych najwyższymi notami Nutri-Score, czyli A i B. Obecnie wszystkie produkty naszych marek własnych oznaczone są etykietami Nutri-Score, a blisko połowa z nich uzyskała najwyższą notę. Od czasu uruchomienia programu odnotowaliśmy 85-procentowy wzrost sprzedaży produktów z oceną Nutri-Score A lub B.

Partnerstwa na drodze do zrównoważonego rozwoju

Skala naszej działalności przekłada się na skalę oddziaływania na środowisko. Dążymy jednak do tego, by nawiązywać kolejne partnerstwa, ukierunkowane na minimalizowanie naszego negatywnego wpływu na otoczenie, w tym - na środowisko naturalne. Zależy nam na tym, aby dzielić się wiedzą i dobrymi praktykami, dlatego

w raporcie znajdują Państwo wiele przykładów, które ilustrują realizację naszej strategii oraz pokazują jak wypełniamy nasze zobowiązania, między innymi z zakresu: dekarbonizacji, cyrkularności, budowania zaangażowanego miejsca pracy. Jesteśmy zdania, że powodzenie w realizacji strategii zależy od współpracy podmiotów w całym łańcuchu wartości. Dlatego angażujemy naszych partnerów biznesowych, franczyzobiorców, pracowników oraz klientów we wspólne projekty na rzecz minimalizacji wpływu na środowisko oraz tworzenia innowacyjnych rozwiązań skupionych na wybranych aspektach środowiskowych.

Przykładem takiego partnerstwa jest nasza współpraca z Bydgoszczą i Zieloną Górą w ramach pilotażowego projektu „Zielona Odnowa”. Zachęcamy w nim konsumentów do zwrotu pustych butelek plastikowych i puszek po napojach bezpośrednio u sprzedawcy - w sklepie Żabka lub w EKOmacie, czyli specjalnej maszynie do selektywnej zbiórki odpadów. Z EKOmatów mogą również korzystać klienci w Łodzi, Poznaniu i Warszawie. Wierzymy, że nasze działania przyczynią się do wzmocnienia świadomości ekologicznej konsumentów oraz rozwoju gospodarki cyrkularnej. Innowacyjne rozwiązania i technologia wspierają nasze działania nie tylko w obszarze cyrkularności, ale także w ramach strategii dekarbonizacji. Aby usprawnić proces analizy dużej ilości danych dotyczących dekarbonizacji, w ubiegłym roku wdrożyliśmy system zarządzania danymi dotyczącymi śladu węglowego, wykorzystujący platformę Microsoft. Dzięki szczegółowej analizie śladu węglowego operacji Grupy, możemy podejmować decyzje na bazie aktualnych danych i efektywnie realizować naszą strategię dekarbonizacji.

Angażujące środowisko pracy

Rozwój firmy, tworzenie innowacyjnych rozwiązań czy realizacja programów wspierających odpowiedzialne wybory, nie byłyby możliwe bez zaangażowanych zespołów. Od lat budujemy kulturę organizacyjną opartą na wartościach, dużą uwagę przykładamy do rozwoju pracowników. Dbamy o to, by byli równo wynagradzani za pracę o tej samej wartości i takim samym wpływie na organizację, czego potwierdzeniem jest certyfikat przyznany przez EQUAL-SALARY Foundation. W minionym roku z dumą odebraliśmy także nagrodę Gallup Exceptional Workplace Award 2023, która jest uhonorowaniem naszych działań w dążeniu do stworzenia jednego z najbardziej angażujących miejsc pracy na świecie.

Cele, które określiliśmy w ramach Strategii Odpowiedzialności to obraz naszych aspiracji, wyrażony w ilościowych i jakościowych miarach. Z radością dzielimy się z Państwem niniejszym Raportem, przedstawiającym wyniki naszych działań z 2023 roku, a jednocześnie opisującym dobre praktyki, które pomagają nam skutecznie realizować naszą misję. Liczę, że będzie to dla Państwa ciekawa lektura, będąca wstępem do wielu inspirujących rozmów.

Tomasz Suchański
Chief Executive Officer

Zarząd o Strategii ESG

Chcemy na co dzień umożliwiać klientom wybór prostych i wygodnych rozwiązań, które będą jednocześnie korzystne dla planety. Jest to cel długoterminowy, który wynika z naszej kompleksowej Strategii Odpowiedzialności i ściśle wiąże się celami biznesowymi Grupy Żabka. Jego realizacja wymaga od nas brania pod uwagę czynników pozafinansowych przy podejmowaniu wszelkich decyzji, zarówno strategicznych, jak i operacyjnych.

Nieustannie poszukujemy informacji zwrotnej na temat naszych działań w ramach obranej strategii, zdając sobie sprawę, że uwzględnianie czynników niefinansowych (ESG) w naszych procesach i decyzjach przynosi więcej niż tylko wymierne korzyści. Starania na tym polu doceniają również niezależne agencje ratingowe. Potwierdza to otrzymana przez nas już drugi rok z rzędu platynowa odznaka EcoVadis. Plasuje nas ona w gronie 1% firm na świecie, które najsukceszniej włączają czynniki ESG w swoją strategię i działalność biznesową. Oczywiście od uznania istotniejsza jest konsekwencja w działaniu. Posiadanie odpowiedniego systemu zarządzania ESG i ścisła współpraca z naszymi interesariuszami ma kluczowe znaczenie dla pomyślnej realizacji Strategii Odpowiedzialności. ESG to jeden z trzech filarów naszego długoterminowego planu tworzenia wartości, który wymaga od nas uwzględnienia aspektów niefinansowych we wszystkich naszych strategicznych decyzjach i operacjach. Nie oszczędzimy zatem wysiłków, by budować lepszą przyszłość i tym samym dalej umacniać pozycję Grupy Żabka jako lidera segmentu modern convenience w Polsce.

Tomasz Blicharski
Wiceprezes Zarządu,
Dyrektor ds. Strategii i Rozwoju

Raportowanie niefinansowe w Grupie Żabka oparte jest na najnowocześniejszych technologiach i najlepszych międzynarodowych standardach. Pozwala nam to zapewnić wiarygodność i transparentność wszystkich przekazywanych informacji, co stanowi kluczowy aspekt naszej komunikacji z interesariuszami.

W 2023 r. zawarliśmy kolejne umowy finansowania, których warunki uzależniają wysokość marży banku od realizacji określonych celów ESG. Ich podpisanie świadczy o zaangażowaniu Grupy Żabka na rzecz zrównoważonego rozwoju. Wskazane w umowach cele obejmują ograniczenie intensywności emisji gazów cieplarnianych we własnej działalności (zakresy 1 i 2), jak i intensywności emisji generowanych przez sklepy (zakres 3), a także wzrost sprzedaży produktów spożywczych marek własnych propagujących zrównoważony styl życia. Również dekarbonizacja, która jest kolejnym ze zobowiązań wobec instytucji finansowych, ma dla nas strategiczne znaczenie. W związku z tym w 2023 r. istotnie przyspieszyliśmy cyfrową transformację systemu raportowania ESG. Naszym celem od dawna było stworzenie przejrzystego i prostego systemu do zbierania, analizowania, prezentowania i udostępniania danych. Dlatego wdrożyliśmy takie rozwiązanie, które umożliwia kompleksowe zarządzanie wszelkimi danymi dotyczącymi śladu węglowego w naszej organizacji. Pozwala ono także zbierać informacje w sposób dokładniejszy i bardziej przejrzysty niż wcześniej, a tym samym – śledzić postępy w zakresie dekarbonizacji za pomocą zindywidualizowanych narzędzi, takich jak autorska aplikacja ESG czy specjalne panele kontrolne. To istotny krok naprzód w naszym procesie raportowania niefinansowego.

Marta Wrochna-Łastowska
Członkini Zarządu,
Obszar Strategii Finansowej



Jolanta Bańczerowska
Członkini Zarządu,
Obszar Strategii Personalnej

Zdajemy sobie sprawę z zasadniczej roli, jaką nasi pracownicy odgrywają w tworzeniu wyjątkowego ekosystemu convenience Grupy Żabka. Ich zaangażowanie jest niezbędne i wymaga współpracy wszystkich stron – od osób samodzielnie wykonujących podstawowe zadania w organizacji, przez ich bezpośrednich przełożonych, aż po kadre kierowniczą najwyższego szczebla. Według badania przeprowadzonego przez Instytut Gallupa, poziom zaangażowania naszego zespołu jest pięciokrotnie wyższy niż w przeciętnej polskiej firmie. Co więcej, należymy do 26% organizacji na świecie o najbardziej angażującym środowisku pracy, co potwierdza przyznanie nam przez Instytut Gallupa w 2023 r. nagrody Exceptional Workplace Award. Grupa Żabka została tym samym pierwszą polską firmą uhonorowaną tym wyróżnieniem. Wypełniany na potrzeby badania kwestionariusz Instytutu Gallupa stanowi ramy, które pomagają nam zrozumieć, jak tworzyć bardziej sprzyjające środowisko pracy, w którym każdy może rozwijać swoje talenty i pracować z pasją.

Pod koniec 2023 r. uzyskaliśmy wśród franczyzobiorców rekordowo wysoki poziom wskaźnika satysfakcji NPS. Świadczy to o słuszności obranych przez nas kierunków rozwoju, w tym – inwestycji w najnowocześniejsze technologie. Narzędzia te pomagają prawie 9 000 franczyzobiorcom, prowadzącym łącznie ponad 10 000 sklepów pod szyldem Żabka, maksymalizować sprzedaż, minimalizować ewentualne straty i budować coraz bliższe relacje z klientami. Dzięki temu pozostajemy najpopularniejszą siecią sklepów modern

convenience w Polsce. Poprzez ścisłą współpracę z Radą Franczyzobiorców uzyskujemy informacje niezbędne do zrozumienia, jakie są najistotniejsze oczekiwania franczyzobiorców wobec Grupy Żabka, w tym w tym zakresie prowadzenia partnerskiego dialogu, dbałości o środowisko a przede wszystkim – otwierania nowych punktów sprzedaży jak najbliższej kolejnych potencjalnych klientów. To z myślą o franczyzobiorcach nieustannie rozwijamy naszą sieć i oferujemy coraz atrakcyjniejsze warunki franczyzy.



Adam Manikowski
Wiceprezes Zarządu,
Dyrektor Zarządzający Żabka Polska



Anna Grabowska
Wiceprezeska Zarządu, Dyrektorka
Zarządzająca Żabka International

W Grupie Żabka koncentrujemy się na wzroście i innowacjach, rozwijaniu inicjatyw zoorientowanych na klienta i ekspansji międzynarodowej. Cieszymy się, że możemy rozpocząć nowy rozdział ekspansji poza Polską i zaofiarować wygodny ekosystem rozwiązań klientom w innych krajach Europy Środkowo-Wschodniej – zaczynając od Rumunii. Nasza strategia ESG skupia się na czterech filarach, które pozostają w centrum naszej działal-

ności: zrównoważony styl życia, pozytywny wpływ na otoczenie, odpowiedzialna organizacja i zielona planeta. Wierzymy, że ESG to coś więcej niż tylko modne hasło, nasza Strategia Odpowiedzialności jest zintegrowana z każdym aspektem naszej działalności. Naszym celem jest zapewnienie ekosystemu wygodnych rozwiązań ułatwiających życie i promujących zrównoważony rozwój, uwalniając w ten sposób czas wolny naszych klientów.

Polegając na wygodnych rozwiązaniach, opartych na najnowszych technologiach cyfrowych, umożliwiamy klientom robienie zakupów w sposób jak najbardziej dopasowany do ich indywidualnych potrzeb. Jesteśmy w tym liderem w Europie. Z myślą o połączeniu oferty cyfrowej z fizycznymi kanałami sprzedaży stworzyliśmy wiodącą usługę w segmencie q-commerce – Żabka Jush!, supermarket internetowy Delio, sieć autonomicznych sklepów Żabka Nano oraz Robbiego, czyli wyjątkowego robota serwującego hot-dogi.

Ekosystem wygodnych rozwiązań Grupy Żabka uzupełniają ponadto Maczfit (nasza własna marka cateringu dietetycznego) oraz platforma Dietly, zapewniająca dostęp do ofert innych dostawców diet pudełkowych. Niezmiennie koncentrujemy się na rozwoju kolejnych innowacji i poszukujemy potencjalnych inwestycji oraz innych form współpracy, by móc realizować pozytywne zmiany. Szczególnie istotnym przykładem działań Grupy Żabka w tym obszarze są programy akceleracji biznesu, jakie nieprzerwanie prowadzimy w ramach Venture Studio.



Wojciech Krok
Członek Zarządu,
Dyrektor Zarządzający Żabka Future

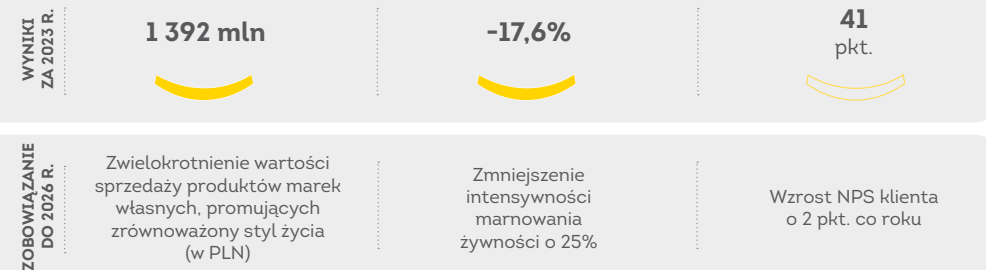
Podsumowanie zarządcze

01 | Zrównoważony styl życia



Uruchomiliśmy program Porcja DobreGO!, aby ułatwić klientom dokonywanie zdrowych wyborów żywieniowych. Jego wymiernym efektem jest aż 85-procentowy wzrost sprzedaży produktów, które uzyskały ocenę A lub B w skali Nutri-Score. Nasz zdrowy ekosystem żywnościowy nie ogranicza się do kwestii dobrego żywienia. Naszym celem jest również ograniczenie ilości odpadów poprzez umożliwienie naszym klientom łatwego zakupu dokładnie takiej ilości żywności, która w danym momencie jest potrzebna. Używamy sztucznej inteligencji, aby dopasować dostarczane do każdego sklepu towary do lokalnych trendów zakupowych. Dzięki temu klienci mogą łatwo znaleźć to czego potrzebują, w konsekwencji zmniejszając ślad środowiskowy. Ponadto, dążąc do zapewnienia jak najwyższej jakości naszej oferty,

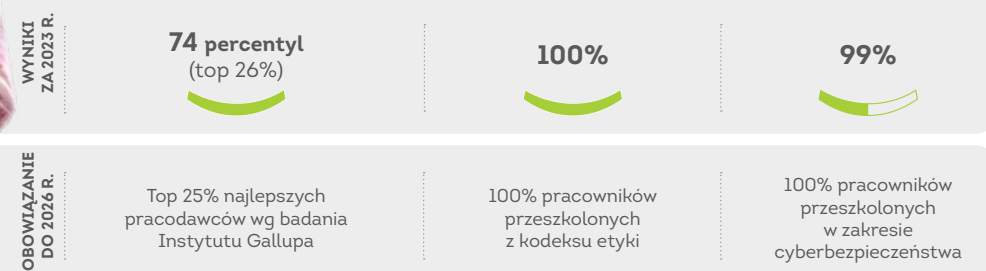
zwyfikowaliśmy łańcuch dostaw Grupy Żabka. Od 2023 r. do sprzedaży w naszej sieci dopuszczamy zawierające olej palmowy produkty wyłącznie w sytuacji, gdy są one odpowiednio certyfikowane. Podjęliśmy także kroki na rzecz poprawy dobrostanu zwierząt i dokładamy wszelkich starań, aby produkty naszych marek własnych pochodziły w możliwie w jak największym stopniu ze zrównoważonych źródeł. Ponadto wyeliminowaliśmy z naszych produktów jaja z chowu klatkowego i zgodnie z obowiązującymi w Grupie Żabka politykami wymagamy od dostawców zrównoważonego pozyskiwania składników roślinnych, ryb i owoców morza. Nasza Polityka Bioróżnorodności określa zasady postępowania, wskazując nasze priorytety w zakresie ochrony ekosystemów i w zapobieganiu utracie różnorodności biologicznej, w tym - ograniczeniu wylesiania.



03 | Odpowiedzialna organizacja

Według Instytutu Gallupa należymy do 26% organizacji na świecie o najbardziej angażującym środowisku pracy. Zostaliśmy również uhonorowani przez tę instytucję nagrodą Exceptional Workplace Award. Ponadto jako pierwsza polska firma uzyskaliśmy certyfikat Equal-Salary, który potwierdza brak różnicowania wynagrodzenia ze względu na płeć. Aby skutecznie odpowiadać na potrzeby interesariuszy i doskonalić stosowane praktyki w zakresie zrównoważonego rozwoju, regularnie poddajemy się zewnętrznym audytom. W każdej ocenianej kategorii uzyskaliśmy lepszą notę niż poprzednio, zachowując platynowy medal w ramach certyfikacji EcoVadis. Wyróżnienie to plasuje nas wśród 1% firm na świecie,

które najskuteczniej włączają czynniki ESG w swoją działalność. Opublikowaliśmy piąty już Raport ESG, zweryfikowany przez niezależnych ekspertów. Publikacja zawiera również ujawnienia klimatyczne zgodne z wytycznymi TCFD. Tworzymy kompleksowy system zarządzania kwestiami etyki, w ramach którego zobowiązujemy naszych pracowników i franczyzobiorców do przestrzegania prawa, międzynarodowych standardów i przyjętych przepisów, w tym - związanych z przeciwdziałaniem korupcji. Wszyscy nasi pracownicy zostali przeszkoleni w zakresie wdrożonego Kodeksu Etyki. W 2023 roku do naszego programu szkoleń obowiązkowych dodaliśmy cyberbezpieczeństwo. To szkolenie ukończyło blisko 99% pracowników.



LEGENDA

zrealizowano założenia w 2023 r.

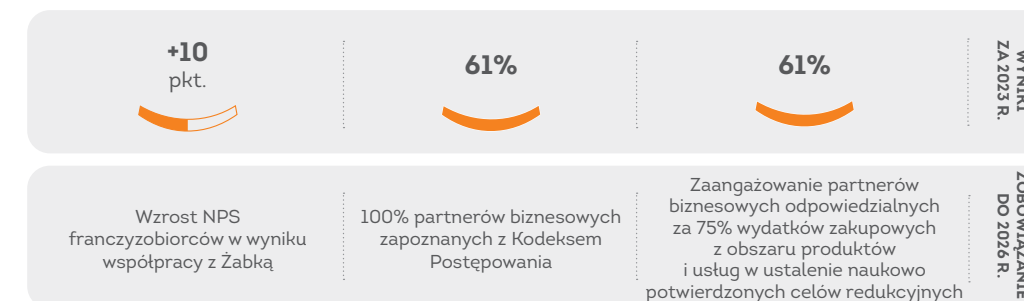
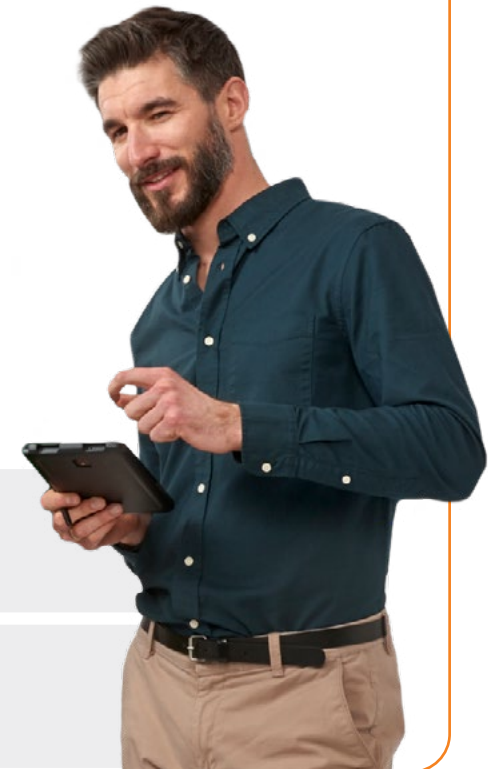
częściowo zrealizowano założenia w 2023 r.

nie zrealizowano założeń w 2023 r.

02 | Pozytywny wpływ na otoczenie

W 2023 r. otworzyliśmy ponad 1 000 sklepów. Naszą sieć rozwijamy z myślą o klientach, jednocześnie oferując prawie 9 000 franczyzobiorcom możliwość doskonalenia umiejętności prowadzenia własnego biznesu, w tym w ramach nowych formatów sklepów i specjalnych programów rozwojowych. Nasze relacje biznesowe opieramy na współpracy i zaufaniu, co potwierdza wzrost wyniku NPS wśród franczyzobiorców aż o 10 punktów. Równie wysoko cenimy sobie pozytywne opinie naszych dostawców - kolejny rok z rzędu w ogólnopolskim badaniu satysfakcji dostawców (NFS) zajęliśmy pierwsze miejsce wśród sieci handlowych. Ponadto zostaliśmy nagrodzeni tytułem „Retailer of the Year 2023 - Wybrany przez dostawców” oraz nagrodą specjalną

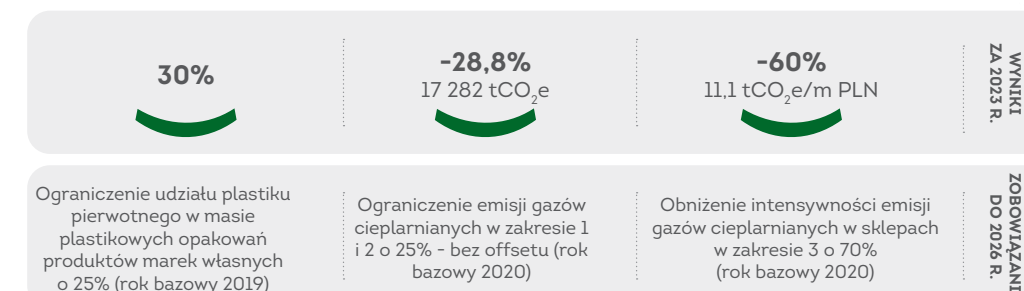
– „Sustainable Retailer of the Year.” Dbając o wspólne wartości wdrożyliśmy Politykę Praw Człowieka oraz Kodeks Postępowania dla Partnerów Biznesowych. Jednak dobra współpraca oparta jest nie tylko na oczekiwaniach, lecz przede wszystkim na dzieleniu się wiedzą i wzajemnym inspirowaniu się. Dlatego też organizujemy coroczne spotkanie z partnerami handlowymi i rozwijamy przeznaczoną dla nich platformę internetową „Czysty biznes”. Tworzymy środowisko innowacji i wymiany doświadczeń, współpracując z instytucjami naukowymi, inkubatorami przedsiębiorczości i partnerami biznesowymi. Liczba i rozmieszczenie naszych sklepów daje niepowtarzalną okazję do angażowania się w życie lokalnych społeczności, zgodnie z naszą Strategią Zaangażowania Społecznego.



04 | Zielona planeta

W ramach promowania gospodarki obiegu zamkniętego dążymy do recyklingu jak największej ilości wytwarzanych odpadów. Opakowania naszych marek własnych to w 100% rPET. Ponadto zapewniamy franczyzobiorcom wsparcie w recyklingu większej ilości materiałów. Pozwoliło to zmniejszyć ilość wprowadzanego na rynek pierwotnego plastiku i osiągnąć neutralność plastikową we własnej działalności już czwarty rok z rzędu. W ramach pilotażowego programu realizowanego w Zielonej Górze i Bydgoszczy, zachęcamy klientów do zbierania i oddawania plastikowych butelek i aluminiowych puszek w zamian za punkty lojalnościowe w aplikacji Żappka. Dążymy do zmniejszenia emisji gazów cieplarnianych

pochodzących z naszej floty pojazdów, poprzez zastępowanie aut z silnikami spalinowymi modelami o napędzie hybrydowym lub elektrycznym. Ponadto w naszej siedzibie, a także w centrach logistycznych oraz w domach pracowników zainstalowaliśmy ładowarki do samochodów. Wdrożyliśmy specjalny program promujący bezpieczną i ekologiczną jazdę oraz Politykę Mobilności, określającą zasady podróżowania dla pracowników i współpracowników. Zmniejszyliśmy również zużycie suchego lodu, wprowadzając transport dedykowany. W następstwie tych działań, w stosunku do roku bazowego 2020 ograniczyliśmy emisje o 28,8%, a intensywność emisji sklepów - aż o 60%.



DOBRA

Ekosystem convenience

Żabka rozwija zarówno fizyczne, jak i cyfrowe kanały sprzedaży, zwiększając tym samym liczbę interakcji z klientami. Oferuje im rozwiązania, a nie tylko produkty.



O Grupie Żabka



Grupa Żabka to jedyny w swoim rodzaju kompleksowy ekosystem convenience, oferujący rozwiązania dla klientów ceniących swój czas i wygodę. Odpowiadamy na ich różnorodne potrzeby za pośrednictwem fizycznych i cyfrowych kanałów sprzedaży. Koncentrujemy się na trzech megatrendach konsumenckich: rosnącym znaczeniu rozwiązań typu convenience, transformacji cyfrowej i konieczności podejmowania odpowiedzialnych wyborów.

Ponad
10 000
sklepów Żabka



Przeczytaj o formatach naszych sklepów
KLIKNIJ LUB ZESKANUJ



żabka

Więcej niż sklep spożywczy - Żabka to wielo usługowa placówka, otwarta od wczesnych godzin rannych do późnego wieczora.

Jedna z najlepszych aplikacji konsumenckich. Personalizacja oferty, możliwość dokonywania płatności i zbierania punktów w programie lojalnościowym.



Szeroki wybór idealnie dopasowanych do potrzeb gotowych dań, z dostawą pod wskazany adres.

Ponad
7,5 mln
użytkowników aplikacji Żabka

Prawie
9 000
franczyzobiorców sklepów Żabka



żabka café

Doskonałej jakości ciepłe przekąski, kawa i wypieki do nabycia po drodze do pracy, szkoły czy gdziekolwiek indziej.

Dietly



Internetowa platforma, skupiająca w jednym miejscu oferty większości dostawców diet pudełkowych w Polsce.

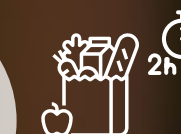
Catering Maczfit dostępny w ponad
2 800
miejscowościach w Polsce



Nano

Największa w Europie sieć w pełni zautomatyzowanych sklepów autonomicznych.

delio



Internetowy supermarket, realizujący dostawy w dniu zamówienia.

~3,6 mln
średnia dzienna liczba transakcji



wygodne usługi

Dostępna w placówkach kompleksowa oferta wygodnych usług, odpowiadających na codzienne potrzeby klientów.

żabka jush!



Lider segmentu q-commerce w Polsce.

Dietly - platforma numer **1** wśród porównywarek cateringu dietetycznego z dowozem, działająca w modelu „oprogramowanie jako usługa”

MARKI WŁASNE

Dopełnieniem naszego ekosystemu są wyjątkowe marki własne. Aktywnie wprowadzamy je do asortymentu i rozwijamy, aby proponować klientom jedyne w swoim rodzaju produkty, których nie znajdą nigdzie indziej, w tym szybkie dania i przekąski na każdą porę dnia.



Dowiedz się więcej



KLIKNIJ LUB ZESKANUJ

* Wszystkie dane prezentowane w dziale „O Grupie Żabka” przedstawiają wyniki na dzień 31.03.2024.

Model biznesowy

Podstawą przyjętego przez nas modelu biznesowego jest tworzenie i rozwijanie innowacyjnych rozwiązań w ramach ekosystemu modern convenience. Dzięki nim możemy towarzyszyć klientom na każdym etapie dnia.

W ramach Żabka Polska za koordynację zagadnień związanych z modern convenience odpowiada Adam Manikowski. Odpowiada on m.in. za zarządzanie siecią sklepów i jej rozwój, komunikację marketingową, relacje z franczyzobiorcami, zaopatrzenie oraz logistykę. W ramach przeprowadzonych w lutym 2024 r. zmian strukturalnych i organizacyjnych powstała nowa jednostka organizacyjna – Żabka International, którą kieruje Anna Grabowska. Jednostka ta zajmuje się rozwojem działalności na nowych rynkach i wdrażaniem międzynarodowej strategii ekspansji Grupy Żabka. Obszar przydzielony Żabka Future obejmuje z kolei cyfrowe elementy ekosystemu convenience, wykorzystanie sztucznej inteligencji i danych, tworzenie innowacyjnych rozwiązań oraz procesy związane z przejmowaniem przedsiębiorstw. Od 2024 r. nadzór nad tą jednostką sprawuje Wojciech Krok. W strukturze organizacyjnej wyodrębnione zostało Przywództwo Strategiczne. Dzieli

się ono na trzy linie kompetencyjne: strategię i rozwój, finanse przedsiębiorstwa oraz kapitał ludzki i kulturę organizacyjną. Podlegają one członkom Zarządu, odpowiednio: Tomaszowi Blicharskiemu, Marcie Wrochnie--Łastowskiej oraz Jolancie Bańczerowskiej. Funkcje centralne, tj. obsługa prawna, sprawy korporacyjne i tworzenie wartości, nadzoruje bezpośrednio Prezes Zarządu Tomasz Suchański. Tomasz Blicharski odpowiada także za realizację Strategii Odpowiedzialności, która jest w pełni zintegrowana ze Strategią Biznesową Grupy. Członkowie Zarządu kierują również wdrażaniem inicjatyw ESG w podległych im obszarach. Ekosystem Grupy Żabka uzupełniają kluczowe dla jego rozwoju marki, wychodzące naprzeciw zmieniającym się potrzebom klientów. Należą do nich: firma Maczfit – lider rynku cateringu dietetycznego w Polsce, Dietly – platforma e-commerce, oferująca możliwość porównywania i zarządzania

zamówieniami diet pudełkowych; Lite, czyli podmiot odpowiedzialny za rozwój usług błyskawicznej dostawy zakupów spożywczych (aplikacja Żabka Jush) i e-commerce (aplikacja Delio) oraz sieć sklepów autonomicznych Żabka Nano. Ponadto w 2022 r. do Grupy dołączyła spółka Cool-Logistic, specjalizująca się w transporcie produktów w kontrolowanych temperaturach. Ambicją Grupy Żabka jest rozwój jej ekosystemu poza granicami Polski. W grudniu 2023 r. postawiliśmy pierwszy krok w tym kierunku, nawiązując partnerstwo z działającą w Rumunii spółką DRIM Daniel Distributie. Dzięki transakcji nabycia w niej udziałów większościowych, oczekującej obecnie na zgodę rumuńskich organów regulacyjnych, Żabka rozszerzy swoją działalność na rynek rumuński, rozpoczynając nowy rozdział w historii firmy.

Tomasz Suchański
Prezes Zarządu

Jednostki biznesowe			Przywództwo strategiczne			Funkcje centralne
Żabka Polska	Żabka International	Żabka Future	Strategia i rozwój	Finanse	Kapitał ludzki	
Adam Manikowski	Anna Grabowska	Wojciech Krok	Tomasz Blicharski	Marta Wrochna-Łastowska	Jolanta Bańczerowska	Dział Prawny i Zgodności Dział Spraw Korporacyjnych
Wiceprezes Zarządu, Dyrektor Zarządzający Żabka Polska	Wiceprezeska Zarządu, Dyrektorka Zarządzająca Żabka International	Członek Zarządu, Dyrektor Zarządzający Żabka Future	Wiceprezes Zarządu ds. Strategii i Rozwoju	Członkini Zarządu, Dyrektorka ds. Finansowych	Członkini Zarządu, Dyrektorka ds. Personalnych Centrum Usług Biznesowych	

Nasza strategia koncentruje się na trzech kluczowych obszarach, które nieustannie kształtują społeczeństwo i stanowią źródło inspiracji dla rozwoju naszej działalności.

TRANSFORMACJA FORMATU CONVENIENCE

Chcąc być jak najbliżej klientów, wciąż otwieramy nowe placówki i wprowadzamy nowe formaty sklepów, które odpowiadają na pojawiające się potrzeby konsumentów, a tym samym realizują nasze ambitne plany rozwoju. Dzięki nowoczesnej ofercie produktów dopasowanych do indywidualnych potrzeb, uzupełnianej atrakcyjnymi promocjami, mamy pewność, że klienci otrzymują od nas to, czego oczekują. Tworzymy innowacyjne rozwiązania, wykorzystując nowe kanały komunikacji i wprowadzając nowe usługi. Dzięki temu rozpoznawalność naszej marki wśród Polaków sięga 93%.

WYKORZYSTANIE SZTUCZNEJ INTELIGENCJI I DANYCH

Stale tworzymy wartość poprzez opracowywanie i rozwijanie innowacyjnych usług, nowych kanałów sprzedaży i opartych na nowoczesnych technologiach narzędzi przyszłości. Korzystamy z rozwiązań cyfrowych, aby zwiększać wydajność naszej pracy, usprawniać zarządzanie sklepami i ułatwiać skuteczną komunikację, zarówno wewnątrz organizacji, jak i z klientami. Wykorzystujemy sztuczną inteligencję jako narzędzie wspomagające podejmowanie decyzji dotyczących m.in. układania asortymentu na półkach, ustalania cen i lokalizacji sklepów.

INTEGRACJA ODPOWIEDZIALNOŚCI

Przyjęta w 2020 r. kompleksowa Strategia ESG jest w pełni zintegrowana ze Strategią Biznesową Grupy Żabka. Zawiera ona wyraźnie zdefiniowane cele i wskazuje kierunki rozwoju Grupy. Ponadto wyraża ona nasze zobowiązanie do tworzenia warunków umożliwiających klientom dokonywania bardziej odpowiedzialnych wyborów na co dzień, a tym samym – prowadzenia bardziej zrównoważonego stylu życia.



Marki własne

TOMCIO PALUCH

Gotowe do spożycia produkty stworzone z minimalnie przetworzonych składników z myślą o zdrowym odżywianiu

Pożywne kanapki o zbilansowanym składzie

dobra karma

Gotowe do podgrzania dania kuchni polskiej i międzynarodowej

Gotowe do spożycia produkty stworzone z minimalnie przetworzonych składników z myślą o zdrowym odżywianiu

żabka café

Wysokiej jakości gorące przekąski, kawa i słodkie wypieki dostępne na wynos

Gotowe do podgrzania dania kuchni polskiej i międzynarodowej

Szamamm

Gotowe do spożycia w 100% roślinne posiłki i przekąski

Gotowe do podgrzania dania kuchni polskiej i międzynarodowej

Le'Frog

Codzienne słodkie lub słone przekąski – orzechy, owoce lub jedno i drugie, zapakowane w poręczne torebki o wielkości pojedynczej porcji

Gotowe do podgrzania dania kuchni polskiej i międzynarodowej

PLANT HUNTER

Gotowe do spożycia w 100% roślinne posiłki i przekąski

Gotowe do podgrzania dania kuchni polskiej i międzynarodowej

HAPS!

Codzienne słodkie lub słone przekąski – orzechy, owoce lub jedno i drugie, zapakowane w poręczne torebki o wielkości pojedynczej porcji

Gotowe do podgrzania dania kuchni polskiej i międzynarodowej

żabka jest naszą kluczową marką. Nasza przewaga konkurencyjna bierze się m.in. ze starannie dobranego portfela unikalnych marek własnych.

WYCISK

Niepasteryzowane soki i lemoniady ze świeżych owoców

Napoje smoothie z różnorodnych owoców i warzyw

OD NOWA

Krystalicznie czysta woda mineralna w butelkach wykonanych w 100% z rPET

W 100% naturalne, skoncentrowane shoty owocowe w małych, wygodnych buteleczkach

LEVEL UP

Napoje energetyczne, dostępne w różnych smakach, zawierające kofeinę, taurynę i witaminy

Poręczny kubek z lodem, do którego można dodać dowolny napój. W sam raz na drogę do pracy, szkoły czy dokądkolwiek indziej

Podstawowym celem Grupy Żabka jest dostarczanie klientom wygodnych w użyciu i pożywnych produktów w kategoriach: „gotowe do spożycia”, „gotowe do podgrzania” i „gotowe do picia”. Kierując się filozofią Żabki, opracowaliśmy portfel artykułów marek własnych, które nie są osiągalne poza naszą siecią. Asortyment ten obejmuje przede wszystkim szybkie dania i przekąski (tzw. Quick Meal Solutions), w tym gotowe dania oferowane pod marką Szamamm, odżywcze posiłki Dobra Karma, koktajle smoothie marki Foodini, pełne zdrowia shoty S!, soki marki Wycisk, kanapki Tomcio Paluch oraz ofertę Żabki Café z ciepłymi przekąskami i pyszną kawą.

Anna Grabowska

Wiceprezeska Zarządu, Dyrektorka Zarządzająca Żabka International

Tworzenie wartości w Grupie Żabka

Nasze podejście do tworzenia i ochrony wartości nazywamy „metodą Żabki”. Stanowi ono cenny wyróżnik naszej organizacji i polega na uwzględnianiu szeregu czynników finansowych i pozafinansowych (spotecznych, środowiskowych, z zakresu ładu korporacyjnego i wydajnościowych) w ramach realizacji jej misji, wizji i modelu biznesowego.

Jesteśmy przekonani, że wyłącznie poprzez tego rodzaju zintegrowane myślenie możemy podejmować decyzje i działania, które pozwalają na systematyczne tworzenie wartości w perspektywie długoterminowej. Podejście to obejmuje również dbanie o relacje z interesariuszami za pośrednictwem centralnych i operacyjnych jednostek organizacyjnych oraz o sześć kluczowych kapitałów określonych w modelu sprawozdawczości zintegrowanej IIRC: finansowego, produkcyjnego, intelektualnego, ludzkiego, relacji społecznych i naturalnego.

Założeniem poniższego, nowo opracowanego modelu, jest bardziej kompleksowa komunikacja na temat tego, jak wykorzystujemy opracowaną strategię, ładu korporacyjnego, osiągnięte wyniki oraz perspektywy rozwoju do tworzenia wartości – zarówno finansowej, jak i niefinansowej – dla wszystkich interesariuszy Grupy Żabka.

Zakładamy, że takie podejście umożliwia uzyskiwanie różnorodnych korzyści. Należą do nich pełniejsze i dokładniejsze informacje dla interesariuszy, poprawa rozliczalności, lepsze rozumienie czynników zewnętrznych wpływających na działalność organizacji oraz spójniejsza sprawozdawczość, która z kolei pozwala na podejmowanie decyzji w oparciu o bardziej merytoryczne przesłanki.

NASZ WKŁAD

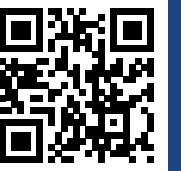


WSKAŹNIKI (VS. 2022)

Kapitał ludzki	W pełni zaangażowani pracownicy i współpracownicy gwarantują wykorzystanie najwyższej klasy umiejętności niezbędnych do stałego rozwoju Grupy i zwiększania jej zdolności do tworzenia innowacyjnych rozwiązań.	2 600 pracowników (+16%) 12,2% pracowników przeszkolonych pod kątem zwiększania kompetencji cyfrowych
Analityka danych i najnowsze technologie	Najnowsze technologie i analiza danych umożliwiają poszerzenie ekosystemu convenience i zwiększanie doskonałości operacyjnej.	471 TB danych przetwarzanych każdego dnia (+5%) 7,5 mln użytkowników aplikacji Żappka
Zaangażowani partnerzy	Budujemy silne i głębokie relacje. Naszym celem jest wzajemna pomoc w realizacji przyjętych założeń i osiąganiu jak najlepszych wyników.	8 598 franczyzobiorców (z czego 5 624 to kobiety) ~3,6 mln transakcji dziennie 519 dostawców 7 strategicznych partnerów technologicznych
Punkty sprzedaży, sieć dystrybucji i marki własne	Najlepszy w swojej klasie system logistyczny, wykorzystujący platformę do wymiany danych i ekologiczne rozwiązania wspierające zarówno ogólnokrajową sieć dystrybucji i sprzedaży, jak i zakłady produkcyjne.	10 014 punktów sprzedaży (+13%) 8 centrów dystrybucyjnych 2 zakłady produkcyjne Maczfit
Zasoby finansowe	Wykorzystujemy kapitał własny, finansowanie dłużne i uzyskane w toku działalności środki pieniężne w celu finansowania długoterminowej, skutecznej strategii rozwoju.	15 570 669 Razem zobowiązania i kapitał własny (+17.1%) 2 179 343 przepływów pieniężnych netto z działalności operacyjnej (-0.9%)
Zasoby naturalne	Zużywamy wodę, energię, paliwa kopalne i składniki żywnościowe na każdym etapie łańcucha wartości. Pracujemy nad wdrożeniem standardów w zakresie zapewniania zrównoważonych źródeł dostaw oraz nad optymalizacją procesów produkcyjnych.	44 094 m³ zużytej wody (+8%) 44 783 MWh zużytego paliwa (+10%)

Prężna i zwinna kultura organizacyjna, której wyróżnikiem i czynnikiem trwałego sukcesu jest wykorzystanie sztucznej inteligencji (AI) i analizy danych oraz realizacja celów ESG. Żabka tworzy wyjątkową wartość dla wszystkich interesariuszy.

Odwiedź naszą stronę



KLIKNIJ LUB ZESKANUJ

TWORZYMY WARTOŚĆ DLA

POPRZEZ



EFEKTY (VS. 2022)

Klientów	Bliskość i wygodę Umożliwianie odpowiedzialnych wyborów Oszczędność czasu Wygodne zakupy	17 mln Polaków mieszka w promieniu 500 m. od jednego z 9 021 punktów sprzedaży 1 392 PLN wartości sprzedaży produktów marek własnych promujących zrównoważony styl życia ~2 min. średni czas zakupów w Żabce 41 pkt w badaniu NPS klienta (-5 pkt.)
Franczyzobiorców	Wzmacnianie przedsiębiorczości Stabilny model biznesowy Atrakcyjny profil przychodów Rozwój i szkolenia	2 217 nowych franczyzobiorców 3,7 mld PLN łącznej marży franczyzobiorców 150 godzin szkoleń wdrażających dla każdego nowego franczyzobiorcy (+50%)
Spółeczności lokalnych	Wolontariat Działania na rzecz społeczności lokalnych Stabilne zatrudnienie	936,32 godzin wolontariatu pracowniczego 8 881 interakcji na rzecz zrównoważonego rozwoju (+95%) 63 000 miejsc pracy utrzymanych w polskiej gospodarce
Partnerów biznesowych	Wymianę informacji poprzez platformę ACIT Współpracę Wytyczne ESG	383 000 raportów dla dostawców odpowiadających za 70% wartości naszych zakupów 1. miejsce w ogólnopolskim badaniu satysfakcji wśród dostawców 60,51% dostawców (wg wolumenu obrotów) zapoznanych z Kodeksem Postępowania
Pracowników i współpracowników	Celowość wykonywanej pracy Rozwój Nagrody i wyróżnienia Równość, różnorodność i inkluzywność	4,41 – ocena poziomu zaangażowania pracowników wg Instytutu Gallupa (+11 procentyli) 13 h szkoleniowych przypadających na jednego pracownika Certyfikat EQUAL-SALARY 50% składu Zarządu stanowią kobiety
Inwestorów	Dynamiczny rozwój Koncentrację na zrównoważonym rozwoju Rozwój społeczno-gospodarczy	22,8 mld PLN wartości sprzedaży do klientów końcowych Platynowy medal EcoVadis 9,1 mld wartości dodanej do polskiej gospodarki przez Grupę Żabka i franczyzobiorców
Planety	Cyrkularność Dekarbonizację	91% opakowań produktów marek własnych podatnych do recyklingu 17 282 tCO₂e emisji (zakres 1 i 2) 11.1 tCO₂e/m PLN intensywności emisji w sklepach (zakres 3)

Ład korporacyjny w obszarze ESG

Żadna organizacja nie może funkcjonować w sposób zrównoważony bez wdrażanej transparentnie strategii ESG, której realizacja nadzorowana jest na najwyższym szczeblu w oparciu o precyzyjne mierniki i rzetelną sprawozdawczość.

Ostateczną odpowiedzialność za wytyczanie kierunków działań w obszarze ESG, w tym identyfikację czynników ryzyka i szans oraz zarządzanie nimi, ponosi Zarząd, który odpowiada także za planowanie strategiczne i nadzoruje realizację strategii biznesowej. Jego poszczególni członkowie odpowiadają za osiągnięcie konkretnych celów określonych w Strategii Odpowiedzialności. Ich wykonanie powierza się w sposób kaskadowy kolejnym jednostkom w organizacji oraz uwzględnia w okresowej ocenie pracowników. Prezes Grupy Żabka przewodniczy Komitetowi ESG. Podczas spotkań Komitetu oceniany jest poziom realizacji Strategii Odpowiedzialności oraz przekazywane są rekomendacje co do dalszego perspektyw rozwoju tego obszaru. Zarząd korzysta z tych rekomendacji przy podejmowaniu kluczowych decyzji. W jego posiedzeniach uczestniczą członkowie Zarządu i Dyrektor ds. ESG, a w razie potrzeby - także inne osoby.

Struktura odpowiedzialności

W Grupie Żabka funkcjonuje zespół zajmujący się opracowywaniem planów dalszego rozwoju firmy. Na jego czele od 2024 r. stoi Tomasz Blicharski, Wiceprezes Zarządu ds. Strategii i Rozwoju. W latach 2021-2023 rolę

tę sprawowała Anna Grabowska, piastująca uprzednio stanowisko Wiceprezeski Zarządu ds. Strategii Konsumenckich. W swoich pracach zespół uwzględnia takie aspekty działalności Grupy jak budowanie zaangażowania konsumentów i rozwój marki, zapewniając ich zgodność z przyjętą Strategią Odpowiedzialności. Czynniki ryzyka związane z kwestiami ESG, w tym zagadnienie zmiany klimatu, wchodzi w zakres korporacyjnego systemu zarządzania ryzykiem, który nadzoruje Marta Wrochna-Łastowska, Członkini Zarządu odpowiedzialna za obszar Strategii Finansowej. Dział Finansów przeprowadza również walidację danych z obszaru ESG i odpowiada za ich raportowanie. Członków Rady Nadzorczej wybierają w ramach Zgromadzenia Wspólników najwięksi udziałowcy Spółki, tj. fundusze inwestycyjne CVC Capital Partners i Partners Group. Tak jak w przypadku Zarządu, w skład Rady Nadzorczej powoływane są osoby dysponujące odpowiednimi kompetencjami i doświadczeniem, a także rozumiejące, w jaki sposób aspekty ESG wpływają na naszą organizację.

Realizacja strategii

W 2023 r. Rada Nadzorcza w dalszym ciągu czuwała nad wdrażaniem Strategii Odpowiedzialności, opracowanej przez Zarząd w 2021 r. Na posiedzeniach Rada m.in. analizowała comiesięczne raporty z postępów podejmowanych działań oraz omawiała zagadnienia ESG. W 2023 r. Rada odbyła sześć takich posiedzeń, na których obecni byli wszyscy jej członkowie. Strategia Odpowiedzialności określa również zakres dokonywanej przez Radę Nadzorczą corocznej oceny pracy Zarządu. Jej wyniki mają bezpośrednie przełożenie na wysokość wynagrodzenia jego członków.

Zarządzanie strategiczne

Za zarządzanie strategiczne w Grupie Żabka odpowiadają poszczególni dyrektorzy. Od 2021 r. funkcję Dyrektora ds. ESG pełni Rafał Rudzki. W zakres jego obowiązków wchodzi przede wszystkim nadzór nad realizacją celów określonych w Strategii Odpowiedzialności na poziomie całej Grupy, a także zarządzanie Działem ds. ESG, który czuwa nad podejmowanymi działaniami operacyjnymi z zakresu zrównoważonego rozwoju. Dyrektor ds. ESG współpracuje ściśle z Zespołem

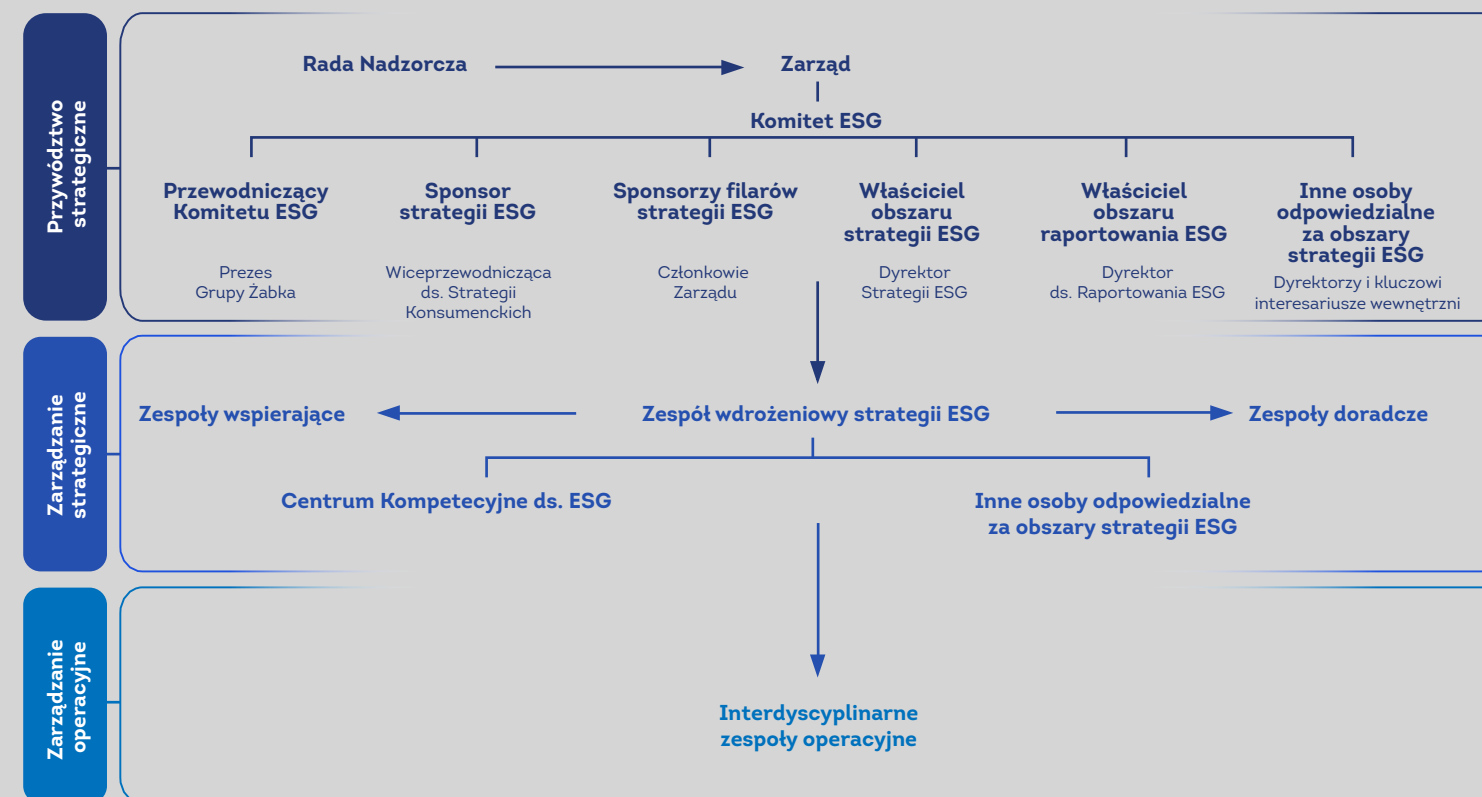
ds. ESG, który podlega bezpośrednio Członkini Zarządu odpowiedzialnej za obszar Strategii Finansowej. Rolą Dyrektorki Działu ds. Zarządzania Ryzykiem i Audytu Wewnętrznego jest z kolei nadzór nad procesami zarządzania czynnikami ryzyka i szansami w obszarze ESG, w tym związanymi ze zmianami klimatu. Funkcja ta (obecnie pełną ją Agata Dopieralska) jest szczególnie istotna ze względu na ciążące na firmie obowiązki wynikające z wytycznych Grupy Zadaniowej ds. Ujawniania Informacji Finansowych Związanych z Klimatem (ang. Task Force on Climate-Related Financial Disclosures).

Zarządzanie operacyjne

W działania operacyjne związane z wdrażaniem Strategii Odpowiedzialności zaangażowani są pracownicy z różnych jednostek organizacyjnych Grupy. Cele ESG zostały uwzględnione w systemie ocen pracowniczych, a ich realizacja jest objęta systemem premiowym. Od 2021 r. stosujemy kwartalny system monitoringu, walidacji i raportowania zagadnień ESG, na podstawie którego podejmowane są decyzje związane z dalszym rozwojem Strategii Odpowiedzialności.

Kompleksowy ekosystem convenience Grupy Żabka tworzy wartość poprzez upraszczanie ludziom życia i uwalnianie ich czasu, jednocześnie zachęcając każdego do prowadzenia odpowiedzialnego stylu życia na co dzień. Zgodnie z przyjętym przez nas strategicznym podejściem do kwestii odpowiedzialności społecznej i środowiskowej uwzględniamy aspekty ESG we wszystkich istotnych planach i działaniach Grupy. Osiągnięcie wytyczonych celów w tym zakresie wymaga właściwego zarządzania, zaangażowania, nakładu czasu i zasobów oraz przede wszystkim - pracy zespołowej. To dla mnie prawdziwy zaszczyt, że mogę przyczynić się do pozytywnych zmian w działalności Grupy - wewnątrz i w jej otoczeniu.

Rafał Rudzki
Sustainability Director



Zespół zarządzający

Grupą Żabka zarządza kadra ekspertów i doświadczonych menedżerów, których merytorycznie wspiera Rada Nadzorcza.

Rada Nadzorcza



Giulia Fitzpatrick
Niezależna Członkini
Rady Nadzorczej



Olga Grygier-Siddons
Niezależna Członkini
Rady Nadzorczej



Jean-Rémy Roussel
Członek Rady Nadzorczej z doświadczeniem
w zarządzaniu ryzykiem, nadzorujący realizację
Strategii Odpowiedzialności



Krzysztof Krawczyk
Przewodniczący Rady Nadzorczej



Stephan Schäli
Członek Rady Nadzorczej



István Szöke
Członek Rady Nadzorczej

Zadaniem Rady Nadzorczej jest sprawowanie nadzoru nad działaniami Zarządu i doradzanie mu w celu zapewnienia skutecznej realizacji obranej przez Grupę strategii tworzenia

wartości. Rolą Zarządu jest z kolei kierowanie bieżącą działalnością Spółki, a także wyznaczanie strategicznej wizji i kierunków jej dalszego rozwoju. Do zadań Zarządu należy wytyczanie

ogólnych celów dla organizacji, a także ustalanie zasad i procedur zapewniających ich osiągnięcie.

Zarząd

W ramach zmian organizacyjnych wprowadzonych na początku 2024 r. w skład Zarządu został powołany Wojciech Krok, którego doświadczenie w zakresie technologii cyfrowych ma szczególne znaczenie dla funkcjonowania Grupy Żabka. Nowe stanowisko, wraz z nadzorem nad odpowiadającym mu

obszarem działalności, objął Tomasz Blicharski. Wcześniej stał on na czele Żabka Future, a obecnie odpowiada za strategię i rozwój całej Grupy Żabka. Nowo utworzoną jednostką biznesową, tj. Żabka International, kieruje Anna Grabowska, która uprzednio odpowiadała za obszar strategii konsumenckich

oraz strategię ESG. Jej doświadczenie w zarządzaniu przedsiębiorstwami na międzynarodowych rynkach, w połączeniu z rozumieniem potrzeb konsumentów oraz znajomością specyfiki segmentu convenience, były i pozostają nieodzowne dla powodzenia działalności Grupy Żabka w Polsce.



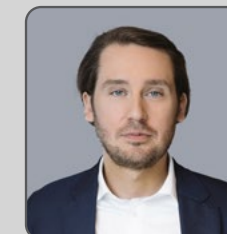
Jolanta Bańcerowska
Członkini Zarządu,
Dyrektorka ds. Personalnych



Tomasz Blicharski
Wiceprezes Zarządu,
Dyrektor ds. Strategii i Rozwoju



Anna Grabowska
Wiceprezeska Zarządu, Dyrektorka
Zarządzająca Żabka International



Wojciech Krok
Członek Zarządu,
Dyrektor Zarządzający Żabka Future



dr Adam Manikowski
Wiceprezes Zarządu,
Dyrektor Zarządzający Żabka Polska



Marta Wrochna-Łastowska
Członkini Zarządu,
Dyrektorka ds. Finansowych



Tomasz Suchański
Prezes Zarządu

Wpływ na polską gospodarkę

Kompleksowy ekosystem Grupy Żabka oddziałuje pozytywnie na polską gospodarkę głównie na cztery sposoby: bezpośrednio - poprzez naszą działalność podstawową; pośrednio - poprzez działalność dostawców towarów oraz usług w powiązanych branżach i sektorach; w sposób indukowany - na skutek dodatkowego wzrostu generowanego przez zwiększone dochody gospodarstw domowych oraz handlowo - co jest pochodną działalności franczyzobiorców w branży handlowej, sprzedających towary i usługi klientom końcowym. Wymienione cztery elementy łącznie nazywane są naszym całkowitym wpływem.

Prowadzona przez nas działalność stanowi koło zamachowe dla rozwoju innych branż, a także zwiększa popyt na oferowane przez nas towary i usługi, tworząc wartość dodaną w gospodarce i nowe miejsca pracy, przy jednoczesnym utrzymaniu

istniejących. Wypłacane wynagrodzenia zwiększają dochody gospodarstw domowych i stymulują konsumpcję. Nasz wpływ całkowity mierzymy za pomocą czterech wskaźników. Są to: wartość dodana, wpływ na zatrudnienie, dochody gospodarstw domowych oraz wartość wszystkich uiszczonych podatków, składek i opłat.

Nabywanie przez nas towarów (głównie produktów przeznaczonych do sprzedaży w sklepach) oraz usług (np. transportowych), oprócz umożliwiania prowadzenia naszej działalności, bezpośrednio wpływa na krajową ekonomię. Wnosimy pozytywny wkład w rozwój polskiej gospodarki (w tym na poziomie lokalnym), wraz z franczyzobiorcami i dostawcami budując trwałe łańcuchy wartości.



Każdego roku, wykorzystując sprawdzoną metodologię, analizujemy wpływ Grupy Żabka, aby lepiej zrozumieć wkład, jaki wnosimy w rozwój społeczno-gospodarczy Polski.

Jak przeanalizowaliśmy nasz wpływ



KLIKNIJ LUB ZESKANUJ

Wartość dodana

Łączna wartość dodana wytworzona przez Grupę Żabka i jej franczyzobiorców w polskiej gospodarce w 2023 r. wyniosła 9,1 mld PLN i była o 30% wyższa niż w 2022 r. W 2023 r. wraz z franczyzobiorcami Grupa Żabka odpowiadała za 0,3% wartości dodanej powstałej w polskiej gospodarce.

30%

RDR

2023 vs. 2022

2023

9,1
mld PLN

2022

7,0
mld PLN

2021

5,3
mld PLN



Wpływ na zatrudnienie

Całkowity wpływ naszej organizacji, w tym franczyzobiorców, na rynek pracy w 2023 r., przejawiał się w utrzymaniu ponad 63 000 miejsc pracy w polskiej gospodarce (co w stosunku do 2022 r. oznacza wzrost o 12%). Dzięki towarom i usługom nabywanym za pośrednictwem powiązanych branż, wpływ, jaki wywieramy, wykracza daleko poza liczbę osób zatrudnionych bezpośrednio przez nas i naszych partnerów.

12%

RDR

2023 vs. 2022

2023

63 000
miejsc pracy

2022

56 400
miejsc pracy

2021

45 400
miejsc pracy



Dochody gospodarstw domowych

Prowadzona przez nas i naszych franczyzobiorców działalność przetożyła się w 2023 r. na dochody gospodarstw domowych w Polsce w łącznej wysokości 2,9 mld PLN, co oznacza wzrost o 31% w ujęciu rok do roku.

31%

RDR

2023 vs. 2022

2023

2,9
mld PLN

2022

2,3
mld PLN

2021

1,69
mld PLN



Podatki, składki i opłaty

W 2023 r. podmioty wchodzące w skład Grupy Żabka zapłaciły łącznie ponad 401 mln PLN z tytułu podatków, danin i opłat, z czego 13% trafiło do budżetów gmin, powiatów i województw, a pozostała część - do budżetu centralnego.

-12,5%

RDR

2023 vs. 2022

2023

401
mln PLN

2022

458
mln PLN

2021

281
mln PLN



Zarządzanie ryzykiem

W Grupie Żabka funkcjonuje kompleksowy model zarządzania ryzykiem korporacyjnym. Obejmuje on zarówno finansowe, jak i niefinansowe aspekty poszczególnych czynników ryzyka oraz umożliwia analizę ich strategicznego wpływu.

Oprócz określenia metodologii postępowania z czynnikami ryzyka przyjęty model zarządzania ryzykiem korporacyjnym odpowiada na potrzeby i oczekiwania firmy, wynikające z jej strategii, planów oraz celów biznesowych. Ponieważ kwestie ESG stanowią jeden z filarów obranej przez nas strategii, poddajemy niezbędnej analizie wszelkie związane z nimi ryzyka, wpływające na naszą działalność i łańcuch wartości.

System zarządzania ryzykiem Grupy Żabka obejmuje wszystkie działania podejmowane przez Zarząd, Radę Nadzorczą i pracowników oraz wskazuje odpowiednie sposoby reagowania na ryzyko. Dzięki jego wdrożeniu świadomość czynników ryzyka, z jakimi mamy do czynienia, w tym narzędzi pozwalających ograniczyć prawdopodobieństwo ich materializacji oraz ewentualny wpływ, wzrosła w całej organizacji.

Poszczególne czynniki ryzyka są poddawane systematycznej ocenie, zgodnie z jednolitą Procedurą zarządzania ryzykiem, co zapewnia spójność i skuteczność tego procesu. Ponadto prowadzimy działania edukacyjne mające na celu zwiększenie świadomości wpływu zmian klimatycznych na model biznesowy i strategię Grupy Żabka, a także zachęcamy pracowników do identyfikacji i zgłaszania potencjalnych czynników ryzyka.

W 2023 r. funkcjonujący w firmie Komitet ds. Ryzyka i Zgodności odbywał posiedzenia co najmniej raz na kwartał. Najistotniejsze kwestie poruszane w toku jego obrad były również omawiane z Radą Nadzorczą, w której za nadzór nad zarządzaniem ryzykiem odpowiada Jean-Rémy Roussel. Identyfikując i analizując czynniki ryzyka związane z kwestiami ESG, zdajemy sobie sprawę, że zapewnienie zgodności z przepisami oraz realizacja przyjętej Strategii Odpowiedzialności może stanowić kolejne źródło ryzyka. Inne brane pod uwagę czynniki to m.in. brak gotowych rozwiązań spełniających nasze potrzeby, rosnące koszty, brak zaangażowania kluczowych interesariuszy oraz zmieniające się wzorce zachowania konsumentów.

Rozróżniamy dwa rodzaje czynników ryzyka związanych z prowadzoną działalnością – ryzyka strategiczne oraz ryzyka obszarowe. W przypadku czynników ryzyka, które w opinii właścicieli obszarów i Zarządu są najbardziej istotne, opracowywane są plany działania mające na celu ich ograniczenie. Do każdego działania przypisani są właściciele ryzyka z odpowiednich jednostek biznesowych, którzy poddają je regularnej ocenie i weryfikacji przy wsparciu Menedżera ds. Zarządzania Ryzykiem.

Szczegółowe informacje na temat czynników ryzyka, jakie uznaliśmy za istotne, można znaleźć w poniższej tabeli.

Jest niewiele istotnych decyzji biznesowych, których podjęcie nie wiązałoby się z ryzykiem. Prawidłowość ta jest szczególnie widoczna w dzisiejszym świecie, w którym wiele firm musi mierzyć się nowymi wyzwaniami, wynikającymi z ich wpływu na środowisko i społeczeństwo. Dlatego szczególnie ważne jest, abyśmy w pełni uwzględniali aspekty ESG przy podejmowaniu wszelkich decyzji biznesowych.

Agata Dopieralska
Dyrektorka Działu ds. Zarządzania Ryzykiem i Audytu Wewnętrznego

Kluczowy czynnik ryzyka	Opis	Wpływ	Działania
Strategia i planowanie			
Regulacje zewnętrzne	Ryzyko wprowadzenia niekorzystnych przepisów (np. przepisów prawa handlowego, zaostrzenia zakazu handlu w niedziele, pogorszenia warunków udzielania franczyzy, wprowadzenia nowych podatków, regulacji w zakresie ochrony klimatu).	Wprowadzenie nowych niekorzystnych przepisów może uniemożliwić osiągnięcie zamierzonych celów biznesowych.	<ul style="list-style-type: none"> Aktywne monitorowanie zmian legislacyjnych. Utworzenie wewnętrznych grup roboczych w celu oceny i przeciwdziałania skutkom wprowadzenia niekorzystnych przepisów.
Rozwój nowych obszarów działalności	Ryzyko niepowodzenia nowych przedsięwzięć biznesowych, np. q-commerce czy ekspansji międzynarodowej, w wyniku działań konkurencji, uwarunkowań rynkowych lub przyjęcia błędnych założeń.	Ryzyko nieosiągnięcia celów biznesowych założonych dla danego przedsięwzięcia.	<ul style="list-style-type: none"> Dla wszystkich nowych koncepcji rozwoju działalności, start-upów lub nabytych podmiotów, opracowuje się plan tworzenia wartości, którego realizacja podlega bieżącemu monitorowaniu, a w razie odchylenia – podejmowane są działania naprawcze. Restrukturyzacja jednostek biznesowych w celu usprawnienia zarządzania nowymi obszarami działalności.
Pozyskiwanie nowych franczyzobiorców	Ryzyko wzrostu wskaźnika rotacji franczyzobiorców lub niezdolność do przyciągnięcia nowych franczyzobiorców.	Oslabienie tempa ekspansji, a w konsekwencji – niezrealizowanie strategicznych celów w zakresie rozwoju działalności.	<ul style="list-style-type: none"> Staly dialog z franczyzobiorcami w celu zapewnienia doskonałości operacyjnej. Wsparcie finansowe i operacyjne dla nowego franczyzobiorcy na etapie otwierania działalności oraz przez kolejnych kilka miesięcy. Prowadzenie szkoleń i programu poleceń dla nowych franczyzobiorców. Elastyczność i dostosowywanie procedur do aktualnego otoczenia biznesowego. Wykorzystanie AI jako narzędzia wspierającego pozyskiwanie nowych franczyzobiorców.
Działalność operacyjna i infrastruktura			
Cyberbezpieczeństwo i bezpieczeństwo danych	Ryzyko naruszenia bezpieczeństwa danych w systemach informatycznych.	Ziszczenie się tego ryzyka może prowadzić do znaczących konsekwencji finansowych i utraty reputacji.	<ul style="list-style-type: none"> Wdrożenie systemu zarządzania bezpieczeństwem informacji ISO27001. Opracowanie i wdrożenie odpowiednich procedur i instrukcji w zakresie zarządzania współpracą z dostawcami usług IT oraz zakupami produktów i usług IT. Wdrożenie narzędzi IT wspierających zarządzanie danymi i zwiększając ich bezpieczeństwo. Regularne szkolenia dla pracowników i franczyzobiorców. Działania zapobiegawcze (systematyczne szkolenia dla pracowników i franczyzobiorców, testy penetracyjne, monitorowanie sieci i systemów przez Centrum Bezpieczeństwa Operacyjnego).
Pracownicy i dostęp do wykwalifikowanej kadry	Ryzyko ograniczonej dostępności pracowników i kandydatów do pracy dysponujących wymaganymi kompetencjami.	Nieemożność osiągnięcia założonych celów biznesowych z powodu obniżonej produktywności i mniejszego wkładu ze strony firmy. Brak wykwalifikowanych pracowników może sprawić, że firma będzie mniej konkurencyjna na rynku. Niekorzystny wpływ na kulturę firmy, spowodowany zwiększonym stresem i presją na obecnych pracowników.	<ul style="list-style-type: none"> Spójna komunikacja z kandydatami na temat perspektyw rozwoju zawodowego w Grupie Żabka. Definiowanie wartości korporacyjnych, które pomogą przyciągnąć kandydatów o odpowiednich kompetencjach, opracowanie i wdrożenie strategii budowania wizerunku Żabki jako pracodawcy. Oferowanie konkurencyjnych warunków wynagrodzenia i pakietów świadczeń. Oferowanie możliwości awansu i rozwoju osobistego oraz inwestowanie w szkolenia i rozwój pracowników.
Ceny energii	Możliwość wzrostu kosztów energii i ograniczenia jej dostępności, np. w wyniku wprowadzenia przepisów zwiększających koszty wydobycia paliw kopalnych, rosnącego poziomu cen uprawnień do emisji CO ₂ na rynku UE, zwiększonego zapotrzebowania na energię i/lub konieczności przejścia na niskoemisyjne źródła energii.	Wahania cen energii elektrycznej mogą utrudniać budżetowanie i planowanie finansowe. W skrajnych przypadkach zbyt wysokie ceny energii mogłyby zmusić Grupę Żabka do ograniczenia działalności.	<ul style="list-style-type: none"> Wdrożenie strategii energetycznej, obejmującej podpisanie długoterminowych umów na zakup energii elektrycznej z dostawcami (cPPA) oraz zawieranie kontraktów na towarowej giełdzie energii. Wprowadzanie innowacji w celu ograniczenia zużycia energii w sklepach i biurach.

Patrzymy w przyszłość

Nieustannie analizujemy trendy, które będą miały największy wpływ na przyszłość nas wszystkich.

Od kilku już lat staramy się identyfikować najistotniejsze, często powiązane ze sobą siły, które w kolejnych latach będą motorem zasadniczych zmian w Polsce i na świecie. Obejmują one cztery główne kategorie:

Środowisko i zmiany klimatyczne.

Kategoria ta to nie tylko ekstremalne zjawiska pogodowe. Zmiany klimatyczne wymuszają wprowadzenie nowych sposobów wytwarzania energii, jak i przyjęcie odmiennych wzorców jej zużycia, co z kolei wpłynie na produkcję żywności, architekturę i urbanistykę. Następstwem zmian klimatycznych będą również masowe migracje w niektórych częściach świata oraz pojawienie się nowych chorób u zwierząt i ludzi. To wszystko spowoduje konieczność nie tylko ochrony naturalnych ekosystemów, ale również ich odbudowy.

Niestabilność geopolityczna.

Napięcia w relacjach między państwami będą w dalszym ciągu wpływać na życie ludzi na całym świecie, nie tylko w strefach konfliktów. Oprócz ogromu ludzkich cierpień, wśród istotnych skutków społecznych, politycznych i gospodarczych tej sytuacji należy wymienić zwiększoną skalę rozjemczych operacji wojskowych, wzrost wydatków na obronność oraz

działania polityczne mające na celu utrzymanie sojuszy. Oczywistym jest, że potrzeba przywrócenia granic i kontroli między strefami konfliktów jeszcze długo nie przeminie.

Zmiany technologiczne.

Technologie oparte na sztucznej inteligencji i uczeniu maszynowym nie tylko zagrażają poszczególnym zawodom, lecz także doprowadzą do dalszej automatyzacji szeregu procesów produkcyjnych i związanych ze sprzedażą. Jednym z następstw tego zjawiska będzie tworzenie zupełnie nowych narzędzi poprzez integrację dotychczas funkcjonujących oddzielnie rozwiązań dla biznesu i konsumentów. Spodziewamy się również rozwoju nowych technologii, umożliwiających czystsze i bardziej efektywne wydobywanie oraz przetwarzanie surowców.

Zmiany społeczno-gospodarcze.

Zakładamy, że świat, w którym żyjemy, stanie się bardziej zdecentralizowany, a wpływ lokalnych społeczności i ich rola w planowaniu i realizacji lokalnych inicjatyw gospodarczych - wzrosną. Może to pomóc zaradzić rosnącym kosztom życia, m.in. poprzez opracowanie nowych sposobów ich kontrolowania. Więcej uwagi będzie się poświęcać zdrowiu - zarówno fizycznemu, jak i psychicznemu, a obszary takie jak transport, opakowania, emisje czy ogrzewanie będą poddane nowym uregulowaniom.

Zagrożenia wynikające z rewolucyjnych zmian są jak najbardziej realne i obejmują niekorzystne oddziaływania na klimat, skalę niepokoju społecznych, czy też niedobory energii bądź surowców. Rolę do odegrania w stawianiu im czoła mamy wszyscy. Grupa Żabka inwestuje w wiele różnych potencjalnych rozwiązań: od rozwoju nowych technologii związanych z żywnością po gotowe produkty spożywcze i usługi żywieniowe. Nieustannie pogłębiamy naszą wiedzę, aby móc skupić się na najistotniejszych kwestiach i skrócić czas opracowywania innowacji.

Jan Kisielewski

Dyrektor ds. Strategii Konsumentkich i Marki

Radar Trendów

Tworzymy wartość poprzez upraszczanie ludziom życia i umożliwianie im uwalniania ich czasu, jednocześnie zachęcając każdego do prowadzenia odpowiedzialnego stylu życia na co dzień. Nasze podejście uwzględni informacje wynikające z Radaru Trendów (zob. niżej), który powstał w oparciu o raport opracowany wspólnie z infuture institute, a dotyczący najistotniejszych czynników, które wpływają i w ciągu najbliższych pięciu lat będą wpływać na Strategię Odpowiedzialności Grupy Żabka.

Dowiedz się więcej



KLIKNIJ LUB ZESKANUJ

Świadoma konsumpcja

Konsumenci w coraz większym stopniu zdają sobie sprawę ze społecznego, środowiskowego i ekonomicznego oddziaływania podejmowanych przez siebie decyzji. Wiedza ta przyczynia się do rozwoju świadomej konsumpcji, polegającej na wybieraniu produktów, które są zarówno korzystne dla zdrowia, jak i ekologiczne. Aż 73% Polek i Polaków twierdzi, że czyta etykiety na artykułach spożywczych, coraz częściej rezygnując z tych, które zawierają olej palmowy, sztuczne barwniki czy glutaminian sodu. Starają się też mniej kupować i dzięki temu mniej wyrzucać - 50% z nich stawia sobie za cel unikanie marnotrawstwa. Ponadto dla 40% polskiego społeczeństwa istotne są kwestie ochrony klimatu, w związku z czym z większą dokładnością segregują odpady, poddają je recyklingowi i nie kupują niepotrzebnie jednorazowych produktów. Coraz więcej osób wyszukuje również artykuły certyfikowane pod kątem etycznego sposobu ich pozyskiwania. Dotyczy to zwłaszcza kawy i kakao.

Lokalne działania

Lokalne sklepy korzystnie oddziałują na społeczności w których funkcjonują. Wspierają wzrost gospodarczy, tworząc miejsca pracy, wypłacając wynagrodzenia i generując przychody z podatków, a także kreując popyt na produkty pochodzące od lokalnych dostawców i wytwórców. Stanowią również ważne ośrodki życia społecznego, w których okoliczni mieszkańcy spotykają się, rozmawiają i integrują. Przyczyniają się do zrównoważonego rozwoju, wspierając lokalne inicjatywy ekologiczne oraz ograniczając powstawanie odpadów i zużycie energii - zwłaszcza paliwa wykorzystywanego na dojazd do położonych dalej centrów handlowych. Angażują swoje społeczności poprzez wspieranie lokalnych inicjatyw, szkół, klubów sportowych, organizacji charytatywnych i innych lokalnych działań. Ułatwiają codzienne życie, umożliwiając nabycie czy skorzystanie z szeregu niezbędnych produktów i usług w jednym miejscu. Oprócz zakupów spożywczych jest to między innymi opłacanie rachunków, wypłata gotówki czy odbiór paczek.

Transparentność i inkluzywność

Odpowiedzialne organizacje to takie, które dbają o swoje otoczenie, w tym - o społeczności lokalne w obrębie których działają, oraz środowisko naturalne. Równie ważne są dla nich standardy etyczne, sprawiedliwość i dobrostan pracowników. Niezbędnymi elementami prawdziwie odpowiedzialnej kultury organizacyjnej są transparentność i inkluzywność. Ta pierwsza cecha oznacza, że pracownicy i pozostali interesariusze mają zapewniony dostęp do czytelnych i rzetelnych informacji na temat działalności danej organizacji, w tym jej sytuacji finansowej i sposobów zarządzania zasobami. Transparentność wymaga również angażowania pracowników w procesy decyzyjne i otwartego dialogu na temat podjętych decyzji. Inkluzywność polega z kolei na zapewnianiu równych szans każdemu, bez względu na jego wiek, płeć czy pochodzenie tak, by dana organizacja mogła w pełni korzystać z jak najszerszego spektrum reprezentowanych w niej punktów widzenia. Oznacza to również dbanie o zdrową równowagę między pracą a życiem prywatnym przy jednoczesnym zapewnianiu każdemu szans na rozwój kompetencji z korzyścią dla niego samego oraz ogółu.

Ochrona przyrody

Gospodarka obiegu zamkniętego to sposób na minimalizowanie ilości wytwarzanych odpadów poprzez uszczelnianie obiegu produktów, materiałów i surowców. Osiągnięcie tego celu wymaga takiego projektowania dóbr, aby nadawały się do wielokrotnego użytku bądź recyklingu. Szczególnie istotne jest przy tym zapewnienie ich trwałości i zdolności do naprawy, między innymi poprzez dobór odpowiednich materiałów. Podejście to nie tylko skłania konsumentów do segregowania odpadów i poddawania ich recyklingowi, lecz również sprzyja przechodzeniu od własności do subskrypcyjnego modelu korzystania z dóbr i usług. Przyczynia się to także do rozwoju rynku produktów używanych, które są coraz częściej odsprzedawane lub wymieniane za pośrednictwem specjalnych sklepów lub platform internetowych. Ponadto rośnie wykorzystanie technologii AI, Blockchain i Internetu rzeczy do wskazywania zagrożeń i opracowywania rozwiązań, ponieważ coraz więcej firm zdaje sobie sprawę z konieczności ochrony przyrody, w tym zachowania bioróżnorodności i przeciwdziałania zmianom klimatycznym.

Artystyczne interpretacje hasła „Wygodnie i odpowiedzialnie”



Katarzyna Panek

W 2023 r. Grupa Żabka była partnerem głównym 24. edycji konkursu organizowanego przez Galerię Plakatu AMS. Impreza ta od ponad dwóch dekad zwraca uwagę na istotne tematy społeczne i kulturalne. Jako partner wydarzenia mieliśmy przyjemność przyznać nagrodę specjalną twórczyni plakatu uznanego za najtrafniejszą interpretację wizualną naszego przewodniego hasła Strategii Odpowiedzialności, czyli „Wygodnie i odpowiedzialnie”.

Niezwykła różnorodność

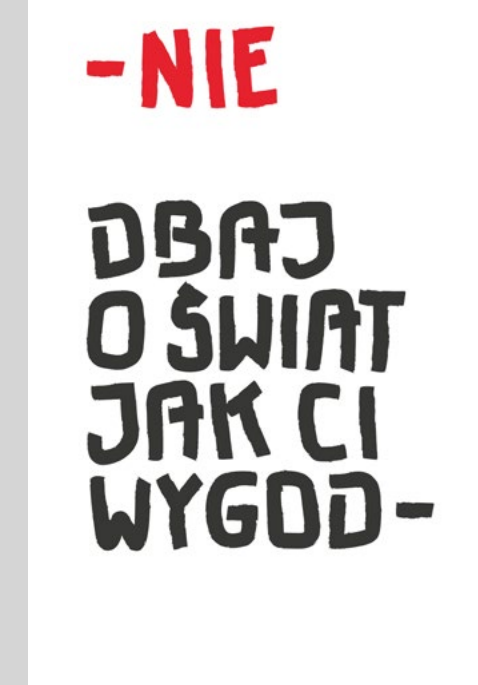
o konkursu, stanowiącego niewątpliwie twórcze wyzwanie, zgłoszono prawie 900 prac. Poruszały one wiele istotnych kwestii związanych ze zrównoważonym rozwojem, odpowiedzialnością za otoczenie i zaangażowaniem społecznym. Rozpiętość tematyczna, kreatywność i niezwykła różnorodność form ekspresji artystycznej zrobiły ogromne wrażenie na wszystkich osobach zaangażowanych w konkurs.

Przyznawaną przez Grupę Żabka nagrodę specjalną otrzymała Katarzyna Panek, wyróżniono też pracę autorstwa Anny Czochary oraz pracę zgłoszoną wspólnie przez Agatę Gołębiowską i Natalię Majchrzak.

Zwycięzcy otrzymali nie tylko nagrodę pieniężną od Grupy Żabka – ich plakaty, razem z pracami zwycięzców w pozostałych kategoriach, zostały również zaprezentowane na nośnikach tradycyjnych i cyfrowych w przestrzeni miejskiej w całej Polsce – w ramach wystawy objazdowej, która rozpoczęła się w styczniu 2024 r.



Anna Czochara



Agata Gołębiowska
Natalia Majchrzak



Sandra Różycka

żyć wygodniej dzięki odpowiedzialnym rozwiązaniom

Wszystkie nadesłane prace pokazują, że wygodne i odpowiedzialne rozwiązania mogą i powinny iść w parze. Tak jak liczne grono utalentowanych artystów biorących udział w konkursie, tak Grupa Żabka przekonuje, że praktyczne rozwiązania oraz usługi, zarówno te dostępne w świecie rzeczywistym, jak i cyfrowym, pozwalają żyć wygodniej, a jednocześnie – dzięki ich zaprojektowaniu w sposób odpowiedzialny, mogą one przyczynić się do rozwoju społecznego i ochrony środowiska naturalnego. Dzięki nim możemy lepiej się odżywiać, przeciwdziałać marnowaniu żywności, angażować się społecznie i minimalizować negatywne oddziaływania na otoczenie.

Dowiedz się więcej



KLIKNIJ LUB ZESKANUJ

Laureatką głównej nagrody w konkursie została Sandra Różycka, której praca była jednym z niewielu plakatów, które nie wymagały typografii. Zdaniem przewodniczącego jury Macieja Buszewicza – grafika i profesora Akademii Sztuk Pięknych w Warszawie, „Jest to ilustracja narysowana z niezwykłą swobodą, ze świadomością ważności elementów kompozycji oraz wszystkiego, co buduje przestrzeń miejską. To bardzo pozytywny, ciepły i radosny plakat”.



FILAR 01

Zrównoważony styl życia

Ułatwiamy klientom zmianę ich codziennych nawyków na lepsze.



FILAR 01

Zrównoważony styl życia

ZOBOWIĄZANIE
2026WYNIK
2023Zwielokrotnienie wartości
sprzedaży produktów marek
własnych promujących
zrównoważony styl życia (w PLN)

1 392 mln

Wzrost udziału sprzedaży
produktów marek własnych
promujących zrównoważony
styl życia

60%

Zmniejszenie intensywności
marnowania żywności o 25%

-17,6%

Zagospodarowanie 50%
niesprzedanej żywności
w operacjach własnych

67%

Wzrost NPS klienta o 2 pkt.
co roku41
pkt.zrealizowano
założenia w 2023 r.częściowo zrealizowano
założenia w 2023 r.nie zrealizowano
założenia w 2023 r.

Nasze postępy

W 2023 r. Grupa Żabka realizowała różne działania mające na celu ułatwianie klientom prowadzenia zrównoważonego stylu życia, w tym – poprzez podejmowanie świadomych wyborów konsumenckich. Wiele z nich koncentrowało się na wspieraniu zdrowego odżywiania. Należy tu wymienić m.in. stosowanie oznaczeń Nutri-Score, które zwracają uwagę konsumentów na produkty o niskiej zawartości potencjalnie szkodliwych substancji, takich jak cukier, sól czy konserwanty.

Porcja DobreGO! to z kolei inicjatywa, której celem jest pokazanie ludziom, że zdrowe odżywianie nie musi być drogie, czasochłonne ani skomplikowane. W jej ramach klienci mogą wybierać spośród 170 produktów marek własnych Grupy Żabka o najwyższych notach Nutri-Score, tj. A lub B, a także wielu zdrowych artykułów spożywczych innych marek, sprzedawanych w naszych sklepach. Wszystkie one charakteryzują się zbilansowanym składem, w tym wysoką zawartością błonnika, białka, owoców i warzyw.

Naszą ofertę kierujemy również do osób o szczególnych potrzebach żywieniowych, w tym wegan i diabetyków. Za pośrednictwem Maczfit, dostawcy cateringu dietetycznego, każdy może zamówić najodpowiedniejszą dla siebie dietę. Najmłodszych odbiorców edukujemy na temat zdrowego odżywiania za pomocą specjalnej gry na platformie Roblox.

Zdrowo funkcjonujący ekosystem żywienia to jednak nie tylko zdrowe odżywianie. Naszym celem jest również ułatwianie klientom ograniczenia marnotrawstwa żywności poprzez umożliwianie nabywania wyłącznie takich porcji artykułów spożywczych, jakich w danym momencie potrzebują. Wykorzystując sztuczną inteligencję, dostosowujemy asortyment w poszczególnych sklepach do rzeczywistych potrzeb okolicznych mieszkańców. Ułatwiamy w ten sposób zakup poszukiwanych produktów i eliminujemy zbędny ślad środowiskowy.

Podejście do zarządzania

Dowiedz się więcej o naszym podejściu do zarządzania tym obszarem i zapoznaj się z powiązаныmi dokumentami.



KLIKNIJ LUB ZESKANUJ

Dążymy do tego, aby klienci mogli jak najefektywniej wykorzystać czas spędzony w sklepach naszej sieci, a zakupy w nich jak najbardziej odróżniały nas od konkurencji. W praktyce oznacza to, że średni czas robienia zakupów w Żabce wynosi ok. dwóch minut, a nasza oferta obejmuje również cały wachlarz wygodnych usług, np. Kawonament (jedyny w swoim rodzaju abonament na kawę) czy usługę czyszczenia i naprawy obuwia WoshWosh.

DOBRE PRAKTYKI

Dowiedz się więcej
o naszych działaniach
w tym obszarze



KLIKNIJ LUB ZESKANUJ

W TROSCE
O BIORÓŻNORODNOŚĆ

Aby zapewnić kolejnym pokoleniom możliwość korzystania z bogactw przyrody, musimy zadbać o zachowanie bioróżnorodności jako naszego wspólnego dziedzictwa. Chcąc aktywnie uczestniczyć w realizacji globalnych celów w tym zakresie, w 2023 r. przyjęliśmy Politykę Bioróżnorodności. Polityka ta określa ogólne zasady zapobiegania utracie bioróżnorodności, a także główne kierunki działań podejmowanych w tym obszarze. Koncentruje się ona na ochronie ekosystemów, między innymi poprzez przeciwdziałanie wylesianiu. Przyjęta polityka obowiązuje spółkę Żabka Polska, jej franczyzobiorców oraz dostawców produktów marek własnych.

W ramach naszego zaangażowania na rzecz ochrony bioróżnorodności przyjrzelśmy się także bliżej łańcuchowi dostaw Grupy Żabka. Od 2023 r. do sprzedaży w naszej sieci dopuszczamy produkty zawierające olej palmowy tylko w sytuacji, gdy są one odpowiednio certyfikowane. Wymóg ten przyczynia się do ochrony lasów deszczowych i siedlisk dzikich zwierząt. Podjęliśmy również kroki na rzecz poprawy dobrostanu zwierząt i dokładamy wszelkich starań, aby produkty naszych marek własnych pochodziły w jak największym stopniu ze zrównoważonych źródeł. Ponadto wyeliminowaliśmy z oferty jaja z chowu klatkowego i wprowadziliśmy zasady dotyczące zrównoważonego pozyskiwania surowców wykorzystywanych w produkcji artykułów marek własnych, w tym składników roślinnych, ryb i owoców morza.

Porcja dobreGO!

Ułatwiamy dobre odżywianie.

170
produktów
marek własnych
ocenionych
w skali Nutri-
Score na A lub B



Niemal
70%
dorosłych Polaków
regularnie kupuje
gotowe posiłki



+85%

Wzrost sprzedaży produktów
z oceną A lub B w skali
Nutri-Score od początku
kampanii



Sklepy Żabka odwiedza dziennie ok. 3 mln klientów. Wielu z nich kojarzy zdrowe odżywianie z posiłkami wymagającymi skomplikowanego przygotowywania. Celem programu Porcja DobreGO! jest zmiana tej perspektywy. Zdrowe i smaczne jedzenie jest obecnie łatwo dostępne i można do niego zaliczyć również gotowe dania, po które regularnie sięga – jak wskazują badania Grupy Żabka – 70% dorosłych Polaków. Zdając sobie z tego sprawę, umożliwiamy klientom nabywanie pełnowartościowych produktów spożywczych na co dzień. Dzięki nam konsumenci nie muszą już dłużej zastanawiać się, jak zadbać o zdrową i smaczną dietę, ponieważ robimy to za nich.

Jakub Malec
Menadżer ds. Zrównoważonego Żywienia

Program Porcja DobreGO! promuje dobrze zbilansowaną dietę, opartą na szybkich, smacznych i zdrowych posiłkach na każdą porę dnia. W ofercie dostępne są gotowe dania i przekąski, od popularnych klasyków po bardziej egzotyczne smaki. Za pośrednictwem programu pokazujemy,

że zdrowie odżywianie nie musi być czasochłonne ani skomplikowane. Klienci mają możliwość wyboru spośród 170 produktów marek własnych, które uzyskały ocenę A lub B w skali Nutri-Score. Ponadto oznaczenie Porcja dobreGO! znajduje się na wielu artykułach

marek własnych, w tym Szamamm, Haps, Dobra Karma czy Tomcio Paluch. Dzięki temu klienci mogą dokonywać bardziej świadomych wyborów żywieniowych dla siebie samych i swoich najbliższych.

Dowiedz się więcej



KLIKNIJ LUB ZESKANUJ



Porcja DobreGO!
to wartościowe posiłki
na każdą porę dnia
od Żabki



FILAR 02

Pozytywny wpływ na otoczenie

Wspólnie ze współpracującymi z nami przedsiębiorcami wywieramy pozytywny wpływ na gospodarkę.



FILAR 02

Pozytywny wpływ na otoczenie

ZOBOWIĄZANIE
2026

WYNIK
2023

Wzrost NPS franczyzobiorców w wyniku współpracy z Żabką

+ 10 pkt.

Utrzymanie wskaźnika całkowitej rotacji franczyzobiorców na dotychczasowym poziomie

16%

100% partnerów biznesowych zapoznanych z Kodeksem Postępowania

61%

Zaangażowanie partnerów biznesowych odpowiedzialnych za 75% wydatków zakupowych z obszaru produktów i usług w ustalenie naukowo potwierdzonych celów redukcyjnych

61%

zrealizowano założenia w 2023 r.

częściowo zrealizowano założenia w 2023 r.

nie zrealizowano założenia w 2023 r.

Nasze postępy

Kolejnym kamieniem milowym w rozwoju Żabki stanie się już wkrótce liczba 9 000 franczyzobiorców, prowadzących swoje sklepy we wszystkich zakątkach Polski. Nowi franczyzobiorcy mogą liczyć na kompleksowe wsparcie z naszej strony, w tym - na pełne wyposażenie sklepu, szkolenia, dostęp do innowacyjnych rozwiązań - takich jak program Optiplan czy aplikacja Cyberstore oraz możliwość prowadzenia sklepów w różnych formatach modern convenience. W grudniu 2023 r. przeprowadziliśmy kolejne badanie satysfakcji wśród franczyzobiorców, a jego wyniki stanowią dla nas powód do dumy. Odnotowane wskaźniki satysfakcji były najwyższe od momentu rozpoczęcia pomiarów przez Grupę Żabka. 44% franczyzobiorców oceniło współpracę z nami na 9 lub 10. Ponadto we współpracy z WoshWosh Żabka rozszerzyła swoją ofertę usług o czyszczenie

i naprawę obuwia. Tym samym zachęcamy klientów do naprawy starych zamiast zakupu nowych butów.

Wierzmy, że kluczem do sukcesu jest zrównoważone i skoordynowane działanie, więc angażujemy partnerów biznesowych w budowanie współpracy opartej na zaufaniu oraz wspólnych wartościach. Uważamy, że jedynie dzięki takiemu podejściu nasza działalność może przynosić realną zmianę i umożliwiać prowadzenie odpowiedzialnego biznesu oraz tworzenie wartości dla klientów. Aby wzmocnić naszą współpracę, uruchomiliśmy platformę internetową Czysty biznes, która stanowi przestrzeń wymiany doświadczeń, inspiracji, inicjatyw oraz wspólnych działań na rzecz zrównoważonego rozwoju. Prowadzimy nieustanny dialog z naszymi partnerami, regularnie zbierając opinie na temat dotychczasowej współpracy. W ogólno-

Podejście do zarządzania

Dowiedz się więcej o naszym podejściu do zarządzania tym obszarem i zapoznaj się z powiązаныmi dokumentami.



KLIKNIJ LUB ZESKANUJ

polskim badaniu satysfakcji dostawców (NFS), przeprowadzonym w 2023 r., uzyskali najwyższy wynik spośród ponad 20 sieci handlowych. Ponadto zostaliśmy nagrodzeni tytułem „Retailer of the Year 2022 - Wybrany przez dostawców” w kategorii Sklepy Małego Formatu/Convenience oraz nagrodą specjalną - „Sustainable Retailer of the Year.”

DOBRE PRAKTYKI

Dowiedz się więcej o naszych działaniach w tym obszarze



KLIKNIJ LUB ZESKANUJ

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ DLA ZRÓWNOWAŻONEGO BIZNESU

W 2023 r. uruchomiliśmy Akademię Przedsiębiorczości. Jej zadaniem jest poszerzenie wiedzy franczyzobiorców z zakresu sprzedaży, zarządzania finansami, organizacji oraz kadr, a w efekcie - wsparcie ich w prowadzeniu działalności. Przedsięwzięcie realizowane jest wspólnie z ekspertami z rynku franczyzy oraz Wydziałem Zarządzania Politechniki Warszawskiej. Dotychczas blisko 70 franczyzobiorców odbyło ok. 200 szkoleń stacjonarnych i ponad 66 w trybie online. Ich efektem jest rozwój umiejętności w zakresie prowadzenia własnego sklepu. Istotną częścią Akademii, oprócz formalnego kształcenia, jest umożliwianie słuchaczom wymiany wiedzy i doświadczeń, a przez to - rozwoju osobistego i samorealizacji. Aby pomyślnie ukończyć kurs, uczestnicy zobowiązani są nie tylko zaliczyć każdy z modułów szkoleniowych, lecz również zdać egzamin końcowy oraz opracować indywidualną propozycję rozwoju przedsiębiorczości dla swojej franczyzy, czyli tzw. Mapę Rozwoju Przedsiębiorczości. Dążymy do tego, aby szkolenie w ramach Akademii Przedsiębiorczości odbywał każdy nowy franczyzobiorca sieci Żabka. Ponadto wszystkim współpracującym z nami przedsiębiorcom udostępniamy specjalną platformę edukacyjną, za pośrednictwem której przekazujemy aktualności oraz materiały szkoleniowe i informacyjne, a także oferujemy udział w szkoleniach i webinarach.

Franczyza w najprostszym wydaniu

Z dobrą współpracą, skuteczną edukacją i innowacyjnymi technologiami, franczyza jest prostsza.

Prawie
9 000

franczyzobiorców współpracujących z Żabką

34

godziny oszczędzone miesięcznie przez każdego sprzedawcę na zadaniach sprzedażowych - dzięki Asystentowi Żabki

Okolo
18 000

uczestników programu SprzedawcaPRO

66

franczyzobiorców ukończyło Akademię Przedsiębiorczości

Udział w inicjatywach francyzocentrycznych jest ważnym elementem działalności franczyzobiorców. To projekty, które w realny sposób wspierają nas i naszych pracowników w codziennej pracy, pomagają w optymalizacji kosztów, sprawiają, że efektywność staje się naszą drugą naturą.

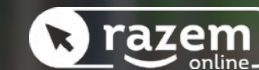
Nie wyobrażam sobie funkcjonowania bez takich narzędzi jak Cyberstore, Asystent Żabka, Zdalny dostęp, Razem online, Akademia Przedsiębiorczości, czy SprzedawcaPRO. Dzięki takim inicjatywom nasza społeczność zyskuje szereg efektywnych rozwiązań. Sprzyja to nie tylko naszemu indywidualnemu rozwojowi, ale także buduje silne więzi pomiędzy franczyzobiorcami, klientami i organizacją, tworząc przestrzeń do wzajemnej współpracy.

Trzeba podkreślić, że franczyzobiorcy aktywnie uczestniczą w kreowaniu zmian, w powstawaniu i rozwijaniu projektów francyzocentrycznych. Z wielkim zaangażowaniem do prac włączają się Stacja Innowacja, Rada Franczyzobiorców oraz Strażnicy Francyzocentryczności.

Izabela Jeniec-Kardasz
Przewodnicząca Rady Franczyzobiorców



WYBRANE INICJATYWY FRANCYZOCENTRYCZNE



INTRANET DLA FRANCYZOBIORCÓW

Nowoczesne i intuicyjne narzędzie komunikacji dla franczyzobiorców, zapewniające błyskawiczny dostęp do informacji i wiedzy na temat Żabki



CYBERSTORE

Cyfrowe narzędzie dla franczyzobiorców. W wersji mobilnej zapewnia dostęp do podstawowych informacji wymaganych do prowadzenia sklepu, a w wersji webowej – do szczegółowych raportów i analiz.



SPRZEDAWCAPRO

SprzedawcaPRO to platforma, za pośrednictwem której wspieramy franczyzobiorców w szkoleniu i motywowaniu sprzedawców w ich sklepach. Oprócz materiałów szkoleniowych zamieszczamy na niej aktualności i informacje o konkursach.



AKADEMIA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

Seria szkoleń mających na celu doskonalenie umiejętności w zakresie prowadzenia sklepu, w tym - w kierowaniu zespołem i zarządzaniu finansami



ASYSTENT ŻABKI

Element OptiPlanu, którego zadaniem jest wsparcie franczyzobiorców w optymalizacji pracy wykonywanej w sklepie. To narzędzie ułatwiające organizowanie czasu pracy franczyzobiorcy i jego zespołu. Ma formę aplikacji zainstalowanej na tablecie sklepowym.

Dowiedz się więcej



KLIKNIJ LUB ZESKANUJ

czysty biznes

Wspólnie możemy osiągnąć więcej. Dla klientów, społeczności lokalnych i całej planety.

Krajowi dostawcy
odpowiadali łącznie za

98%

wartości naszych
zamówień

489

spośród naszych
dostawców to firmy
krajowe

Współpracujemy z

519

dostawcami

61%

dostawców
(wg wolumenu obrotów)
zapoznanych z Kodeksem
Postępowania

Jesteśmy partnerem

No. 1

* zgodnie z ogólnopolskim badaniem satysfakcji dostawców (NFS), w którym uzyskaliśmy najwyższy wynik spośród ponad 20 sieci handlowych.

Uczciwy biznes to biznes, który tworzy wartość w sposób zrównoważony i z dbałością o planetę. Aby mieć pewność, że nasi dostawcy myślą podobnie, wdrożyliśmy **Politykę Praw Człowieka** oraz **Kodeks Po dla Partnerów Biznesowych**. Dobra współpraca oparta jest jednak nie tylko na oczekiwaniach, lecz przede wszystkim na dzieleniu się wiedzą i wzajemnym inspirowaniu się. Dlatego też tak istotne znaczenie dla nas i naszych partnerów biznesowych mają coroczne **Spotkania z partnerami handlowymi**. Stanowią one forum, na którym dzielimy się najlepszymi praktykami, omawiamy perspektywę dalszego wspólnego rozwoju i świętujemy nasze partnerstwo. Przez cały rok zaś wspieramy budowanie zrównoważonej współpracy i skutecznie dzielimy się wiedzą za pośrednictwem platformy **Czysty biznes**, którą nieustannie udoskonalamy i na którą zapraszamy wszystkich dostawców Grupy Żabka.

Piotr Rajewski
Dyrektor Handlowy

Dowiedz się więcej

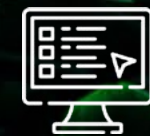


KLIKNIJ LUB ZESKANUJ



SPOTKANIE Z PARTNERAMI HANDLOWYMI

Doroczne spotkanie, stanowiące forum, na którym prezentujemy naszą strategię i wizję rozwoju oraz dzielimy się najlepszymi praktykami z partnerami biznesowymi. W trakcie spotkań omawiamy także perspektywę dalszego wspólnego rozwoju i świętujemy nasze partnerstwo.



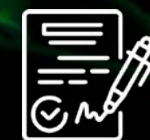
**CZYSTY
BIZNES**

Cyfrowa platforma dla dostawców, przeznaczona do wymiany doświadczeń, dzielenia się inspiracjami oraz inicjowania wspólnych działań na rzecz zrównoważonego rozwoju.



**VENTURE
STUDIO**

Jednostka biznesowa odpowiedzialna za realizację programów akceleryacyjnych. Start-upy wybrane do udziału w tych programach otrzymują fachową pomoc, a ich innowacyjne produkty mają szansę ułatwić konsumentom codzienne życie.



**KODEKS
POSTĘPOWANIA
DLA PARTNERÓW
BIZNESOWYCH**

Zbiór zasad kształtujących relacje spółki z otoczeniem. Określa aspiracje i kierunki rozwoju, które chcemy realizować wspólnie z partnerami biznesowymi.



**POLITYKA PRAW
CZŁOWIEKA
DLA PARTNERÓW
BIZNESOWYCH**

Dokument informujący naszych partnerów biznesowych, jak przestrzegać międzynarodowych norm w zakresie ochrony praw człowieka, w tym norm wynikających z Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka oraz konwencji Międzynarodowej Organizacji Pracy.



FILAR 03

Odpowiedzialna organizacja

Tworzymy wiarygodną organizację zaangażowanych ludzi.



FILAR 03

Odpowiedzialna organizacja

ZOBOWIĄZANIE
2026

WYNIK
2023

Top 25% najlepszych pracodawców wg badania Instytutu Gallupa

74.
percentyl
(top 26%)

Wzrost wskaźnika zadowolenia pracowników z działań firmy na rzecz ich rozwoju (pytanie 12. w Badaniu Instytutu Gallupa)

4,41
pkt.

100% pracowników przeszkolonych z kodeksu etyki

100%

100% pracowników przeszkolonych w zakresie cyberbezpieczeństwa

99%

zrealizowano
założenia w 2023 r.

częściowo zrealizowano
założenia w 2023 r.

nie zrealizowano
założeń w 2023 r.

Nasze postępy

Dla powodzenia naszej misji niezbędne jest, aby nasi pracownicy byli traktowani z szacunkiem, czuli się doceniani i mieli możliwość pełnej realizacji swojego potencjału. Właśnie dlatego fundamentem kultury organizacyjnej Grupy Żabka są wartości takie jak różnorodność, równość i inkluzywność, a także wzajemny szacunek oraz zapewnianie równych szans.

Dbamy o integrację wszystkich osób w miejscu pracy poprzez wdrażanie odpowiednich zasad i udział w inicjatywach ją promujących. Jesteśmy sygnatariuszem Karty Różnorodności, dodatkowo w 2021 r. przyjęliśmy Politykę Równości, która pozostaje istotnym punktem odniesienia naszych działań. Przeprowadzamy także systematyczne pomiary równości płci w naszej organizacji.

Tworzymy środowisko pracy oparte na zasadach sprawiedliwości, szacunku i równości w każdym wymiarze, dążąc do zniwelowania barier dla osób z niepełnosprawnościami oraz luki płacowej. W 2023 r. po raz pierwszy poddaliśmy się audytowi na potrzeby utrzymania certyfikacji Equal-Salary. Ocena wypadła pomyślnie, potwierdzając tym samym wysoką świadomość kierownictwa i

pracowników Grupy Żabka w zakresie kwestii związanych z równością płci.

Ponadto w tym samym roku w badaniu Instytutu Gallupa uplasowaliśmy się w 74. percentylu organizacji o najbardziej angażującym środowisku pracy na świecie. Jesteśmy również pierwszą firmą z Polski, która została uhonorowana nagrodą Gallup Exceptional Workplace Award.

Wśród naszych najnowszych inicjatyw w omawianym obszarze należy wymieść kampanię „Żabka to ludzie”, w ramach której nasi pracownicy i współpracownicy mają możliwość wyrażania się realizacją wartości Grupy Żabka poza miejscem pracy. Celem Programu Edukacyjnego DEI jest z kolei szkolenie kierownictwa, pracowników i współpracowników organizacji w zakresie zagadnień różnorodności, równości i inkluzywności, w tym inkluzywnego przywództwa i zapobiegania dyskryminacji.

Zgodnie z budowanym przez nas kompleksowym systemem etycznym, przestrzeganie prawa, międzynarodowych standardów oraz wszystkich obowiązujących regulacji, także tych dotyczących przeciwdziałania korupcji, traktujemy jako podstawowy obowiązek

Podejście do zarządzania

Dowiedz się więcej o naszym podejściu do zarządzania tym obszarem i zapoznaj się do nast. wiersza powiązаныmi dokumentami.



KLIKNIJ LUB ZESKANUJ

wszystkich pracowników i franczyzobiorców. Od momentu wdrożenia Kodeksu Etyki dla Pracowników, szkolenia z jego znajomości i przestrzegania ukończyło 100% naszej kadry. W 2023 r. do katalogu obowiązkowych programów szkoleniowych włączyliśmy szkolenie z zakresu cyberbezpieczeństwa. Dotychczas ukończyło je prawie 99% pracowników. Użytkaliśmy również certyfikat ISO27001 w zakresie bezpieczeństwa informacji. Wraz ze standardami ISO 9001, 14001, 22001 i 50001 stanowi on obecnie istotny element Zintegrowanego Systemu Zarządzania Grupy Żabka.

DOBRE PRAKTYKI

Dowiedz się więcej o naszych działaniach w tym obszarze



KLIKNIJ LUB ZESKANUJ

ŻABKA WŚRÓD LIDERÓW RÓŻNORODNOŚCI

Według rankingu Diversity Leaders 2024, stworzonego przez brytyjski dziennik Financial Times we współpracy z pracownią badawczą Statista, Grupa Żabka należy do najbardziej inkluzywnych organizacji w Europie. Na potrzeby zestawienia zebrano opinie ponad 100 000 pracowników z 16 europejskich krajów. Wśród 19 polskich firm, które zostały uwzględnione w rankingu, zajęliśmy 4. miejsce, plasując się w górnym kwartylu uzyskanych wyników.

Różnorodność i włączająca kultura organizacyjna to dla nas obszar o znaczeniu strategicznym. W codziennych decyzjach kierujemy się równościowym podejściem, które opiera się na obiektywnej, sprawiedliwej i pozbawionej uprzedzeń ocenie. Nieustannie dążymy do budowania środowiska pracy, w którym każda osoba, niezależnie od wieku, płci, sytuacji rodzinnej czy statusu ekonomicznego, jest traktowana z szacunkiem i czuje się doceniana. Aby spełnić to zobowiązanie, realizujemy szereg odpowiednich programów i inicjatyw - m.in. prowadzimy równościowo-inkluzywne szkolenia dla pracowników, organizujemy webinaria antydyskryminacyjne, a także szkolenia z inkluzywnego przywództwa dla członków naszego kierownictwa. Ponadto Grupa Żabka jako pierwsza polska firma uzyskała certyfikat Equal-Salary, który potwierdza brak różnicowania wynagrodzenia ze względu na płeć. Angażujemy się także w zewnętrzne inicjatywy, takie jak Karta Różnorodności czy Target Gender Equity. Wszystkie te działania mają na celu budowanie kultury organizacyjnej, w której rozpoznaje się i pomaga rozwijać potencjał każdego, tworząc jednocześnie środowisko oparte na współpracy i dzieleniu się doświadczeniem.

Jak Żabka buduje zaangażowanie

Grupa Żabka stale się rozwija i podejmuje nowe inicjatywy podnoszące poziom zaangażowania pracowników. Postępy mierzymy za pomocą ankiety opracowanej przez Instytut Gallupa (Gallup Q12), w której badamy wszystkich naszych pracowników i współpracowników. Wynik badania zaangażowania odzwierciedla zakres, w jakim pracownicy identyfikują się z misją i systemem wartości organizacji.

GALLUP

Nagroda Gallup
Exceptional
Workplace Award.

Ponad

5x

wyższe zaangażowanie
niż w przeciętnej
polskiej firmie.

94%

wskaźnik udziału
w badaniu
w 2023 r.

Grupa Żabka należy do 26% organizacji na świecie o najbardziej angażującym środowisku pracy, co potwierdza przyznanie nam w 2023 r. nagrody Gallup Exceptional Workplace Award. Zostaliśmy tym samym pierwszą polską firmą uhonorowaną tym wyróżnieniem. Dzięki badaniu Gallupa nie tylko wiemy jak czują się nasi pracownicy, ale mamy także możliwość poszerzenia naszej perspektywy zewnętrznej i porównania się z największymi firmami na świecie. Nagroda przyznawana jest w wyniku metaanalizy danych obejmujących odpowiedzi ponad 2 mln pracowników z 276 organizacji działających w 54 branżach i 96 krajach. Przeprowadzana ankieta jest najbardziej kompleksowym badaniem środowiska pracy na świecie.

Judyta Pastuszka
Menadżerka ds. Kultury Organizacyjnej

Dowiedz się więcej



KLIKNIJ LUB ZESKANUJ

Każdego roku, po przeprowadzeniu badania zaangażowania wśród pracowników, wszyscy menadżerowie, wraz ze swoimi bezpośrednimi podwładnymi i przy wsparciu działu HR, analizują wyniki swoich zespołów i wskazują pozycje ankiety Q12, które

wymagają omówienia i podjęcia działań. Raporty dotyczące poszczególnych zespołów służą menadżerom za punkt wyjścia do zaplanowania niezbędnych rozmów z podległymi im zespołami i zrozumienia tego, co mówią liczby. Kwestionariusz Instytutu

Gallupa, którym się posługujemy na potrzeby badania, stanowi ramy, które pomagają nam zrozumieć - jak tworzyć środowisko pracy, które sprzyja rozwojowi kompetencji wśród pracowników i skłania do pracy z pełnym zaangażowaniem.

2019
(n-1456)

Budowanie wśród menadżerów świadomości ich wpływu na potrzeby pracowników.

2021
(n-1871)

Budowanie zaangażowania pracowników jako niezbędnego czynnika do tworzenia odpowiedzialnej organizacji i realizacji strategii ESG.

2023
(n-2396)

4,41
74.

4,44
77.

4,30
66.

4,24
63.

3,47
14.

4,09
52.

2018
(n-1133)

Edukowanie menadżerów w kwestii znaczenia zaangażowania i sposobów jego pomiaru.

2020
(n-1650)

Koncentracja na pracy z zaangażowaniem, w obszarach wymagających szczególnego wsparcia.

2022
(n-2267)

Szkolenia rozwojowe dla menadżerów w zakresie 12 elementów zaangażowania.

*Percentyle obliczane są na podstawie grupy roboczej dobranej przez Instytut Gallupa. Poziom wynikający z bazy danych dla danego roku.



FILAR 04

Zielona planeta

Minimalizujemy swój ślad środowiskowy w całym łańcuchu wartości.



FILAR 04

Zielona planeta

ZOBOWIĄZANIE
2026WYNIK
2023

Zmniejszenie udziału plastiku pierwotnego w masie plastikowych opakowań produktów marek własnych o 25% (rok bazowy 2019)

30%

Osiągnięcie neutralności opakowaniowej dla produktów marek własnych

Osiągnięta

100% opakowań marek własnych zdolnych do recyklingu

91%

Ograniczenie emisji gazów cieplarnianych w zakresie 1 i 2 o 25% względem roku 2020 (bez offsetu)

-28,8%
17 282 tCO₂e

Obniżenie intensywności emisji gazów cieplarnianych w sklepach w zakresie 3 o 70% (rok bazowy 2020)

-60%
11,1 tCO₂e/m PLNzrealizowano
założenia w 2023 r.częściowo zrealizowano
założenia w 2023 r.nie zrealizowano
założenia w 2023 r.

Nasze postępy

Promowanie gospodarki o obiegu zamkniętym oraz zdobywanie wiedzy niezbędnej do ograniczenia naszego śladu węglowego były dwoma z najistotniejszych obszarów działań Grupy Żabka w 2023 r.

W zakresie zamykania obiegu surowców realizowaliśmy m.in. inicjatywę „Zielona Odnowa”. W jej ramach umożliwiliśmy klientom sieci Żabka zwrot butelek PET o pojemności do 2 l oraz metalowych puszek o pojemności do 1 l, zachęcając tym samym do proekologicznych postaw. Podobna idea przyświecała wprowadzeniu w sklepach Żabka wielorazowych zielonych kubków. W przypadku tego pomysłu dodatkową korzyścią jest opust w wysokości 1 PLN na dowolny gorący napój dla każdego, kto zakupi go do własnego kubka. Ponieważ sprzedajemy miliony gorących napojów rocznie, akcja ta przekłada się zarówno na oszczędności dla klientów, jak i ograniczenie ilości odpadów. Aby lepiej zrozumieć ślad węglowy Grupy Żabka, wdrożyliśmy specjalne narzędzie, integrujące oprogramowanie Microsoft Sustainability Manager z aplikacją do agregowania danych oraz modułem Power BI do niestandardowej sprawozdawczości. Platforma ta za-

pewnia nam pełen zakres funkcjonalności wymaganych do głębszej analizy emisji CO₂ oraz dokładniejszego raportowania w tym zakresie. Informacje uzyskiwane dzięki niej stanowią podstawę wszelkich działań służących ograniczaniu emisji w całym łańcuchu wartości naszej organizacji. Dotyczy to także realizacji planu zmniejszenia negatywnego wpływu na środowisko floty pojazdów Grupy Żabka. W jego ramach wprowadziliśmy ponad 900 aut hybrydowych, 300 hybryd typu plug-in oraz 30 samochodów z napędem w pełni elektrycznym. Ponadto wdrożyliśmy Politykę Mobilności, określającą zasady i dobre praktyki w zakresie podróżowania dla pracowników i współpracowników. Skuteczność tych działań zwiększają zainstalowane przez firmę ładowarki do samochodów oraz specjalny program motywujący kierowców do ekonomicznej i bezpiecznej jazdy. Ponadto udział samochodów dostawczych spełniających normy Euro 5 lub Euro 6 we flocie Grupy Żabka wzrósł do 76,61%. Aby ograniczyć zależność od suchego lodu, w coraz większym stopniu korzystamy też z aut wyposażonych w chłodziwo.

DOBRE PRAKTYKI

Dowiedz się więcej o naszych działaniach w tym obszarze



KLIKNIJ LUB ZESKANUJ



DROGA KU PRZYSZŁOŚCI

Jednym z priorytetów Grupy Żabka jest ograniczenie emisji związanej z eksploatacją firmowej floty pojazdów. W tym celu podejmujemy szereg różnych działań. Obecnie dysponujemy 900 samochodami hybrydowymi i 300 z napędem hybrydowym typu plug-in, a w ciągu najbliższych dwóch lat planujemy wymieć kolejnych ponad 200 aut na bardziej ekologiczne, a także rozbudować infrastrukturę ładującą na terenie należących do Grupy obiektów oraz zainstalować ładowarki w domach pracowników.

Staramy się również pozytywnie wpływać na nawyki kierowców, między innymi za pośrednictwem programów takich jak „Ambasadorzy Elektromobilności” czy „Drive the Future”. Ten drugi motywuje do bezpieczniejszej i bardziej ekologicznej jazdy poprzez zbieranie i prezentowanie informacji o stylu prowadzenia auta przez różnych kierowców.

W programie wykorzystywana jest aplikacja Cartrack, która analizuje średnie spalanie, prędkość i dynamikę jazdy, aby zaklasyfikować technikę jazdy danego kierowcy jako bezpieczną bądź nie, akceptowalną lub nieakceptowalną. Ponadto aplikacja umożliwia porównywanie kierowców, tworząc ranking ich stylów jazdy. Osoby, które uplasują się najwyżej w tym zestawieniu, mogą liczyć na tytuł Mistrza Eko-jazdy, w programie można też wygrać atrakcyjne nagrody. Dzięki stworzeniu warunków do koleżeńskej rywalizacji inicjatywa ta przyczynia się do realnej zmiany zachowań na drodze na lepsze.

Podejście do zarządzania

Dowiedz się więcej o naszym podejściu do zarządzania tym obszarem i zapoznaj się z powiązаныmi dokumentami.



KLIKNIJ LUB ZESKANUJ

Zorganizowaliśmy także skierowany do franczyzobiorców konkurs, którego celem było zachęcenie ich do zmniejszenia zużycia prądu. Prawie 3 000 franczyzobiorców Żabki zobowiązało się ograniczyć zużycie energii elektrycznej o 10%. Pierwsze edycja okazała się sukcesem, co zachęciło nas do przeprowadzenia kolejnej. Łącznie przełożyło się to na obniżenie zużycia energii w sklepach o 2,7 GWh, a to przybliżyło nas do osiągnięcia celów Grupy Żabka dotyczących zmniejszenia emisji w zakresie 3.

Na drodze do cyrkularności

Ponad

448 000

gorących napojów sprzedanych z rabatem za zakup we własnym kubku.

OPAKOWANIA ZBIORCZE

Pakując gotowe dania i kanapki w wielorazowe opakowania zbiorcze, możemy znacznie ograniczyć zużycie plastiku.

TORBY PAPIEROWE I WIELOKROTNEGO UŻYTKU

Wprowadzenie toreb papierowych i wielokrotnego użytku pozwala ograniczyć zużycie foliowych siatek.

NAKRĘTKI NIEZGUBKI

Butelki wody mineralnej marki własnej Od Nowa mają na stałe przymocowane nakrętki, co przekłada się na zwiększenie masy cennego plastiku poddawanego recyklingowi.

Ponad

100 ton

plastiku oszczędzonego dzięki transformacjom opakowaniowym.

KUBEK WIELORAZOWY

Dostępny we wszystkich sklepach naszej sieci i w 100% podatny do recyklingu. Kupując napój z własnym kubkiem, klient otrzymuje 1 PLN zniżki na kawę.

ZIELONA ODNOWA

W ramach pilotażowego wdrożenia programu w Zielonej Górze i Bydgoszczy, każdy klient zwracający jednorazowe opakowanie po napoju otrzymywał żappsy lub zniżkę na kolejny napój w butelce PET lub puszce.

EKORABAT

Aby zachęcić klientów do oddawania szklanych butelek, oferujemy im dodatkowy opust w wysokości 1 PLN, jeżeli kupując piwo w butelce zwrotnej, jednocześnie oddadzą taką butelkę.

NATURALNIE RAZEM

Wspólnie z franczyzobiorcami zebraliśmy i oddaliśmy do recyklingu 15 000 ton odpadów plastikowych i papierowych.

Prawie

3 mln

butelek PET zebranych w EKOmatach i zbiórce selektywnej.

EKO-PROJEKTOWANIE

ODZYSKIWANIE

TRANSFORMACJE OPAKOWANIOWE

Zwiększyliśmy udział surowców wtórnych wykorzystywanych w opakowaniach produktów marek własnych, odchudziliśmy same opakowania i lepiej dostosowaliśmy je do zawartości.

ECOBEAN

Dzięki współpracy z EcoBean oraz firmą Silny & Salamon, fusy kawy z ekspresów w siedzibie głównej i centrach logistycznych Grupy Żabka nie lądują w śmietniku, a zostają przetworzone w specjalne plomby wykorzystywane następnie w naszych procesach logistycznych.

Ponad

1,5 mln

aluminiowych puszek zebranych w EKOmatach i zbiórce selektywnej.

Mamy świadomość, że działania na rzecz tworzenia zamkniętego obiegu surowców są bardziej efektywne, gdy stanowią efekt współpracy. Dlatego też w ramach akcji „Naturalnie razem” wspieramy franczyzobiorców w odzyskiwaniu plastikowych i tekturowych opakowań zużywanych w operacjach własnych i logistycznych. Współpraca to sedno gospodarki o obiegu zamkniętym, w związku z czym na drodze ku bardziej zrównoważonej przyszłości zawieramy liczne partnerstwa. Jednym z naszych partnerów jest firma EcoBean, dzięki której fusy kawy zyskują drugie życie. Dołączyliśmy również do inicjatywy Tetra Pack, aby wspólnie z innymi podmiotami prowadzić działania edukacyjne w zakresie właściwego postępowania z opakowania wielomateriałowymi po płynnych artykułach spożywczych. Jednocześnie, jako członek międzynarodowego przedsięwzięcia Relooped, działamy na rzecz opracowania innowacyjnych opakowań spożywczych, do produkcji których wykorzystywana jest mniejsza ilość surowców. Razem możemy tworzyć prawdziwą zmianę na lepsze.

Rafał Skawski
Circularity Manager

Ekoprojektowanie i odzyskiwanie surowców to kluczowe obszary działań Grupy Żabka na rzecz gospodarki o obiegu zamkniętym. Tworząc nowe produkty, uwzględniamy ich przyszłą podatność do odzysku i recyklingu. Oznacza to, że tak projektujemy rozwiązania, aby już na etapie produkcji brany był pod uwagę cały ich cykl życia oraz możliwości w zakresie ponownego wykorzystania surowców pozostałych po ich zużyciu. Ekoprojektowanie nie dotyczy jednak wyłącznie uszczelniania obiegu surowców w gospodarce. Jego istotnym elementem jest także korzystanie z materiałów podatnych do recyklingu oraz ograniczanie masy surowców niezbędnych do wprowadzenia produktu na rynek. Pozwala to tworzyć rozwiązania, które są dobre dla planety, a ponadto wygodne i atrakcyjne dla konsumentów.

Dowiedz się więcej



KLIKNIJ LUB ZESKANUJ

Joanna Kasowska
Dyrektorka ds. Jakości i Standardów Zarządzania Żywnością

Realizacja strategii dekarbonizacji

Ujawnienie związane z klimatem, prezentowane zgodnie z rekomendacjami TCFD.

Niniejszy raport jest piątą tego typu publikacją, w które uwzględniamy zalecenia Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) i pierwszą, jaką publikujemy od ustanowienia Centrum Kompetencyjnego ESG i wdrożenia kompleksowego cyfrowego systemu do zarządzania danymi dotyczącymi śladu węglowego Grupy Żabka. Są to rozwiązania, które zapewniają zgodność naszej sprawozdawczości z najwyższymi standardami międzynarodowymi. Wiarygodność naszych ujawnień gwarantuje zarówno wykorzystanie najnowszych narzędzi technologicznych, jak i zaangażowanie zespołu specjalistów gromadzących i analizujących dane. Dzięki zindywidualizowanym rozwiązaniom, takim jak autorska aplikacja ESG czy specjalne panele kontrolne, możemy przekazywać informacje w sposób dokładniejszy i bardziej przejrzysty niż wcześniej, a tym samym zapewnić skuteczniejszy nadzór na realizacją strategii dekarbonizacji Grupy Żabka.

Nasza strategia

Jednym z priorytetów Grupy Żabka jest ograniczenie emisji bezpośrednich oraz pośrednich. Emisje bezpośrednio to te, które wynikają z działalności pozostającej pod naszą bezpośrednią kontrolą operacyjną, a pośrednie – to te powstające na innych etapach łańcucha wartości, w tym generowane przez franczyzobiorców i pozostałych partnerów biznesowych.

Od niedawna analizujemy możliwy strategiczny wpływ realizacji różnych scenariuszy w perspektywie najbliższych 18 miesięcy, 10 lat oraz ponad 10 lat. Dzięki temu możemy wskazać, ocenić i zrozumieć związane ze zmianami klimatu czynniki ryzyka, a także szanse, które dotyczą naszej organizacji.

Ponadto korzystamy z kompleksowego systemu monitorowania ryzyka, przyjęliśmy też plany działania na wypadek materializacji poszczególnych zagrożeń. Postawiliśmy sobie mierzalne cele w zakresie dekarbonizacji do 2026 r. - zgodne z zasadniczym założeniem Porozumienia Paryskiego, jakim jest ograniczenie wzrostu globalnej temperatury do 1,5°C powyżej

poziomu sprzed epoki przemysłowej. Realność i naukowe podstawy tych celów potwierdziła organizacja Science Based Targets initiative.

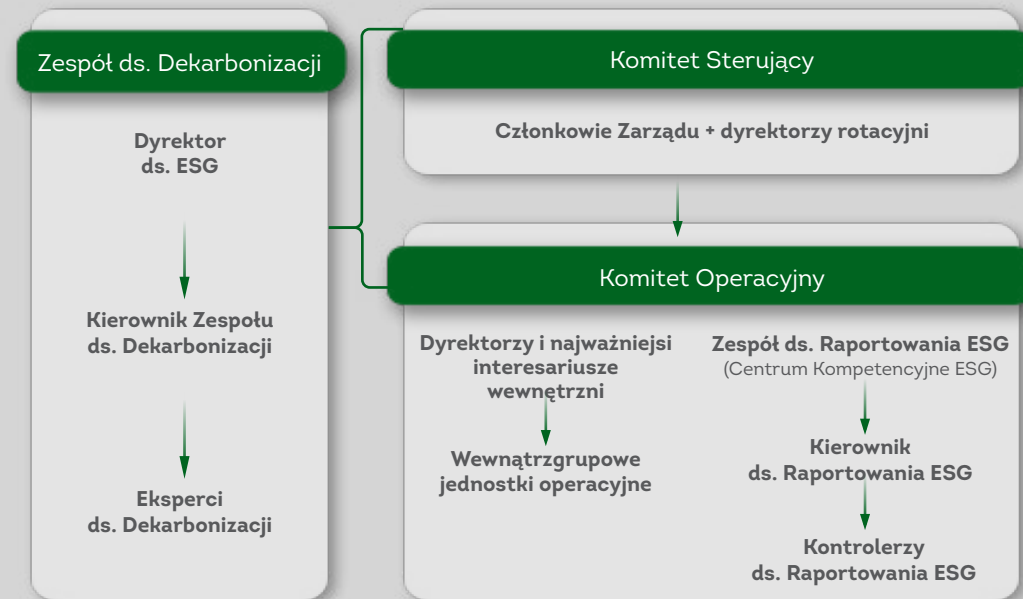
Ład korporacyjny w obszarze dekarbonizacji

Rada Nadzorcza sprawuje nadzór nad realizacją strategii biznesowej i strategii ESG, w tym ryzyk i szans klimatycznych. Komitet Sterujący, w którego skład wchodzi członkowie Zarządu, bezpośrednio kieruje zaś wdrażaniem strategii dekarbonizacji, między innymi regularnie analizując czynniki ryzyka wynikające z przyjętych planów łagodzenia wpływu zmian klimatu oraz ograniczania emisji gazów cieplarnianych (więcej informacji na ten temat w rozdziałach „Ład korporacyjny w obszarze ESG” oraz „Zarządzanie ryzykiem”).

Za opracowywanie i wdrażanie strategii dekarbonizacji w całej naszej organizacji i łańcuchu dostaw odpowiada powołany do tego Zespół ds. Dekarbonizacji. Jego zadaniem jest również nadzór na wszelkimi inicjatywami realizującymi tę strategię oraz współpraca z interesariuszami wewnętrznymi i zewnętrznymi w tym zakresie. Komitet Operacyjny z kolei prowadzi bezpośrednio

działania związane z dekarbonizacją i co miesiąc przekazuje informacje na temat ich efektywności. Jako organizacja kierująca się w swojej działalności danymi, wszystkie nasze decyzje podejmujemy w oparciu o wiarygodne informacje. W związku z tym opracowaliśmy system do comiesięcznego monitorowania, raportowania i weryfikacji danych dotyczących emisji. Na jego czele stoi Kierownik ds. Raportowania ESG, którego wspiera zespół wyspecjalizowanych kontrolerów. Dzięki współpracy z Zespołem ds. Raportowania ESG, Komitet Operacyjny uzyskuje rzetelne prognozy dotyczące przyszłych emisji oraz wiarygodne dane na temat skuteczności dotychczasowych działań mających na celu ich ograniczenie. Ślad węglowy obliczamy zgodnie z rekomendacjami Greenhouse Gas Protocol: A Corporate Accounting and Reporting Standard. Dane dotyczące emisji w zakresach 1, 2 i 3, tj. objęte wskaźnikami GRI 305-1, 305-2 i 305-3, poddajemy corocznej weryfikacji przez niezależnego audytora. Ład korporacyjny w obszarze dekarbonizacji ilustruje poniższy schemat.

Ład korporacyjny w obszarze dekarbonizacji



Kluczowe ryzyka klimatyczne i nasza odpowiedź

Chociaż efekt finansowy wynikający z ryzyk klimatycznych najpewniej zwiększy się w perspektywie średnio- i długoterminowej (zgodnie ze scenariuszami zakładającymi wzrost średniej globalnej temperatury o 1,5°C i 4,5°C), to wciąż pozostaje on w „średnim” zakresie (przy czym wpływ ryzyka powodzi i podnoszenia się poziomu mórz pozostaje w „niskim” zakresie).

Wynika to z oddziaływania czynników zewnętrznych (np. większej przewidywalności otoczenia gospodarczego i zacieśniania wymogów regulacyjnych), jak i wewnętrznych (np. działań dekarbonizacyjnych i postępów w realizacji przyjętej Strategii Odpowiedzialności). W 2023 r., opierając się na wcześniejszych doświadczeniach, w dalszym ciągu dążyliśmy do identyfikacji czynników ryzyka związanych ze zmianami klimatu oraz określenia naszej odpowiedzi na nie

w następujących kluczowych obszarach: wpływające na naszą działalność zmiany w przepisach dotyczących ESG, wzrost kosztów energii i zagrożenia fizyczne wynikające ze zmian klimatu, w tym – zagrożenia o średnim prawdopodobieństwie wystąpienia, takie jak fale upałów, susze i burze konwekcyjne oraz zagrożenia o niskim prawdopodobieństwie wystąpienia, takie jak powodzie i podnoszenie się poziomu mórz.

Kluczowe ryzyka klimatyczne

Kategoria	Ryzyko	Nasza odpowiedź
Fizyczne / krótkotrwałe	Burza konwekcyjna	<ul style="list-style-type: none"> Plany ciągłości działania, w tym zarządzania łańcuchem dostaw, zapewniające środki awaryjnej dystrybucji do sklepów. Dywersyfikacja łańcucha dostaw. Ubezpieczenie na wypadek wystąpienia krótkotrwałych czynników ryzyka.
Fizyczne / długotrwałe	Fale upałów	<ul style="list-style-type: none"> Ocena podatności kluczowych lokalizacji (sklepów i centrów dystrybucyjnych) na ekstremalne i długotrwałe zjawiska pogodowe (zagrożenia fizyczne związane ze zmianami klimatu). Testowanie rozwiązań oszczędzających energię w sklepach Eko Smart w Warszawie, Łodzi i Poznaniu, a w przypadku powodzenia – wdrożenie ich w pozostałych sklepach.
	Susze	
Przejęciowe, polityczno-prawne	Wpływ zmian regulacyjnych (dot. ESG) na działalność gospodarczą.	<ul style="list-style-type: none"> Dedykowane zasoby do analizy zmian legislacyjnych w obszarze ESG, w tym dotyczących ochrony klimatu; wprowadzenie odpowiednich wymogów w celu zapewnienia zgodności. Ulepszenie praktyk w zakresie kontrolingu i sprawozdawczości w celu zwiększenia transparentności działań Grupy na rzecz ochrony klimatu.
	Ograniczenia dostaw za pomocą pojazdów spalinowych w centrach miast.	<ul style="list-style-type: none"> Dedykowane zasoby do analizy zmian legislacyjnych w obszarze ESG, w tym dotyczących ochrony klimatu; wprowadzenie odpowiednich wymogów w celu zapewnienia zgodności. Wprowadzenie długoterminowej strategii logistycznej, w której zostaną określone szczegóły polityki transportowej.
Przejęciowe / rynkowe	Dalszy wzrost cen energii ze względu na aktualną sytuację na rynku oraz, w dalszej perspektywie, konieczność transformacji energetycznej.	<ul style="list-style-type: none"> Angażowanie interesariuszy w inicjatywy na rzecz ograniczenia zużycia energii. Studium wykonalności pozyskiwania energii elektrycznej z OZE na terenie obiektów należących do Żabki.
	Przerwy lub ograniczenia w dostawach energii elektrycznej.	<ul style="list-style-type: none"> Plany ciągłości działania na wypadek niedoborów energii elektrycznej. Pozyskiwanie 100% energii elektrycznej ze źródeł odnawialnych, potwierdzone nabytymi gwarancjami pochodzenia.

Ocena ryzyka wg modelu zarządzania ryzykiem korporacyjnym:

- Średnie
- Wysokie
- Bardzo wysokie

Kluczowe szanse klimatyczne i nasza odpowiedź

Dla Grupy Żabka zmiany klimatu stanowią jedno z podstawowych źródeł ryzyka. Niemniej uważamy, że mogą one również stwarzać szanse na rozwój, stymulując nas do zwiększenia konkurencyjności w określonych obszarach. Może to obejmować: ograniczenie zużycia energii i surowców by sprostać nowym potrzebom

klientów, poprawę reputacji firmy i przyciągnięcie do niej wartościowych pracowników, wzmocnienie zaangażowania wśród franczyzobiorców za pośrednictwem programów edukacyjnych, a także lepszą komunikację z pracownikami i dzielenie się dobrymi praktykami z otoczeniem. Szans upatrujemy również w działaniach na rzecz ochrony klimatu, przyczyniających się do zacieśniania współpracy z partnerami biz-

nesowymi (np. w zakresie opracowywania zrównoważonych produktów) i start-upami (np. w zakresie wsparcia dla rozwoju innowacyjnych usług), zwiększania lojalności klientów i zaangażowania pracowników czy też ograniczania zużycia energii, a tym samym - zmniejszania kosztów operacyjnych.

Kluczowe szanse klimatyczne

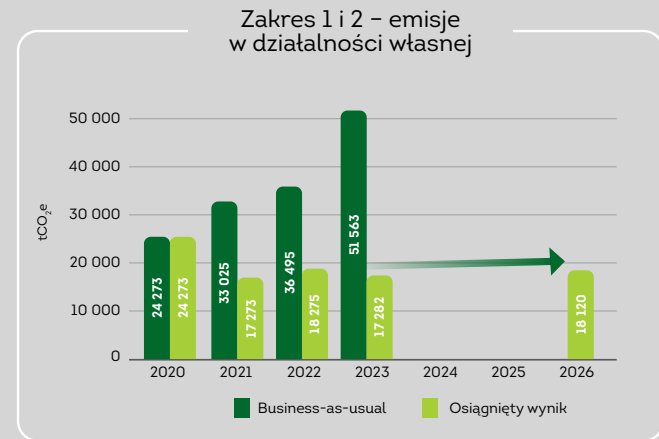
Kategoria	Szansy	Nasza odpowiedź
Efektywna gospodarka zasobami	Zmniejszenie zużycia energii poprzez realizację inicjatyw proekologicznych.	<ul style="list-style-type: none"> Wdrażanie najbardziej efektywnych operacyjnie i finansowo rozwiązań proekologicznych, poprzedzone wdrożeniem pilotażowym. Uruchomienie platformy wymiany wiedzy Czysty Biznes dla partnerów biznesowych.
	Motywowanie pracowników i partnerów biznesowych dzięki wspólnej realizacji celów związanych z ochroną klimatu.	<ul style="list-style-type: none"> Działania edukacyjne skierowane do pracowników i franczyzobiorców.
Źródła energii	Obniżenie kosztów inwestycji w OZE i zwiększenie efektywności wytwarzania energii odnawialnej.	<ul style="list-style-type: none"> Zapewnienie dostępu do finansowania na korzystnych warunkach w perspektywie długoterminowej. Studium wykonalności opłacalnego i optymalnego pod względem technologicznym dostępu do OZE.
	Wzrost popytu na produkty mające niski lub zerowy ślad węglowy.	<ul style="list-style-type: none"> Poszerzenie oferty produktów roślinnych.
Rynek	Zwiększenie lojalności klientów, dla których dbałość o środowisko jest istotna.	<ul style="list-style-type: none"> Znajomość potrzeb klientów i skuteczna komunikacja w sprawach związanych z ochroną środowiska. Realizacja strategii budowy wizerunku Grupy jako pracodawcy zaangażowanego w ochronę klimatu.
	Korzystny wizerunek Żabki jako pracodawcy zaangażowanego w ochronę klimatu.	<ul style="list-style-type: none"> Monitorowanie pozycji Grupy Żabka na tle konkurencji. Rozszerzanie oferty o produkty roślinne.
Odporność	Zwiększanie odporności łańcucha wartości dzięki realizacji inicjatyw proekologicznych.	<ul style="list-style-type: none"> Ogłaszanie celów w zakresie dekarbonizacji na dorocznym spotkaniu z kontrahentami. Indywidualne sesje planowania strategicznego z kluczowymi partnerami dotyczące wspólnych działań. Uruchomienie platformy wymiany wiedzy Czysty Biznes dla partnerów biznesowych.

Ocena szans wg modelu zarządzania ryzykiem korporacyjnym:

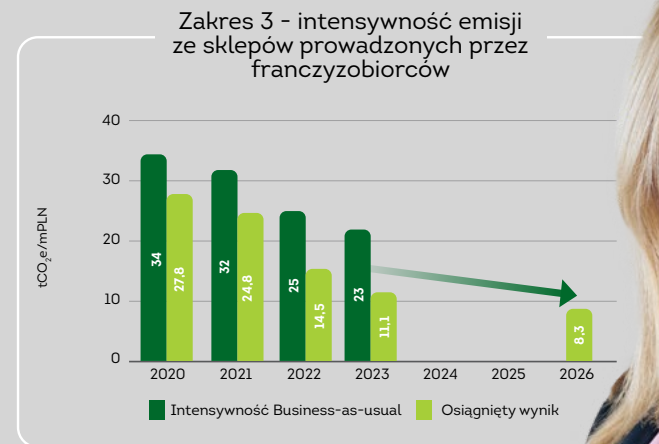
● Średnie ● Wysokie

Mierniki i cele

Dzięki kolejnym inwestycjom we flotę pojazdów Grupy Żabka, w tym dzięki wymianie aut na bardziej przyjazne dla środowiska i wdrożeniu programu motywacyjnego dla kierowców, emisje w tym obszarze utrzymaliśmy na poziomie zbliżonym do ubiegłorocznego, pomimo zwiększenia całkowitej liczby samochodów. Do ograniczenia emisji przyczyniły się też nasze działania z ostatnich dwóch lat, mające na celu zminimalizowanie wycieków z układów chłodzenia w centrach logistycznych oraz wymianę czynników chłodniczych o dużym potencjale tworzenia efektu cieplarnianego na bardziej zrównoważone. Równocześnie w dalszym ciągu zasilaliśmy nasze operacje własne energią pochodzącą w 100% ze źródeł odnawialnych, co osiągnęliśmy poprzez wykorzystanie gwarancji pochodzenia. Dzięki temu emisje Grupy Żabka w zakresach 1 i 2 zmniejszyły się o 28,8% w porównaniu do poziomu bazowego z 2020 r.



Aby ograniczyć emisje w zakresie 3, koncentrowaliśmy się przede wszystkim na działaniach związanych z efektywnością energetyczną. Wprowadziliśmy zamknięte szafy chłodnicze na napoje w prawie 1 200 nowych sklepach oraz szafy mroźnicze z technologią zero-heating doors w niemal 2 000 placówek. Oba rozwiązania stanowią standard we wszystkich nowo otwieranych punktach sprzedaży. Ponadto zapewniliśmy 46% udziału źródeł odnawialnych w całkowitym zużyciu energii przez sklepy. Osiągnęliśmy to nie tylko poprzez nabywanie gwarancji pochodzenia, lecz również poprzez montaż kolejnych 100 instalacji fotowoltaicznych na dachach sklepów. W wyniku powyższych działań intensywność emisji w zakresie 3 ze sklepów prowadzonych przez franczyzobiorców spadła o 60% w stosunku do poziomu bazowego z 2020 r.



Skuteczna transformacja w kierunku dekarbonizacji wymaga nakładu pracy wielu osób w całej organizacji. Dlatego też w 2023 r. skupiliśmy się na budowaniu zaangażowania i kształtowaniu współpracy. Kilka czynników łącznie zdecydowało o powodzeniu naszych działań. Należy wśród nich wymienić regularne posiedzenia Komitetu Sterującego i Operacyjnego, digitalizację sprawozdawczości ESG (m.in. wdrożenie oprogramowania Microsoft Sustainability Manager), a przede wszystkim - powszechne w Grupie Żabka poczucie spoczywającej na nas odpowiedzialności za realizację inicjatyw dekarbonizacyjnych. Aby wzmocnić to zaangażowanie, włączyliśmy cele dekarbonizacyjne do naszego systemu premiowego MBO.

Dowiedz się więcej



KLIKNIJ LUB ZESKANUJ

Katarzyna Wanat-Lipowska
Kierowniczką ds. Dekarbonizacji



Dekarbonizacja w łańcuchu wartości

NA DRODZE KU ZRÓWNOWAŻONEJ PRZYSZŁOŚCI

Nasze emisje klasyfikowane do zakresu 1 wynikają przede wszystkim ze spalania paliw w naszych instalacjach, a także z procesów chłodniczych oraz z wykorzystania firmowej floty pojazdów. Flotę dekarbonizujemy w dużej mierze poprzez systematyczną wymianę aut na modele o napędzie hybrydowym. Ponadto jesteśmy w trakcie testowania samochodów w pełni elektrycznych. Naszym celem jest zmniejszenie emisji floty o ~600 t CO₂e w 2026 r. w stosunku do obecnego poziomu poprzez wymianę 203 aut w okresie od 2024 do 2026 r. Dzięki coraz większemu wykorzystaniu samochodów wyposażonych w chłodnie, ograniczamy jednocześnie zużycie suchego lodu w transporcie.

DIGITALIZACJA ŁAŃCUCHA WARTOŚCI

Blisko współpracujemy z naszymi dostawcami w celu analizy śladu węglowego łańcucha dostaw w poszczególnych kategoriach i nieustannie weryfikujemy gromadzone dane, aby określić poziom zaangażowania partnerów na rzecz dekarbonizacji. Stale rozwijamy narzędzia służące analizie zakupionych towarów i usług. Dwa lata temu opracowaliśmy nowy format karty produktu, w którym producenci zobowiązani są uzupełnić informacje o śladzie węglowym. Zaktualizowaliśmy bazę danych Kategorii 1: Zakupione towary i usługi zgodnie z wymogami wytycznych „GHG Land Sector and Removals Guidance”. Analizujemy gromadzone dane, aby sprostać wysokim standardom oczekiwanym przez interesariuszy oraz przygotować się na nadchodzące zmiany regulacyjne. Nieustannie badamy również wpływ naszych emisji w zakresie 3 na bioróżnorodność, zdając sobie sprawę z wzajemnych oddziaływań tych dwóch obszarów.



Zakres 1

Emisje w zakresie 1 to bezpośrednie emisje gazów cieplarnianych ze źródeł, które stanowią własność organizacji lub które organizacja kontroluje (np. emisje powstające w wyniku procesów spalania w kotłach grzewczych lub silnikach pojazdów).



Zakres 2

Emisje w zakresie 2 to pośrednie emisje gazów cieplarnianych, wynikające ze zużycia przez organizację zakupionych – energii elektrycznej i ciepła.



Zakres 3 (upstream)

Emisje w zakresie 3 to wszystkie emisje pośrednie (nie należące do zakresu 2) w naszym łańcuchu wartości, w tym emisje związane z transportem, produkcją i wytwarzaniem dóbr i towarów oraz świadczeniem usług przez niezależne podmioty.



Zakres 3 (downstream)

Emisje w zakresie 3 to wszystkie emisje pośrednie (nie należące do zakresu 2) w naszym łańcuchu wartości, w tym emisje generowane przez działalność franczyzobiorców (np. wynikające ze zużycia prądu i wycieków z instalacji chłodniczej).

ZASILANI ZIELONĄ ENERGIĄ

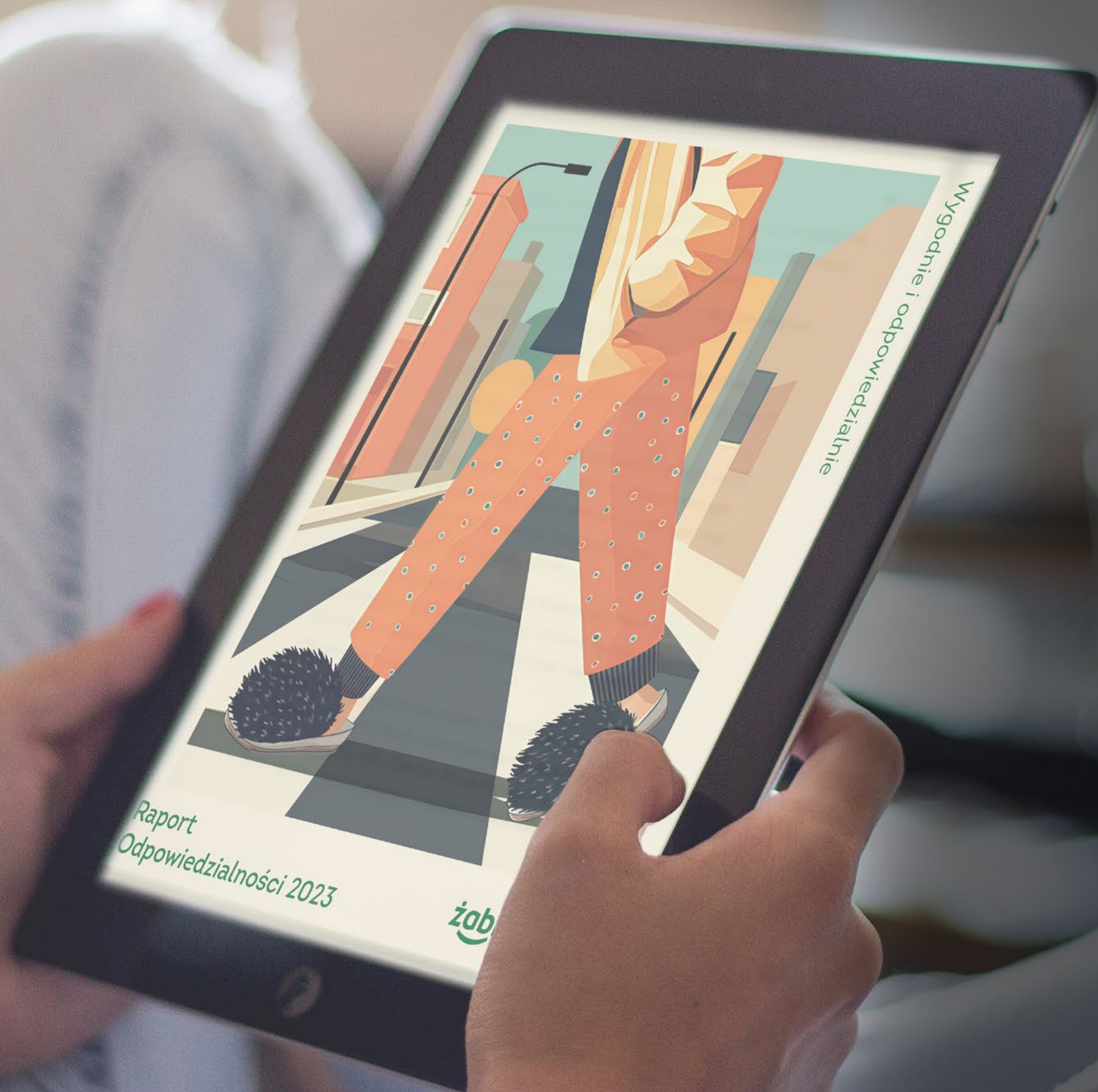
Nasze emisje w zakresie 2 związane są ze zużyciem energii nabywanej od dostawców, w tym – ze zużyciem energii elektrycznej i ciepła miejskiego w naszej centrali oraz energii elektrycznej w centrach dystrybucyjnych. W ramach 15-letniej korporacyjnej umowy zakupu energii elektrycznej (cPPA), zawartej z firmą Qair, zobowiązaliśmy się nabywać w latach 2023–2038 energię elektryczną i gwarancje pochodzenia z należącej do tego dostawcy farmy wiatrowej oraz wielkoskalowej elektrowni słonecznej. Łączny wolumen energii, którego zakup przewiduje umowa, wynosi 1,7 TWh. Podobny kontrakt, o okresie obowiązywania wynoszącym 10 lat i zakładający dostawy blisko 50 GWh zielonej energii rocznie, podpisaliśmy z firmą Modus.

UNOWOCZEŚNIANIE SKLEPÓW FRANCYZOWYCH

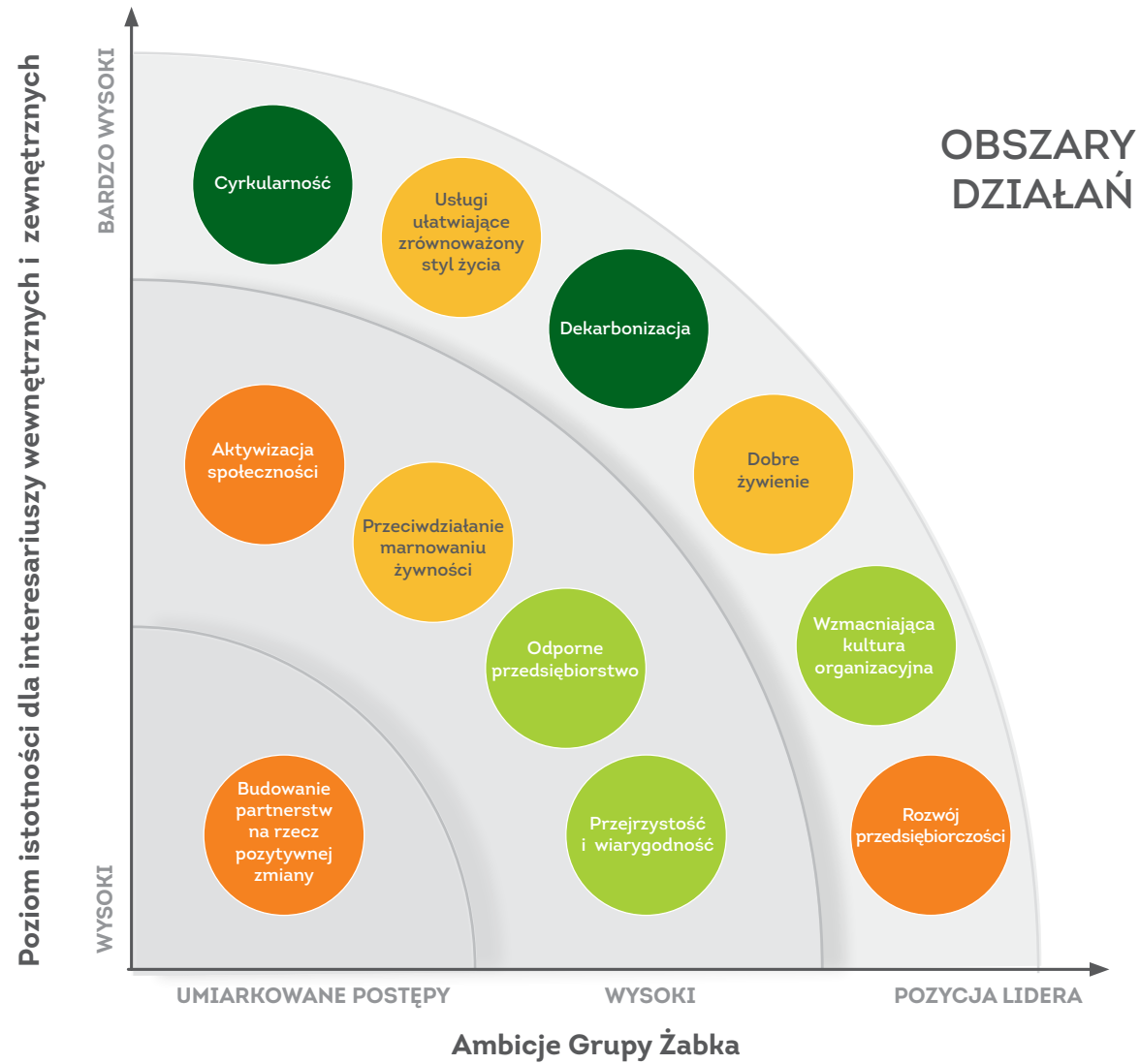
Podejmujemy działania mające na celu ograniczenie emisji ze sklepów prowadzonych przez franczyzobiorców oraz dążymy do opracowania i wdrożenia nowych rozwiązań w tym zakresie. Robimy to m.in. za pośrednictwem sklepów Żabka Eko Smart, w których testujemy innowacje z całego świata. W 2023 r. z powodzeniem zoptymalizowaliśmy trasy dostaw, co przełożyło się na zmniejszenie emisji CO₂e. W sklepach wprowadzamy zamknięte szafy chłodnicze oraz szafy mroźnicze z technologią zero-heating doors, a także montujemy panele fotowoltaiczne wszędzie, gdzie to możliwe. Ponadto w instalacjach chłodniczych wymieniamy czynnik na taki o niższym potencjale tworzenia efektu cieplarnianego.

O raporcie

Piąty Raport Odpowiedzialności Grupy Żabka omawia działania podjęte przez organizację w celu realizacji przyjętej Strategii Odpowiedzialności w roku 2023.



Raport Odpowiedzialności za 2023 r.



Proces oceny istotności

Działalność Grupy Żabka opieramy na ciągłym dialogu z interesariuszami. Wykorzystując różne kanały komunikacji, angażujemy ich w działania na rzecz zrównoważonego rozwoju i prowadzenia biznesu w sposób odpowiedzialny. Ich zdanie zostało m.in. uwzględnione obok innych czynników przy tworzeniu Strategii Odpowiedzialności.

Ponadto wśród pracowników, franczyzobiorców i klientów, przeprowadziliśmy badanie, którego

celem było poznanie i zrozumienie społecznych oraz potrzeb związanych z ochroną środowiska, a także określenie skali potencjalnych oddziaływań Żabki w tych obszarach. Po zidentyfikowaniu tych aspektów prowadzonej przez nas działalności, które mają kluczowe znaczenie dla interesariuszy, zostały one uporządkowane w sposób hierarchiczny i zweryfikowane zgodnie z odpowiednimi wytycznymi międzynarodowymi. Analiza otrzymanych odpowiedzi pozwoliła na

określenie konkretnych filarów Strategii oraz przypisanie każdemu z nich strategicznych celów. Ich realizacja ma służyć dalszemu wzmocnieniu dotychczasowych (rzeczywistych i potencjalnych) pozytywnych oddziaływań Grupy Żabka na gospodarkę, społeczeństwo i środowisko oraz ograniczeniu jej negatywnego wpływu tam, gdzie taki wpływ został zaobserwowany. Lista istotnych tematów nie zmieniła się w stosunku do poprzedniego roku.

PARTNERSTWA



Rada Reklamy to podmiot, który ustanawia i promuje najwyższe standardy w dziedzinie reklamy, chroniąc konsumentów przed nieetycznymi i nieuczciwymi komunikatami.



Polska Izba Handlu umożliwia nam udział w procesie konsultowania projektów aktów prawnych oraz w posiedzeniach komisji parlamentarnych.



Aмерыkańска Izba Handlowa w Polsce to apolityczna organizacja non-profit, działająca na rzecz rozwoju polsko-amerykańskich stosunków gospodarczych.



Polska Koalicja ds. Zrównoważonego Oleju Palmowego to forum służące współpracy nad zwiększeniem świadomości na temat oleju palmowego pochodzącego ze zrównoważonych źródeł.



Związek Liderów Sektora Usług Biznesowych (ABSL) jest wiodącą organizacją reprezentującą sektor usług biznesowych w Polsce.



Konfederacja Lewiatan to organizacja podejmująca działania na rzecz zapewnienia konkurencyjnych warunków prowadzenia działalności gospodarczej, trwałego wzrostu gospodarczego, lepszego prawa, zdrowej konkurencji, wzrostu zatrudnienia i wzmocnienia kapitału społecznego.



Karta Różnorodności to międzynarodowa inicjatywa realizowana pod auspicjami Komisji Europejskiej. Jej uczestnicy zobowiązują się do promowania różnorodności i budowania inkluzywnej kultury organizacyjnej.



Polska Organizacja Franczyzodawców chroni prawa pracodawców i reprezentuje ich zgodnie z Kodeksem Dobrych Praktyk dla Rynku Franczyzy.



Klub Partnera Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu jest miejscem dzielenia się wiedzą ze studentami, członkami klubu i środowiskiem naukowym.



Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie jest podmiotem wspierającym i koordynującym procesy współpracy z przedsiębiorcami oraz instytucjami środowiska biznesowego zainteresowanymi wdrażaniem innowacyjnych rozwiązań.



Polskie Towarzystwo Gospodarcze jest stowarzyszeniem pracodawców działającym na rzecz uwolnienia potencjału biznesowego kraju i patriotyzmu gospodarczego.



Polska Organizacja Handlu i Dystrybucji stawia sobie za cel tworzenie warunków stymulujących rozwój handlu i chroniących swobodną konkurencję i swobodny dostęp do rynków.



Consumer Goods Forum zrzesza producentów i sprzedawców towarów konsumpcyjnych. W jego ramach jesteśmy sygnatariuszem Globalnej Inicjatywy na rzecz Bezpieczeństwa Żywności (GFSI) i członkiem dwóch koalicji, z których jedna skupia się na zapobieganiu marnowaniu żywności, a druga - na ograniczaniu powstawania odpadów z tworzyw sztucznych.



UN Global Compact to największa globalna inicjatywa skupiająca firmy i instytucje prowadzące działania na rzecz zrównoważonego rozwoju.



Pracodawcy Rzeczypospolitej Polskiej to najstarsza i największa organizacja pracodawców w Polsce.



Warsaw Enterprise Institute jest think-tankiem będącym zapleczem eksperckim i intelektualnym Związku Przedsiębiorców i Pracodawców.

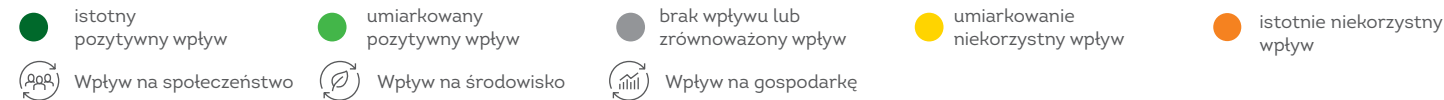


Krajowa Izba Gospodarcza podejmuje działania mające na celu poprawę warunków prowadzenia działalności gospodarczej i przywrócenie właściwej pozycji przedsiębiorców w życiu gospodarczym i społecznym.



Polski Pakt Plastikowy to inicjatywa Fundacji Ellen MacArthur, w ramach której działamy na rzecz zmiany modelu wykorzystania tworzyw sztucznych w materiałach opakowaniowych i promujemy zasady gospodarki o obiegu zamkniętym.

Wpływ istotnych aspektów i zarządzanie nimi



01 | Zrównoważony styl życia



Działania podejmowane przez Grupę Żabka na rzecz zrównoważonego rozwoju wywierają pozytywny wpływ na społeczeństwo i gospodarkę. Korzystne oddziaływania wynikają głównie z opracowywania produktów sprzyjających stosowaniu zdrowej i zbilansowanej diety oraz z oferowania zrównoważonych usług i rozwiązań. Nowe produkty i usługi powstają z uwzględnieniem trendów i oczekiwań konsumentów i - w odpowiedzi na ich zmieniające się potrzeby. W ubiegłym roku nie tylko oferowaliśmy pożywne dania, ale także promowaliśmy zdrowe odżywianie za pośrednictwem kampanii „Spróbuj DobreGO”. Negatywny wpływ Grupy Żabka na środowisko jest umiarkowany i wynika z rosnącego zużycia surowców w związku z rozwojem sieci. Aby złagodzić

te oddziaływania, staramy się zapobiegać marnowaniu żywności. Analizujemy ponadto nasz łańcuch wartości, aby znaleźć potencjalne rozwiązania, które możemy przetestować i wdrożyć wspólnie z franczyzobiorcami. Oddziaływaniami związanymi z filarem „Zrównoważony styl życia” zarządzamy w oparciu o szereg polityk i procedur, w tym: Politykę Ochrony Dobrostanu Zwierząt, Politykę Zrównoważonego Oleju Palmowego, Politykę Zrównoważonego Pozyskania Surowców Roślinnych oraz Zrównoważonego Potowu Ryb i Owoców Morza, Procedurę Wprowadzania Produktów Marek Własnych Żabka Polska, Instrukcję Kwalifikacji Jakości Towarów i Usług dla Dostawców oraz dokumenty związane z przestrzeganiem normy ISO 22001.

03 | Odpowiedzialna organizacja



Działania Grupy Żabka na rzecz większej transparentności i wiarygodności wpływają pozytywnie na gospodarkę, społeczeństwo i środowisko. Ułatwiają także nawiązywanie współpracy z instytucjami finansowymi poszukującymi partnerów biznesowych kierujących się w swojej działalności czynnikami ESG. Publikacja Raportu Odpowiedzialności wpisuje się w jedną z podstawowych wartości Grupy, jaką jest otwartość i związana z nią transparentność. Ratingi EcoVadis i Sustainalytics, uwzględnianie realizacji celów ESG w ocenie pracowników czy pomyślne ukończenie certyfikacji EQUAL-SALARY to przykłady inicjatyw, które przyczyniają się do promowania, we współpracy z partnerami, odpowiedzialnego podejścia do prowadzenia biznesu i ograniczania

nierówności. Oddziaływaniami związanymi z filarem „Odpowiedzialna organizacja” zarządzamy w oparciu o szereg polityk i procedur, w tym: Politykę Zarządzania Ryzykiem, Politykę Przejrzystości Podatkowej, Politykę Równości, Kodeks Etyki i Postępowania dla Pracowników, Politykę Przeciwdziałania Mobbingowi, regulaminy pracy, Procedurę Wręczania i Przyjmowania Prezentów i Próbek, Procedurę Zarządzania Konfliktami Interesów, Procedurę Zgłaszania Nieprawidłowości, Politykę Zgodności, Politykę Przeciwdziałania Korupcji, Procedurę Analizy Nadużyć Finansowych, Procedurę Darowizn i Sponsoringu, Procedurę Dotyczącą Dobrych Praktyk Handlowych, Procedurę Weryfikacji Partnerów Biznesowych oraz dokumenty związane z wymogami norm ISO 45001 i ISO 27001.

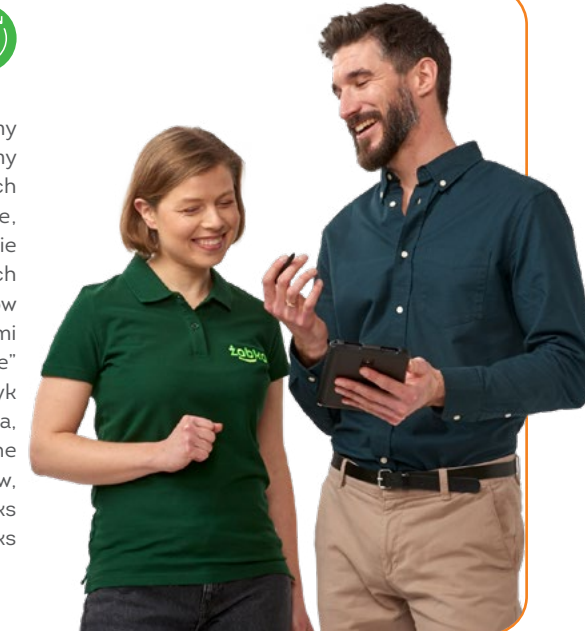
Przeprowadziliśmy analizę wpływu działalności Grupy Żabka na społeczeństwo, gospodarkę i środowisko przez pryzmat czterech filarów Strategii Odpowiedzialności. Określiśmy również najistotniejsze działania z trzech różnych punktów widzenia. Więcej informacji na temat tego, jak zarządzamy ich wpływem, można znaleźć w rozdziałach poświęconych poszczególnym filarom strategii, a efekty podejmowanych przez nas w 2023 r. inicjatyw są podsumowane w formie tabel.

02 | Pozytywny wpływ na otoczenie



Jako największy franczyzodawca i największa sieć handlu detalicznego w Polsce, Grupa Żabka wywiera pozytywny wpływ na gospodarkę. Wynika on przede wszystkim z działań wspierających przedsiębiorczość oraz budujących partnerstwa na rzecz pozytywnych zmian. Wprowadziliśmy kompleksowy system wsparcia dla franczyzobiorców, obejmującym in. długoterminowy program ograniczania ryzyka, a także zestaw narzędzi służących zwiększaniu wyników finansowych i optymalizacji zarządzania działalnością. Ponadto jednym z naszych strategicznych zobowiązań jest zmniejszenie wskaźnika rotacji w tej grupie interesariuszy. Aby móc skuteczniej dzielić się wiedzą, doświadczeniem i dobrymi praktykami z partnerami biznesowymi, uruchomiliśmy

platformę Czysty biznes oraz organizujemy doroczne spotkania z dostawcami. Zachęcamy ich do przestrzegania jak najwyższych standardów postępowania w biznesie, w tym - określonych w naszym Kodeksie Postępowania dla Partnerów Biznesowych i Polityce Praw Człowieka dla Partnerów Biznesowych. Oddziaływaniami związanymi z filarem „Pozytywny wpływ na otoczenie” zarządzamy w oparciu o szereg polityk i procedur: Politykę Praw Człowieka, umowy franczyzowe, dokumenty związane z funkcjonowaniem Rady Franczyzobiorców, Strategię Zaangażowania Społecznego, Kodeks Postępowania dla Franczyzobiorców i Kodeks Postępowania dla Partnerów Biznesowych.



04 | Zielona planeta



Wytwarzanie dóbr i świadczenie usług w ramach ekosystemu convenience wywiera umiarkowany wpływ na środowisko. Wynika on przede wszystkim z wykorzystania zasobów naturalnych w procesach produkcyjnych. W ramach filaru „Zielona planeta”, działając wspólnie z partnerami, realizujemy plan dekarbonizacji i podejmujemy szereg inicjatyw mających na celu dostosowanie naszego modelu biznesowego do wymogów gospodarki o obiegu zamkniętym. Dążymy do zmniejszenia zużycia energii i nieustannie poszukujemy bezemisyjnych źródeł energii. Zwiększamy również udział aut elektrycznych w naszej firmowej flocie, motywując pracowników do stosowania ekologicznej techniki jazdy i testując rozwiązania gospodarki cyrkularnej. Wzmacniamy nasze oddziaływania poprzez nawiązywanie

partnerstw biznesowych i ułatwianie klientom właściwego segregowania odpadów po produktach naszych marek własnych - dzięki specjalnym oznaczeniom na ich etykietach. W ramach programu „Naturalnie razem” pomagamy franczyzobiorcom w selektywnym zbieraniu plastikowych i tekturowych odpadów opakowaniowych. Oddziaływaniami związanymi z filarem „Zielona planeta” zarządzamy w oparciu o szereg polityk i procedur, w tym: Politykę Dekarbonizacji, Politykę Mobilności, Politykę Energetyczną, Politykę Cyrkularności dla Plastik, Politykę Ekoprojektowania, system zarządzania środowiskowego zgodny z ISO 14001, system zarządzania energią zgodny z ISO 50001, Politykę Wodną i Politykę Zarządzania Odpadami.



Grupy interesariuszy i ich zaangażowanie

Grupa interesariuszy

Podejmowane działania

Klienci i konsumenci

Naszym celem jest uczynienie z Żabki wygodnego, stacjonarnego i cyfrowego, przystanku dla ponad 3 mln klientów codziennie korzystających z naszego ekosystemu convenience po to, by ułatwić im życie, uwalniać ich czas i pomagać w dokonywaniu zrównoważonych wyborów.

- Stale powiększamy naszą sieć i tworzymy nowe formaty sklepów, aby jeszcze lepiej odpowiadać na potrzeby klientów.
- Promujemy zdrowe odżywianie poprzez ulepszenie składu produktów marek własnych oraz stosowanie systemu etykietowania Nutri-Score.
- Korzystamy z najnowszych rozwiązań cyfrowych, ułatwiających komunikację z klientami i ich obsługę.
- Rozwijamy nowe narzędzia, kierując się opiniami klientów, w tym - uzyskanymi podczas badania NPS.
- Aplikacja Żappka pomaga nam zrozumieć zachowanie klientów, personalizować ofertę, poprawiać jakość usług i angażować klientów w działania dobroczynne.



Franczyzobiorcy

Blisko 9 000 franczyzobiorców Grupy Żabka stanowi klucz do sukcesu jej działalności i realizowanej strategii, ponieważ reprezentują oni firmę wobec klientów. Dlatego też dążymy zarówno do zwiększenia poziomu satysfakcji wśród dotychczasowych partnerów, jak i do zachęcenia do współpracy nowych przedsiębiorców.

- Zapewniamy franczyzobiorcom specjalistyczną wiedzę, bezpieczeństwo i wsparcie (m.in. poprzez Program Ubezpieczenia Działalności), aby umożliwić im rozwój biznesu.
- Udostępniamy franczyzobiorcom najnowocześniejsze narzędzia, np. OptiPlan, by pomagać im osiągać lepsze wyniki finansowe.
- Cenimy sobie partnerskie relacje, uwzględniamy zalecenia Rady Franczyzobiorców i dążymy do budowania długotrwałej współpracy opartej na satysfakcjonujących efektach finansowych, poczuciu bezpieczeństwa i właściwej motywacji.
- Regularnie badamy poziom satysfakcji wśród franczyzobiorców za pomocą wskaźnika NPS, dążąc do jego poprawy.
- Zapewniamy bieżące wsparcie operacyjne i techniczne, utworzyliśmy także Akademię Przedsiębiorczości, by umożliwić franczyzobiorcom podnoszenie kwalifikacji w zakresie sprzedaży i prowadzenia działalności gospodarczej.



Partnerzy biznesowi

Polegamy na starannie dobranych partnerach, którym zapewniamy szeroką gamę najnowocześniejszych narzędzi cyfrowych ułatwiających współpracę, a przede wszystkim dajemy możliwość rozwoju biznesu wspólnie z największą siecią detaliczną w Polsce. Na 519 dostawców, z którymi współpracowaliśmy w 2023 r., 489 było z Polski. Ponadto 98% nabywanych przez nas produktów (wg wartości) dostarczyły podmioty krajowe.

- Dzięki wymianie danych z dostawcami jesteśmy w stanie modyfikować cały łańcuch wartości i w sposób świadomy podejmować strategiczne decyzje dotyczące produktów.
- Budujemy partnerstwa z organizacjami o ugruntowanej pozycji na rynku, jak również ze start-upami (np. w ramach Venture Studio) i oferujemy im niepowtarzalną możliwość rozwoju w ramach największego ekosystemu convenience w Polsce.
- Prowadzimy regularny dialog z dostawcami w celu prezentacji przyjętej strategii (w tym - programu działań w zakresie ESG), omówienia dotychczas osiągniętych rezultatów oraz określenia możliwości rozwoju współpracy.



Ze względu na skalę interakcji i wywierany wpływ, zidentyfikowaliśmy sześć głównych grup interesariuszy Grupy Żabka. Regularnie komunikujemy się z nimi, a przy podejmowaniu ważnych decyzji dotyczących planowanych działań - uwzględniamy ich potrzeby i oczekiwania.

Grupa interesariuszy

Podejmowane działania

Spółeczności lokalne

Ok. 17 mln Polaków mieszka w odległości zaledwie 500 m do najbliższego sklepu Żabka, co ułatwia nam bliską współpracę z lokalnymi społecznościami. Jesteśmy przekonani, że ich wspieranie nie tylko pozytywnie wpływa na postrzeganie marki, ale odgrywa także kluczową rolę w budowaniu zaufania klientów i zwiększa identyfikację pracowników z firmą.

- Strategia Zaangażowania Społecznego Grupy Żabka oparta jest na trzech filarach, którymi są:
- Dobrostan - promujemy odpowiedzialne wybory i zdrowy styl życia.
 - Sąsiedztwo - integrujemy społeczności poprzez wspieranie lokalnych inicjatyw, w tym - w ramach wolontariatu pracowniczego, który w samym 2023 r. wyniósł łącznie 900 godzin.
 - Równe szanse - wspieramy przedsiębiorczość, obniżając bariery wejścia na rynek i pomagając osobom mniej uprzywilejowanym odnaleźć się na rynku pracy.

Podejmujemy różne działania dobroczynne, angażujemy się w kampanie charytatywne, co roku wspieramy Wielką Orkiestrę Świątecznej Pomocy.



Pracownicy i współpracownicy

Mamy świadomość, że dzięki swoim wyjątkowym umiejętnościom i wiedzy, nasi pracownicy, którzy stanowią jedną z najważniejszych grup interesariuszy, istotnie przyczyniają się do powodzenia prowadzonej przez nas działalności. Tworzymy dynamiczne i angażujące środowisko pracy, oferujące wyjątkowe możliwości rozwoju zawodowego ponad 2 600 pracowników i 1 200 współpracowników, których codzienne starania przekładają się na sukces Grupy Żabka.

- Stosujemy wskaźnik NPS do pomiaru zadowolenia personelu z pracy oraz metodykę opracowaną przez Instytut Gallupa do monitorowania zaangażowania personelu, co pozwala nam stwarzać coraz lepsze warunki pracy.
- Przyjęliśmy Kodeks Etyki i Postępowania dla Pracowników oraz Politykę Równości, które to uregulowania sprzyjają budowaniu sprawiedliwego i różnorodnego miejsca pracy.
- Co kwartał odbywają się również posiedzenia Rady Pracowników, w których uczestniczy członek Zarządu odpowiedzialny za strategię personalną.
- Odpowiadamy na potrzeby pracowników w zakresie szkoleń poprzez Akademię Żabki; prowadzimy z nimi regularny dialog, w tym organizując sesje pytań i odpowiedzi oraz rozpatrując wnioski i sugestie składane za pośrednictwem serwisu „Twoja Żabka”.



Inwestorzy i instytucje

Podejmowane przez nas działania w zakresie rozwijania oferty produktów i usług convenience generują stały i stabilny wzrost. Wysiłki mające na celu rozwój działalności nowo nabytych podmiotów poszerzają nasz kompleksowy ekosystem convenience, dywersyfikując źródła przychodów i budując długoterminową wartość dla inwestorów.

Prowadzimy otwarty i konstruktywny dialog z inwestorami:

- Na swoich posiedzeniach Rada Nadzorcza w sposób konstruktywny obraduje nad przyszłością naszej organizacji.
- Prowadzimy również indywidualne rozmowy z przedstawicielami poszczególnych grup inwestorów, aby odpowiedzieć na ich oczekiwania dotyczące różnych obszarów, w których widoczne jest nasze oddziaływanie.
- Przyjęty przez nas model sprawozdawczości ESG jest najskuteczniejszy w swojej klasie i obejmuje szeroki zakres ujawnień, zgodnie z międzynarodowymi standardami. Dzięki niemu interesariusze mają dostęp do wiarygodnych informacji.
- Regularnie poddajemy się zewnętrznym audytom w zakresie działań na rzecz zrównoważonego rozwoju, aby zwiększyć transparentność i wiarygodność naszej organizacji.

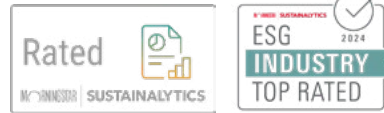
Dokładamy wszelkich starań, aby współpracować z cieszącymi się powszechnym uznaniem instytucjami, stawiającymi na przejrzystość komunikacji. Budujemy w ten sposób zaufanie wśród inwestorów, w tym inwestorów instytucjonalnych.



Nagrody i wyróżnienia



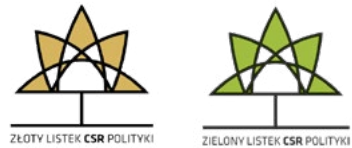
Rating zrównoważonego rozwoju EcoVadis – Platynowy Medal.



W lipcu 2023 r. Żabka Polska sp. z o.o. uzyskała rating ryzyka ESG na poziomie 12,5, a agencja Morningstar Sustainalytics oceniła ryzyko istotnego negatywnego wpływu finansowego czynników ESG* na firmę jako niskie.



Certyfikat Equal-Salary, poświadczający równość wynagrodzeń w organizacji bez względu na płeć.



Złoty i Zielony Listek CSR POLITYKI w 2023 r.



Grupa Żabka uplasowała się wśród najlepszych pracodawców na świecie.



Nagroda Etyczna Firma 2023 oznacza, że należymy do najbardziej etycznych podmiotów gospodarczych w Polsce.



Złota nagroda w kategorii Innowacja w konkursie Liderzy ESG.



Tytuł „Retailer of the Year 2023 – Wybrany przez dostawców” w kategorii Sklepy Małego Formatu/Convenience oraz nagroda specjalna – „Sustainable Retailer of the Year”.



Odpowiedzialny Pracodawca – Lider HR 2024.

* W żadnym wypadku nie należy interpretować Sprawozdania z oceny realizacji standardów ESG jako porady inwestycyjnej lub ekspertyzy w rozumieniu właściwych przepisów prawa. Informacje tu zawarte, w tym przez odniesienie, nie są skierowane do klientów lub użytkowników z siedzibą lub miejscem zamieszkania w Indiach ani przeznaczone do użytku lub rozpowszechniania wśród takich klientów lub użytkowników, a ich rozpowszechnianie wśród osób fizycznych lub prawnych z miejscem zamieszkania lub siedzibą w Indiach jest zabronione. Morningstar/Sustainalytics nie ponosi żadnej odpowiedzialności za działania osób trzecich w tym zakresie.

Informacje o publikacji

Standardy sprawozdawczości

Niniejszy raport został sporządzony zgodnie z najnowszą wersją międzynarodowego standardu sprawozdawczości niefinansowej opracowanego przez GRI Universal Standards, który obowiązuje od 2023 r. oraz zgodnie z zaleceniami Rady Standardów Rachunkowości Zrównoważonego Rozwoju (SASB). Zawiera zgodne z wytycznymi TCFD ujawnienia dotyczące czynników ryzyka i szans związanych ze zmianami klimatu. Zamieściliśmy w nim także informacje o działaniach mających na celu realizację dziesięciu zasad UN Global Compact, zgodnie z wytycznymi w zakresie komunikowania postępów (ang. Communication on Progress - CoP), a także uwzględniliśmy zalecenia zawarte w publikacji Światowego Forum Ekonomicznego pt. „Measuring Stakeholder Capitalism: Towards Common Metrics and Consistent Reporting of Sustainable Value Creation.” Raport przekazuje ponadto informacje na temat naszego wkładu w realizację Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ. Pełna lista wskaźników GRI i innych uzupełniających wytycznych, do których odnosi się niniejsza publikacja, znajduje się w tabeli na końcu raportu, wraz ze wskazaniem miejsca ujawnienia odnośnych danych oraz informacją o zgodności z wymienionymi wcześniej dokumentami. Wybrane wskaźniki GRI ujawnione w raporcie zostały zweryfikowane przez niezależny podmiot (usługa atestacyjna o ograniczonym zasięgu), zgodnie ze standardem ISAE3000.

Podmioty objęte raportem

Niniejszy raport omawia praktyki stosowane przez Grupę Żabka w ramach tworzonego przez nią ekosystemu convenience. Struktura organizacyjna Grupy Żabka obejmuje następujące podmioty: Żabka Polska sp. z o.o., Żabka Automatic Logistics, Żabka Property Fund, Żabka Development, Żabka Construction, Food Property Investment, Kalestico Investments, Żabka Nano, Logistic Property Investment, Retail Technology Investments, Cool-Logistics, Maczfit Foods, MasterLife Solutions, Lite e-commerce, Żabka Deutschland (wcześniej Catch a Box),

Lite 24, Bocastonby Investments, Żabka BS (wcześniej Baceno), Froot Romania Holding (wcześniej Castle Romanian Holdco). Więcej informacji nt poszczególnych zadań realizowanych przez jednostki można znaleźć na stronie internetowej firmy pod adresem <http://www.zabkagroup.com>. Wszystkie jednostki wymienione w raporcie zostały uwzględnione w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym. Spółki podlegające sprawozdawczości niefinansowej są dobierane na podstawie kryterium kontroli operacyjnej z uwzględnieniem istotności ich wpływu na poszczególne obszary działalności. Zgodnie z tymi kryteriami w niniejszym raporcie zaprezentowano dane dotyczące Żabka Polska sp. z o.o. W kwietniu 2024 r. ukazała się piąta edycja raportu „Wygodnie i Odpowiedzialnie”, dotyczącego 2023 r., w którym przedstawiono działania podjęte w celu realizacji Strategii Odpowiedzialności. Zawiera on również dane ilościowe i jakościowe za 2023 r. Wybrane informacje mogą dotyczyć innych okresów – w takich przypadkach w tekście zawarta jest odpowiednia adnotacja. Grupa Żabka rokrocznie sporządza raporty dotyczące zrównoważonego rozwoju. W 2023 r. opublikowana została poprzednia edycja Raportu Odpowiedzialności oraz sprawozdanie finansowe za 2022 r.

Zmiany w Strategii Odpowiedzialności

Stale analizujemy i oceniamy kwestie istotne dla prowadzonej przez nas działalności i odpowiednio dostosowujemy wyznaczone priorytety. Postanowiliśmy udoskonalić sposób, w jaki mówimy o obszarach naszej Strategii Odpowiedzialności i uprościć narrację. Rozważając nasze cele podzielone na filary, a nie wąskie obszary, jak wcześniej, jesteśmy w stanie analizować je w szerszym kontekście. Co więcej, skonsolidowaliśmy w naszym filarze 02 Pozytywny wpływ na otoczenie aspekty współpracy z naszymi partnerami biznesowymi. Rozważamy włączenie aspektów bioróżnorodności do naszych ram strategicznych i operacyjnych. Jak co roku, Grupa zdefiniowała cele ESG i portfel działań, które zostały następnie skaskadowane na całą organizację.

[GRI 2-4] Korekty informacji

[GRI 305-3] Inne pośrednie emisje gazów cieplarnianych (zakres 3) – korekta wyniku z przeglądu metodyki, zastosowania najbardziej adekwatnych danych oraz wskaźników dostępnych w bazie EXIOBASE (w obecnych kalkulacjach zastosowano wersje 3.8.2). Kategoria Działalność związana z paliwami i energią została rozszerzona o emisje wynikające z transportu i dystrybucji oraz WTT dla energii elektrycznej. Baza dla obliczeń w kategorii Transport i dystrybucja została rozszerzona do wszystkich tras transportowych. W kategorii Franczyzobiorcy wyłączono podwójnie zliczane czynniki chłodnicze w sklepach oraz emisje pochodzące z WTT. Różnice pomiędzy poszczególnymi kategoriami zostały podane poniżej w tonach CO₂e.

Zakupione towary i usługi – wartość przed korektą dla 2021 – 1 541 107, wartość po korekcie dla 2021 – 1 941 943, wartość przed korektą dla 2022 – 1 666 975, wartość po korekcie dla 2022 – 2 107 960.

Wydatki kapitałowe – wartość przed korektą dla 2021 – 312 846, wartość po korekcie dla 2021 – 175 955, wartość przed korektą dla 2022 – 347 537, wartość po korekcie dla 2022 – 186 604.

Działalność związana z paliwami i energią – wartość przed korektą dla 2021 – 2 119, wartość po korekcie dla 2021 – 5 785, wartość przed korektą dla 2022 – 2 402, wartość po korekcie dla 2022 – 6 643.

Transport i dystrybucja – wartość przed korektą dla 2021 – 24 458, wartość po korekcie dla 2021 – 28 945, wartość przed korektą dla 2022 – 30 654, wartość po korekcie dla 2022 – 35 158.

Franczyzobiorcy – wartość przed korektą dla 2021 – 391 811, wartość po korekcie dla 2021 – 305 338, wartość przed korektą dla 2022 – 226 168, wartość po korekcie dla 2022 – 166 668.

Dane ilościowe i jakościowe

[GRI 2-7] Liczba pracowników

	2021			2022			2023		
	Kobiety	Mężczyźni	łącznie	Kobiety	Mężczyźni	łącznie	Kobiety	Mężczyźni	łącznie
Liczba pracowników wg stażu pracy									
Zatrudnieni na czas określony	195	340	535	268	414	682	180	292	472
Zatrudnieni na czas nieokreślony	693	995	1 688	801	1 090	1 891	910	1 218	2 128
Liczba pracowników w podziale na typ zatrudnienia									
Pełny etat	875	1 334	2 209	1 061	1 500	2 561	1 076	1 498	2 574
Niepełny etat	13	1	14	8	4	12	14	12	26
Całkowita liczba pracowników	888	1 335	2 223	1 069	1 504	2 573	1 090	1 510	2 600

Przedstawione dane odzwierciedlają stan na 31.12.2023 r. Wzrost liczby pracowników jest proporcjonalny do skali rozwoju firmy.

[GRI 2-8] Liczba współpracowników

Liczba współpracowników zatrudnionych na innej zasadzie niż stosunek pracy w podziale na:	2021			2022			2023		
	Kobiety	Mężczyźni	łącznie	Kobiety	Mężczyźni	łącznie	Kobiety	Mężczyźni	łącznie
Osoby zatrudnione na podstawie umowy zlecenia	46	38	84	73	38	111	28	24	52
Osoby zatrudnione na podstawie umowy o dzieło	1	0	1	0	0	0	0	0	0
Osoby zatrudnione na podstawie umowy o staż	4	5	9	1	2	3	14	13	27
Osoby samozatrudnione	381	543	924	444	606	1 050	475	627	1 102
Całkowita liczba współpracowników	432	586	1 018	518	646	1 164	517	664	1 181

Przedstawione dane odzwierciedlają stan na 31.12.2023 r. Wzrost liczby współpracowników jest proporcjonalny do skali rozwoju firmy. Usługi świadczone przez współpracowników mają charakter doradczy i są wykonywane we wszystkich obszarach działalności firmy. Ponadto, za pośrednictwem agencji pracy, zatrudnionych było 916 osób (wg stanu na 31.12.2023 r.). Ich zadaniem było pakowanie dostaw do sklepów w centrach logistycznych.

[GRI 202-1] Wysokość wynagrodzenia pracowników najniższego szczebla według płci w stosunku do płacy minimalnej

	2021	2022	2023
Płaca minimalna w Polsce (brutto) w PLN	2 800	3 010	3 600
Stosunek wynagrodzenia kobiet na stanowisku najniższego szczebla do płacy minimalnej	1,2	1,5	1,3
Stosunek wynagrodzenia mężczyzn na stanowisku najniższego szczebla do płacy minimalnej	1,4	1,5	1,4

Rodzaj pracy wykonywanej przez pracowników najniższego szczebla jest bardzo zróżnicowany. W 2022 r. firma uzyskała certyfikat EQUAL-SALARY potwierdzający, że jej pracownicy wykonujący taką samą pracę otrzymują równe wynagrodzenie bez względu na płeć. Częścią procesu certyfikacji była analiza równości wynagrodzeń przeprowadzona przez niezależny organ certyfikujący.

[GRI 401-1] Pracownicy nowo zatrudnieni oraz odejścia

Całkowita liczba odejść pracowników w podziale na:	Liczba odejść pracowników	Wskaźnik rotacji pracowników	Liczba odejść pracowników	Wskaźnik rotacji pracowników	Liczba odejść pracowników	Wskaźnik rotacji pracowników
	2021	2021	2022	2022	2023	2023
Kobiety	208	23,4%	285	26,7%	179	16,4%
Mężczyźni	339	25,4%	469	31,2%	303	20,1%
<30 lat	257	39,7%	419	47,2%	214	35,3%
30-50 lat	271	18,9%	316	20,7%	244	13,8%
>50 lat	19	13,4%	19	11,8%	24	10,6%
łącznie	547	24,6%	754	29,3%	482	18,5%

Całkowita liczba odejść pracowników w podziale na:	Liczba odejść pracowników	Wskaźnik rotacji pracowników	Liczba odejść pracowników	Wskaźnik rotacji pracowników	Liczba odejść pracowników	Wskaźnik rotacji pracowników
	2021	2021	2022	2022	2023	2023
Kobiety	75	8,5%	85	8,0%	158	14,5%
Mężczyźni	286	21,4%	288	19,1%	309	20,5%
<30 lat	144	22,2%	172	19,4%	170	28,1%
30-50 lat	195	13,6%	185	12,1%	264	14,9%
>50 lat	22	15,5%	16	9,9%	33	14,5%
łącznie	361	16,2%	373	14,5%	467	18,0%

Całkowita liczba pracowników wg kategorii zatrudnienia	Liczba i wskaźnik nowych pracowników w danej grupie				Liczba i wskaźnik odejść pracowników w danej grupie			
	2022		2023		2022		2023	
Stanowiska operacyjne	212	45,7%	137	30,4%	132	28,4%	142	31,6%
Specjaliści	139	24,4%	129	21,4%	84	14,8%	92	15,3%
Samodzielni specjaliści	292	30,0%	157	16,7%	113	11,6%	165	17,6%
Kadra menedżerska/eksperti	95	21,4%	52	10,7%	39	8,8%	52	10,7%
Kadra menedżerska wyższego szczebla	14	14,9%	7	7,5%	4	4,3%	14	15,1%
Kadra menedżerska najwyższego szczebla i Zarząd	2	0,0%	0	0,0%	1	0,0%	2	7,1%
łącznie	754	29,3%	482	18,6%	373	14,5%	467	18,0%

[GRI 404-1] Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku przypadających na pracownika

Średnia liczba godzin szkoleniowych wg kryterium	2021	2022	2023
Kobiety	28,8	28,3	16,6
Mężczyźni	18,3	18,8	9,7
Stanowiska operacyjne	2,4	2,4	0,2
Specjaliści	5,9	6,5	2,9
Samodzielni specjaliści	30,2	27,2	13,4
Kadra menedżerska/eksperti	43,5	47,9	29,2
Kadra menedżerska wyższego szczebla	55,5	49,8	38,8
Kadra menedżerska najwyższego szczebla	68,9	44,4	19,3
Średnia liczba godzin szkoleniowych	22,5	22,8	12,6

[GRI 405-1] Skład ciał nadzorczych i kadry pracowniczej w podziale na kategorie pracowników według płci, wieku oraz innych wskaźników różnorodności*

2023	Odsetek pracowników z każdej kategorii w stosunku do łącznej liczby pracowników w organizacji			Struktura Zarządu w podziale na wiek i płeć			Struktura Rady Nadzorczej w podziale na wiek i płeć		
	Kobiety	Mężczyźni	łącznie	Kobiety	Mężczyźni	łącznie	Kobiety	Mężczyźni	łącznie
<30 lat	10,2%	13,1%	23,31%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00%	0,00%	0,00%
30-50 lat	29,3%	38,7%	67,96%	16,7%	33,3%	50,0%	0,0%	16,7%	16,7%
>50 lat	2,5%	6,3%	8,73%	33,3%	16,7%	50,0%	33,3%	50,0%	83,3%
Całkowity odsetek wg płci	41,9%	58,1%	100,0%	50,0%	50,0%	100,0%	33,3%	66,7%	100,0%
W tym obcokrajowcy	2,1%	4,1%	6,2%	0,0%	0,0%	0,0%	16,7%	50,0%	66,7%

2023	Odsetek pracowników w każdej grupie w stosunku do całkowitej liczby pracowników w organizacji wg danego kryterium							
	<30 lat	30-50 lat	>50 lat	łącznie	Kobiety	Mężczyźni	łącznie	
Stanowiska operacyjne	4,7%	9,5%	3,2%	17,3%	1,2%	16,1%	17,3%	
Specjaliści	7,1%	13,8%	2,3%	23,2%	10,1%	13,1%	23,2%	
Samodzielni specjaliści	10,4%	24,5%	1,2%	36,1%	20,5%	15,6%	36,1%	
Kadra menedżerska/eksperti	1,1%	16,4%	1,2%	18,7%	8,6%	10,1%	18,7%	
Kadra menedżerska wyższego szczebla	0,0%	3,0%	0,5%	3,6%	1,2%	2,4%	3,6%	
Kadra menedżerska najwyższego szczebla i Zarząd	0,0%	0,8%	0,3%	1,1%	0,3%	0,8%	1,1%	

*Jeżeli wartości z poszczególnych kolumn przekraczają 100% wynika to z zaokrągleń.

[GRI 415-1] Wsparcie na rzecz organizacji społecznych i politycznych

Rodzaj wsparcia	Wartość wsparcia w PLN	
	2022	2023
Lobbing, reprezentowanie interesów lub działania o podobnym charakterze	0,00	0,00
Lokalne, regionalne lub krajowe kampanie/organizacje/kandydaci	0,00	0,00
Stowarzyszenia handlowe lub grupy zwolnione z podatku, w tym:	11 969 264,84	9 968 448,40
Organizacje branżowe	921 306,05	705 927,42
Organizacje charytatywne	11 047 958,79	9 262 520,98

[GRI 205-2] Komunikacja i szkolenia w zakresie polityki i procedur antykorupcyjnych organizacji

Kategorie zatrudnienia	Całkowita liczba pracowników w podziale na kategorie zatrudnienia	Liczba pracowników, których poinformowano o polityce i procedurach antykorupcyjnych	Odsetek pracowników, którzy zapoznali się z polityką i procedurami antykorupcyjnymi organizacji	Liczba pracowników, którzy odbyli szkolenie z zakresu przeciwdziałania korupcji	Odsetek pracowników, którzy odbyli szkolenie z zakresu przeciwdziałania korupcji
Stanowiska operacyjne	426	426	100%	426	100%
Specjaliści	575	575	100%	575	100%
Samodzielni specjaliści	862	862	100%	862	100%
Kadra menedżerska/eksperti	454	454	100%	454	100%
Kadra menedżerska wyższego szczebla	92	92	100%	92	100%
Kadra menedżerska najwyższego szczebla i Zarząd	22	22	100%	22	100%

Procedury antykorupcyjne dotyczą wszystkich obszarów działalności Spółki. Całkowita liczba pracowników i liczba w każdej kategorii zatrudnienia różni się od tej podanej we wskaźniku GRI 2-7 ze względu na nieuwzględnienie osób długotrwale nieobecnych i osób w okresie wypowiedzenia. O polityce antykorupcyjnej i związanych z nią procedurach poinformowano również naszych współpracowników i stażystów.

W 2023 r. otrzymaliśmy 21 zgłoszeń o potencjalnych naruszeniach Kodeksu Etyki dla pracowników. We wszystkich przypadkach przeprowadzono postępowanie wyjaśniające zgodnie z właściwymi procedurami. Postępowanie wykazało zasadność 12 zgłoszeń. Komitet ds. Etyki wydał zalecenia dotyczące konkretnych działań, które należy podjąć, i nadzorował ich realizację – we wszystkich przypadkach działania zostały wdrożone lub trwa ich wdrożenie. Podjęliśmy również kroki mające na celu zapobieżenie wystąpieniu podobnych sytuacji w przyszłości, np. organizując specjalne szkolenia czy wymagając ponownego zapoznania się z obowiązującymi zasadami i polityką zgodnie z obowiązującymi procedurami.

[GRI 205-1] Działalność oceniona pod względem ryzyka wystąpienia korupcji

Podejmujemy szereg różnych działań w celu zapobiegania korupcji. Wdrożyliśmy politykę antykorupcyjną, która wraz z procedurą zgodności i postępowania wobec sektora publicznego (dokumenty wewnętrzne) oraz kodeksami etyki i postępowania (zewnętrzne) tworzy system zapobiegania korupcji. Ponadto zakres szkoleń dla pracowników i współpracowników na temat przestrzegania przepisów prawa został rozszerzony o kwestie przeciwdziałania korupcji. W 2023 r. przeprowadziliśmy analizę 33% jednostek biznesowych Spółki pod kątem ryzyka wystąpienia korupcji. W jej wyniku nie stwierdzono żadnego istotnego ryzyka w tym obszarze.

[GRI 205-3] Potwierdzone przypadki korupcji i podjęte działania

W 2023 r. nie potwierdzono żadnych przypadków korupcji.

[GRI 2-27] Niezgodność z przepisami prawa i regulacjami

W 2023 r. nie wystąpiły istotne przypadki naruszenia przepisów prawa ani regulacji, które powodowałyby nałożenie kar finansowych lub niefinansowych.

[GRI 206-1] Podjęte wobec organizacji kroki prawne dotyczące przypadków naruszeń zasad wolnej konkurencji i praktyk monopolistycznych

W 2023 r. nie stwierdzono przypadków naruszenia zasad wolnej konkurencji ani praktyk monopolistycznych, a organy zewnętrzne nie podjęły żadnych kroków prawnych wobec firmy w tym zakresie.

[GRI 418-1] Uzasadnione skargi dotyczące naruszenia prywatności klienta i utraty danych klientów

W 2023 r. otrzymaliśmy 24 skargi od osób pracujących w Spółce, tj. nie od podmiotów zewnętrznych (złożone zgodnie z obowiązującymi procedurami) oraz jedną skargę od organów regulacyjnych.

[GRI 201-1] Bezpośrednia wartość ekonomiczna wytworzona i podzielona (w mln PLN)

	2021	2022	2023
Przychody ze sprzedaży razem	12 464	15 865	19 641
Przychody ze sprzedaży	12 363	15 751	19 409
Pozostałe przychody operacyjne	23	23	26
Przychody finansowe	78	91	206
Koszty ogółem	11 530	14 856	18 670
Koszty operacyjne*	11 113	14 118	17 544
Pozostałe koszty operacyjne	35	32	30
Koszty finansowe	382	706	1 096
Koszty świadczeń pracowniczych	258	366	421
Płatności na rzecz inwestorów	0	0	0
Płatności na rzecz administracji publicznej	155	224	144
Wartość ekonomiczna zatrzymana	521	419	406

*Amortyzacja, zużycie materiałów i energii, usługi obce, pozostałe koszty rodzajowe, wartość sprzedanych towarów.

[GRI 207-4] Sprawozdawczość podatkowa według jurysdykcji

	Polska – właściwa jurysdykcja podatkowa dla Żabka Polska sp. z o.o.	
	2022	2023
Nazwy jednostek będących rezydentami podatkowymi	Żabka Polska sp. z o.o.	Żabka Polska sp. z o.o.
Podstawowy przedmiot działalności	Działalność firm centralnych (head offices) i holdingów, z wyłączeniem holdingów finansowych (PKD 70.10.Z)	Działalność firm centralnych (head offices) i holdingów, z wyłączeniem holdingów finansowych (PKD 70.10.Z)
Liczba pracowników	2 567 osoby (stan na 31.12.2022 r.)	2 594 osoby (stan na 31.12.2023 r.)
Przychody (w tys. PLN)	15 750 953	19 408 711
Przychody z transakcji wewnątrzgrupowych z jednostkami w innych jurysdykcjach podatkowych (w tys. PLN)	163	683
Zysk przed opodatkowaniem (w tys. PLN)	638 177	543 943
Rzeczowe aktywa trwałe i zapasy (w tys. PLN)	3 047 851	3 626 322
Podatek dochodowy zapłacony (w tys. PLN)	163 909	310 849
Podatek bieżący (w tys. PLN)	241 685	123 094
Przyczyny występowania różnic między podatkiem dochodowym od osób prawnych naliczonym od zysku/straty a podatkiem należnym w przypadku zastosowania ustawowej stawki podatkowej do zysku/straty przed opodatkowaniem.	Trwałe różnice pomiędzy prawem bilansowym a podatkowym dotyczą przede wszystkim odsetek i różnic kursowych od otrzymanych kredytów i pożyczek. Koszty finansowania dłużnego pozyskanego w celu nabycia udziałów nie stanowią, zgodnie z art. 16 ust. 1 punkt 13e) Ustawy o podatku dochodowym od osób prawnych kosztów uzyskania przychodów.	Trwałe różnice pomiędzy prawem bilansowym a podatkowym dotyczą przede wszystkim odsetek i różnic kursowych od otrzymanych kredytów i pożyczek. Koszty finansowania dłużnego pozyskanego w celu nabycia udziałów nie stanowią, zgodnie z art. 16 ust. 1 punkt 13e) Ustawy o podatku dochodowym od osób prawnych kosztów uzyskania przychodów.

[GRI 301-1] Zużyte materiały według wagi

	Całkowita masa materiałów i surowców wykorzystywanych do produkcji i pakowania podstawowych produktów i usług [t]		Masa materiałów i surowców pozyskiwanych wewnętrznie [t]	
	2022	2023	2022	2023
Surowce	13 672,44	11 731,73	37,05	37,73
Materiały opakowaniowe (w tym papier, tektura i tworzywa sztuczne)	937,60	1 092,02	0	0
Łącznie	14 610,05	12 823,75	37,05	37,73

[GRI 301-2] Odsetek materiałów pochodzących z recyklingu wykorzystanych w procesie produkcyjnym

	2021	2022	2023
Procentowy udział materiałów z recyklingu wykorzystanych do produkcji tworzyw sztucznych	9,7%	12,1%	21,8%
Stosunek materiałów z recyklingu do całkowitej masy materiałów i surowców wykorzystywanych do produkcji podstawowych produktów i usług	2,4%	2,7%	4,8%

[GRI 301-3] Procent odzyskanych materiałów ze sprzedanych produktów i ich opakowań

	2021	2022	2023
Ilość produktów i odzyskanych materiałów opakowaniowych w okresie sprawozdawczym [t]	22 758,29	22 186,50	21 608,24
Produkty sprzedane w okresie sprawozdawczym [t]	14 907,49	14 610,05	12 823,76
Procentowy udział odzyskanych zużytych produktów i opakowań	153%	152%	169%

Dane pochodzą z raportów o opłatach za opakowania produktów i z kart przekazania odpadów.

[GRI 302-1] Zużycie energii wewnątrz organizacji z uwzględnieniem rodzaju surowców

Bezpośrednie zużycie energii		2021 [MWh]	2022 [MWh]	2023 [MWh]
Całkowite zużycie energii ze źródeł nieodnawialnych, w podziale na surowce, z których została wytworzona	Gaz ziemny	13 276	13 611,1	11 525,0
	LPG	2 907	2 174,6	2 236,5
	Olej napędowy	18 962	18 633,4	10 033,3
	Benzyna	5 914	10 673,4	20 988,2
Całkowite zużycie energii wytworzonej samodzielnie lub zakupionej w podziale na energię elektryczną (zakupioną na rynku) i ciepłą	Łącznie	41 059	45 092,5	44 783,0
	Energia elektryczna	20 248	24 232,9	29 350,3
	Energia ciepła	1 999	1 788,7	1 613,1
Całkowite zużycie energii wewnątrz organizacji	Łącznie	22 247	26 021,6	30 963,4
		63 306	71 114,1	75 775,9

Dane pochodzą z faktur otrzymanych od dostawców, które zostały wystawione wg jednostek nominalnych dla danego rodzaju energii. W celu przeliczenia ich na MWh zastosowano wskaźniki wartości opałowej podane przez DEFRA dla danego roku. Wskaźnik dla gazu ziemnego został dostosowany do jednostek, w których surowiec ten jest kupowany (m³).

[302-2] Zużycie energii poza organizacją

	2021	2022	2023
Zużycie energii elektrycznej w sklepach (franczyzobiorcy) [MWh]	428 522	479 402	522 252

Dane pochodzą z odczytów inteligentnych liczników zainstalowanych w sklepach prowadzonych przez franczyzobiorców. Uwzględniono zużycie energii w sklepach Nano.

[GRI 302-3] Intensywność zużycia energii

	2021	2022	2023
Intensywność zużycia energii jako stosunek całkowitego zużycia energii przez organizację do przychodów [MWh / mln PLN]	5,1	4,5	3,9
Intensywność zużycia energii jako stosunek całkowitego zużycia energii poza organizacją do przychodów [MWh / mln PLN]	34,7	30,4	26,9

[GRI 303-3] Pobór wody

	2021	2022	2023
Pobór wody z sieci miejskiej w centrali i centrach logistycznych [tys. m ³]	35 805	38 635	44 094

Dane pochodzą z odczytów liczników zainstalowanych w centrach logistycznych. Według World Resources Institute Polska nie znajduje się w obszarze zwiększonego ryzyka deficytu wody.

[GRI 305-1] Bezpośrednie emisje gazów cieplarnianych (zakres 1)

Bezpośrednie emisje gazów cieplarnianych (zakres 1) [t CO ₂ e]	2021	2022	2023
Paliwo zużyte do wytworzenia ciepła/chłodu	3 107	3 046	2 912
Własna flota	6 190	7 268	7 384
Czynniki chłodnicze w centrach logistycznych (w tym suchy lód)	7 635	7 655	6 696
Całkowite emisje bezpośrednie	16 932	17 969	16 992

Bezpośrednie emisje ze spalania paliw w centrach dystrybucyjnych oraz emisje pochodzące z floty pojazdów i zużycia czynników chłodniczych. Do obliczenia emisji gazów cieplarnianych w wyniku spalania paliw zastosowano przeliczniki uzyskane z bazy danych DEFRA (Departamentu ds. Ochrony Środowiska, Żywności i Spraw Wiejskich rządu Wielkiej Brytanii). W przypadku emisji gazów cieplarnianych pochodzących ze zużycia czynników chłodniczych zastosowano wskaźniki potencjału tworzenia efektu cieplarnianego (GWP) z bazy danych DEFRA lub z kart charakterystyki poszczególnych czynników chłodniczych. W przypadku emisji gazów cieplarnianych związanych z zakupem ciepła sieciowego zastosowano przeliczniki z bazy danych DEFRA

[305-2] Pośrednie emisje gazów cieplarnianych (zakres 2)

Emisje pośrednie	Pośrednie emisje gazów cieplarnianych [w tonach CO ₂ e, w oparciu o lokalizację]			Pośrednie emisje gazów cieplarnianych [w tonach CO ₂ e, w oparciu o rynek]		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Pośrednie emisje gazów cieplarnianych związane ze zużyciem energii elektrycznej	14 279	17 352	20 329	0	0	0
Pośrednie emisje gazów cieplarnianych związane ze zużyciem ciepła	341	305	290	341	305	290
Całkowite emisje pośrednie	14 620	17 657	20 619	341	305	290

Emisje pośrednie powodowane przez zużycie energii elektrycznej w centrach dystrybucyjnych i siedzibie firmy. Do obliczenia wielkości emisji gazów cieplarnianych powodowanych zużyciem energii elektrycznej wykorzystano dane pochodzące z Krajowego Ośrodka Bilansowania i Zarządzania Emisjami oraz z bazy danych DEFRA, zarówno na potrzeby metody opartej na lokalizacji, jak i metody opartej na rynku. W przypadku emisji gazów cieplarnianych związanych z zakupem ciepła sieciowego zastosowano przeliczniki z bazy danych DEFRA.

[GRI 305-3] Inne pośrednie emisje gazów cieplarnianych (zakres 3)

Inne pośrednie emisje gazów cieplarnianych (zakres 3) [w tonach CO ₂ e]	2021	2022	2023
Zakupione towary i usługi	1 941 943	2 107 960	2 406 895
Wydatki kapitałowe	175 955	186 604	179 152
Działalność związana z paliwami i energią	5 784	6 643	7 615
Transport i dystrybucja	28 945	35 158	41 641
Franczyzobiorcy	305 338	166,668	216 224
Suma pozostałych znaczących emisji pośrednich	2 457 965	2 503 034	2 851 527

Emisje powstałe na wcześniejszych etapach łańcucha wartości (upstream) – emisje związane z zakupem produktów i usług, dóbr inwestycyjnych oraz transportem do sklepów. Do obliczenia emisji gazów cieplarnianych z wykorzystaniem uśrednionych danych dla zakupionych produktów zastosowano przeliczniki emisji z bazy danych EcoInvent i innych publicznie dostępnych źródeł naukowych. Emisje gazów cieplarnianych związane z zakupionymi produktami obliczono metodą wydatków, a emisje związane z zakupionymi usługami i nakładami inwestycyjnymi zostały obliczone przy użyciu modelu EEIO (ang. environmentally extended input-output), z wykorzystaniem bazy danych Exiobase. Przeliczniki dla emisji WTT (ang. well to tank – emisje pośrednie powstałe po drodze „od szybu do zbiornika” w związku z udostępnieniem nośnika energii użytkownikom) oraz emisji związanych z transportem i dystrybucją pochodzą z bazy danych DEFRA.

Emisje powstałe na późniejszych etapach łańcucha wartości (downstream) – emisje wynikające ze zużycia energii elektrycznej i czynników chłodniczych w sklepach. W przypadku emisji gazów cieplarnianych pochodzących ze zużycia czynników chłodniczych zastosowano wskaźniki potencjału tworzenia efektu cieplarnianego (GWP) z bazy danych DEFRA lub z kart charakterystyki poszczególnych czynników chłodniczych. Zarówno w przypadku metody opartej na lokalizacji, jak i metody opartej na rynku do obliczenia emisji gazów cieplarnianych związanych ze zużyciem energii elektrycznej zastosowano dane z Krajowego Ośrodka Bilansowania i Zarządzania Emisjami oraz z bazy danych DEFRA.

[GRI 305-4] Intensywność emisji gazów cieplarnianych [t CO₂e/mln PLN przychodów]

Intensywność emisji	2021	2022	2023
Zakres 1 (emisje bezpośrednie)	1,4	1,1	0,9
Zakres 2 (emisje pośrednie – obliczone metodą market based)	0	0	0
Zakres 3 (pozostałe emisje pośrednie)	199	159	147
Łącznie	200	168	148

Intensywność emisji obliczono jako wielkość emisji w danym zakresie podzieloną przez wartość przychodów ze sprzedaży. Dla zakresu 2 zastosowano emisje obliczone na podstawie kryterium rynkowego. Emisje wyrażone są jako ekwiwalent CO₂ i obejmują gazy cieplarniane wg GHG Protocol.

[GRI 306-3] Całkowita waga odpadów, według rodzaju oraz metody unieszkodliwiania

Całkowita masa odpadów niebezpiecznych i innych niż niebezpieczne, w podziale wg metody utylizacji	Masa odpadów w 2021 r. [t]		Masa odpadów w 2022 r. [t]		Masa odpadów w 2023 r. [t]	
	Odpady inne niż niebezpieczne	Odpady niebezpieczne	Odpady inne niż niebezpieczne	Odpady niebezpieczne	Odpady inne niż niebezpieczne	Odpady niebezpieczne
Ponowne wykorzystanie	0	0	0	0	43,2	0
Recykling	10 050,2	1,6	11 427,6	1,2	13 289,7	3,4
Kompostowanie	214,4	0	32,3	0	60,1	0
Odzysk (w tym odzysk energii)	1 433,0	0,7	1 448,0	0,9	2 009,5	1,8
Spalanie (lub wykorzystanie jako paliwo)	79,1	2,5	214,3	0,1	16,2	0
Składowanie w głębokich studniach	0	0	0	0	0	0
Składowanie na składowiskach odpadów	172,0	34,8	270,1	0	438,6	0,1
Składowanie na terenie zakładu	0	0	0	0	0	0
Pozostałe	613,8	2,8	390,9	140,4	441,6	14,1
Łącznie	12 562,5	42,5	13 783,4	142,7	16 298,8	19,3

Podane wielkości obejmują odpady inne niż niebezpieczne, odpady niebezpieczne, odpady komunalne i odpady kategorii III. Dane na temat recyklingu nie obejmują danych dotyczących ilości folii i makulatury odebranej ze sklepów, ale uwzględniają dane o ilości folii i makulatury odebranej z magazynów.

[GRI 403-1] Zarządzanie obszarem bezpieczeństwa i higieny pracy

Wdrożyliśmy System Zarządzania Bezpieczeństwem i Higieną Pracy ISO 45001, który jest częścią naszego Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Na bieżąco weryfikujemy procesy i procedury, aby zapewnić ich aktualność i prawidłową realizację. Przeprowadzamy również wewnętrzne i zewnętrzne kontrole zgodności z przepisami i poddajemy się wewnętrznym i zewnętrznym audytom. Ponadto kontynuowaliśmy system certyfikacji Bezpieczeństwo i Higiena+, który towarzyszy Żabce od ponad 3 lat. Objęliśmy nim wszystkie nasze sklepy, centra logistyczne oraz dostawców marki własnej. Powstał on we współpracy z niezależną, akredytowaną jednostką certyfikującą TÜV NORD Polska. W 2022 roku Maczfit, Dietly i Nano dołączyły do programu. Wszystkie sklepy, które pozytywnie przeszły audyt, otrzymały certyfikat.

**[GRI 403-2] Identyfikacja zagrożeń, ocena ryzyka i badanie incydentów**

W 2023 r. przeprowadzono 656 kontroli BHP. Wykryto 1 973 nieprawidłowości i podjęto 2 066 działań. Wskaźnik ukończenia kontroli wyniósł 104%.

[GRI 403-3] Usługi w zakresie ochrony zdrowia pracujących

W 2023 r. badaniom z zakresu medycyny pracy poddano łącznie 1 389 osób, w tym 489 kobiet i 900 mężczyzn (18% – badania wstępne, 70% – badania okresowe, 11% – badania kontrolne), 97% pracowników było zdolnych do pracy.

[GRI 403-5] Szkolenia dla pracowników w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy

Dla pracowników dystrybucji przygotowaliśmy zestawy startowe BHP, zawierające niezbędne procedury i instrukcje. Po odbyciu szkolenia w zakresie BHP wszyscy nowo zatrudnieni pracownicy otrzymują opracowane przez nas „Kompendium wiedzy o BHP”. Ponieważ przełożeni ponoszą ogromną odpowiedzialność za zapewnienie bezpieczeństwa w miejscu pracy, specjalnie dla nich opracowaliśmy i wdrożyliśmy program Świadomy Przełożony, w ramach którego zapewniamy im wszelkie niezbędne szkolenia, wsparcie, porady i materiały dodatkowe w zakresie BHP. Przeprowadzono również szkolenia z zakresu pierwszej pomocy w miejscu pracy (20 szkoleń). 136 osób poznało zasady udzielania takiej pomocy. Na szkolenia przeznaczono 816 godzin.

[GRI 403-6] Promowanie zdrowego trybu życia wśród pracowników

Kontynuowaliśmy realizację programu „ZDROwiedzący”, który promuje zdrowe odżywianie, aktywność fizyczną oraz profilaktykę zdrowotną. W 2023 r. w jego ramach przeprowadziliśmy sześć webinarów poświęconych nadużywaniu substancji psychoaktywnych oraz bezpieczeństwu w miejscu pracy i poza nim. Zachęcamy pracowników do udziału w różnych inicjatywach sportowych, np. Wings for Life World Run. Ponadto wprowadziliśmy Program Wsparcia Pracowników, poprzez który oferujemy pracownikom, współpracownikom, franczyzobiorcom oraz ich bliskim bezpłatne i poufne doradztwo w kwestiach zdrowia psychicznego, prawnych i finansowych. Program zapewnia dostęp do bazy wiedzy i materiałów szkoleniowych, a ponadto umożliwia umówienie indywidualnych spotkań z ekspertami: prawnikiem, dietetykiem, psychologiem, trenerem biznesu i doradcą finansowym. W 2023 r. skorzystał z niego jeden na 25 pracowników.

[GRI 403-7] Zapobieganie i łagodzenie skutków dla bezpieczeństwa w pracy bezpośrednio związanych z prowadzoną działalnością

Wykonano 78 pomiarów różnych czynników w środowisku pracy. W żadnym obszarze nie stwierdzono przekroczeń.

W 2023 r. Państwowa Inspekcja Sanitarna (SANEPID) przeprowadziła łącznie trzy kontrole (brak wydanych zaleceń), Państwowa Inspekcja Pracy – cztery kontrole (zalecenia dotyczyły zmiany sposobu numerowania akt osobowych oraz zgłoszenia pracodawcy wypadku z udziałem pracownika zatrudnionego przez podmiot zewnętrzny), a Państwowa Straż Pożarna – dwie kontrole (zalecenia dotyczyły systemu oddymiania).

[GRI 403-9] Urazy związane z pracą

	2021	2022	2023
Liczba wypadków (incydentów) śmiertelnych	0	0	0
Liczba poważnych urazów związanych z pracą (z wyłączeniem wypadków śmiertelnych)	0	0	0
Liczba wypadków lekkich (incydentów)	15	17	22
Liczba przepracowanych godzin	3 564 200	4 074 900	4 059 500
Wskaźnik wypadkowości (LTIFR)	4,21	4,17	5,42

Dane dotyczące wypadków pochodzą z rejestru wypadków przy pracy prowadzonego przez firmę zgodnie z przepisami prawa. Wskaźnik wypadkowości LTIFR oblicza się na milion przepracowanych godzin = (liczba wypadków / liczba przepracowanych godzin) x 1 000 000. Nie gromadzimy danych dotyczących czasu pracy osób zatrudnionych na innej zasadzie niż stosunek pracy. Więcej informacji nt identyfikacji zagrożeń, oceny ryzyka i procedur wyjaśniających w wypadku wystąpienia incydentów można znaleźć w opisie wskaźnika [GRI 403-2] na str. 79. Typowe zagrożenie występujące w miejscu pracy to uderzenie przez podnośnik widłowy, a typowe obrażenia to skręcenia kończyn i stłuczenia.

[GRI 404-3] Odsetek pracowników podlegających regularnej ocenie jakości pracy i przeglądowi rozwoju kariery zawodowej, wg płci i kategorii zatrudnienia

W 2023 r. odsetek pracowników podlegających regularnym ocenom jakości świadczonej pracy wyniósł 100% i obejmował wszystkich pracowników bez względu na płeć czy kategorię zatrudnienia.

[GRI 416-1] Ocena wpływu istotnych kategorii produktów i usług na zdrowie i bezpieczeństwo

Oczekujemy od dostawców wdrożenia i certyfikacji systemów zarządzania jakością i bezpieczeństwem żywności, a także uważnie analizujemy stosowane przez nich praktyki w zakresie ochrony środowiska i oddziaływań na społeczeństwo. Sprawdzamy, czy spełniają oni standardy dotyczące zarządzania środowiskowego i przekazujemy informacje na temat naszego podejścia do ochrony bioróżnorodności. Dostawcy produktów marek własnych, którzy nie spełniają wymaganych przez nas standardów bezpieczeństwa, klasyfikowani są jako grupa wysokiego ryzyka i są dopuszczani do współpracy z nami pod warunkiem uprzedniego poddania się audytowi kwalifikacyjnemu. Przeprowadziliśmy 17 takich audytów. W ich wyniku jeden dostawca został oceniony negatywnie, w następstwie czego podjęta została decyzja o nie nawiązywaniu z nim współpracy. Przeprowadziliśmy również 74 zapowiedziane i niezapowiedziane kontrole. W wyniku audytów kwalifikacyjnych u dostawców produktów marek obcych trzy podmioty nie uzyskały pozytywnego wyniku, czego skutkiem było podjęcie decyzji o nie nawiązywaniu z nimi współpracy. W przypadku złożenia reklamacji lub zgłoszenia uchybienia jakości produktu przeprowadzamy kontrole interwencyjne u partnerów handlowych. W ubiegłym roku 21 dostawców zostało poddanych takim kontrolom. Wprowadzenie dodatkowych kontroli stanowi odpowiedź na wyzwanie, jakim jest zapewnienie najwyższej jakości produkowanej żywności i ma na celu zmniejszenie liczby przypadków wycofywania asortymentu z obrotu z powodu wad jakościowych. Odnotowaliśmy trzy takie zdarzenia – wszystkie dotyczyły produktów marek obcych.

[GRI 417-1] Wymogi w zakresie oznakowania produktów i usług oraz informacji na ich temat

Informacje wymagane na podstawie wewnętrznych procedur dotyczących oznakowania produktów i usług obejmują kwestie pozyskiwania komponentów, elementów i półproduktów, składu produktów, w szczególności w zakresie substancji, które mogą mieć negatywny wpływ na środowisko, zasad bezpiecznego użytkowania produktu lub usługi, utylizacji produktu i jego wpływu na środowisko lub społeczeństwo. Ośiem kategorii produktów podlega ocenie pod tym względem, przy czym wszystkie podlegają wymogom informacyjnym.

[417-2] Incydenty niezgodności w zakresie informacji i etykietowania produktów i usług

Rodzaj zdarzenia	liczba	
	2022	2023
Przypadki niezgodności z przepisami skutkujące karą lub grzywną	0	0
Przypadki niezgodności z przepisami skutkujące ostrzeżeniem	1	0
Przypadki niezgodności z dobrowolnie stosowanymi kodeksami	0	0

W 2023 r. nie odnotowaliśmy incydentów niezgodności w zakresie informacji i etykietowania produktów i usług.

Sprawozdanie z wykonania usługi atestacyjnej



Ernst & Young Audyt Polska
Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp. k.
Rondo ONZ 1 00-124 Warszawa

+48 (0) 22 557 70 00
+48 (0) 22 557 70 01
warszawa@pl.ey.com
www.ey.com/pl

Raport z niezależnej usługi atestacyjnej

Dla Zarządu Żabka Polska Sp. z o. o.

Zakres zrealizowanych prac

Zostaliśmy zaangażowani do przeprowadzenia usługi atestacyjnej dającej ograniczoną pewność w odniesieniu do wybranych informacji niefinansowych zaprezentowanych w „Raporcie Odpowiedzialności Grupy Żabka za rok 2023” („Raport”) w oparciu o Wytyczne GRI wydane przez Global Reporting Initiative.

Weryfikacji podlegały następujące informacje niefinansowe (wskaźniki GRI) zawarte w Raporcie: 2-7, 2-8, 202-1, 301-1, 301-2, 301-3, 302-1, 302-2, 303-3, 305-1, 305-2, 305 -3, 305-4, 306-3, 401-1, 403-9, 404-1, 405-1 („Wybrane Informacje”).

Przedmiotem naszej weryfikacji były jedynie Wybrane Informacje i nie przeprowadziliśmy procedur w stosunku do innych informacji zaprezentowanych w Raporcie. W związku z tym nie wyrażamy wniosku o Raporcie jako całości.

Odpowiedzialność Zarządu

Zarząd Spółki jest odpowiedzialny za sporządzenie i prezentację Raportu zgodnie z Wytycznymi GRI we wszystkich istotnych aspektach. Odpowiedzialność ta obejmuje zaprojektowanie i stosowanie odpowiedniego systemu kontroli wewnętrznej oraz dokonanie odpowiednich szacunków umożliwiających sporządzenie i prezentację Raportu zgodnie z Wytycznymi GRI, wolnego od istotnych zniekształceń spowodowanych oszustwem lub błędem.

Nasza odpowiedzialność

Naszym zadaniem było sformułowanie wniosku o ograniczonej pewności na temat Wybranych Informacji niefinansowych podlegających usłudze atestacyjnej, zaprezentowanych w Raporcie na podstawie uzyskanych przez nas dowodów.

Nasze zlecenie przeprowadziliśmy zgodnie z Międzynarodowym Standardem Usług Atestacyjnych 3000 (zmienionym) Usługi atestacyjne inne niż badania lub przeglądy historycznych informacji finansowych. Standard ten nakłada na nas obowiązek postępowania zgodnie z wymogami etyki oraz zaplanowania i przeprowadzenia procedur w taki sposób, aby móc wyrazić wniosek dający ograniczoną pewność, że Wybrane Informacje podlegające weryfikacji nie zawierają istotnych nieprawidłowości i są zgodne z Wytycznymi GRI we wszystkich istotnych aspektach.

Uważamy, że uzyskane przez nas dowody są wystarczające i odpowiednie do wydania wniosku o ograniczonej pewności.

Nasza niezależność i kontrola jakości

Stosujemy Międzynarodowy Standard Zarządzania Jakością 1 „Zarządzanie jakością dla firm wykonujących badania lub przeglądy sprawozdań finansowych lub zlecenia innych usług atestacyjnych lub pokrewnych”, który wymaga, aby firma audytorska zaprojektowała, wdrożyła i stosowała system zarządzania jakością, w tym polityki i procedury dotyczące zgodności z wymogami etycznymi, standardami zawodowymi oraz mającymi zastosowanie wymogami prawa i regulacjami.

Spełniamy wymogi dotyczące niezależności oraz inne wymogi etyki zawodowej zgodnie z postanowieniami Międzynarodowego kodeksu etyki zawodowych księgowych wydanego przez Radę Międzynarodowych Standardów Etycznych dla Księgowych (IESBA - International Ethics Standards Board for Accountants), w którym określono kluczowe zasady uczciwości, obiektywizmu, kompetencji zawodowych, należytej staranności oraz poufności i profesjonalnego postępowania.

Podsumowanie przeprowadzonych procedur

Przeprowadzone przez nas procedury w odniesieniu do Wybranych Informacji zaprezentowanych w Raporcie zostały zaprojektowane tak, aby uzyskać zapewnienie dające ograniczoną pewność i polegały na:

- analizie i identyfikacji Wybranych Informacji ujętych w Raporcie;
- przeprowadzeniu rozmów z osobami odpowiedzialnymi za raportowanie informacji niefinansowych zawartych w Raporcie;
- porównaniu Wybranych Informacji ujętych w Raporcie z otrzymaną dokumentacją Spółki.

Zastosowane procedury zostały przez nas wybrane według własnego uznania i obejmują ocenę ryzyka istotnego zniekształcenia Wybranych Informacji zawartych w Raporcie. Zakres procedur wykonywanych w ramach usługi dającej ograniczoną pewność jest istotnie węższy niż w przypadku usługi dającej racjonalną pewność. W związku z tym poziom zapewnienia uzyskany przy usłudze dającej ograniczoną pewność jest istotnie niższy niż poziom zapewnienia jaki byłby uzyskany, gdyby przeprowadzono usługę dającą racjonalną pewność.

Usługa atestacyjna dająca ograniczoną pewność polega na kierowaniu zapytań, przede wszystkim do osób odpowiedzialnych za przygotowanie Raportu, oraz na przeprowadzaniu procedur analitycznych i innych odpowiednich procedur. W ramach prac, bierzemy pod uwagę kontrolę wewnętrzną w celu oceny ryzyka i zaplanowania naszych procedur, ale nie w celu wyrażenia opinii na temat skuteczności jej działania.

Wniosek

Na podstawie przeprowadzonych procedur i uzyskanych dowodów nie stwierdziliśmy niczego, co wskazywałoby, że Wybrane Informacje zdefiniowane w punkcie Zakres zrealizowanych prac, nie są we wszystkich istotnych aspektach zgodne z Wytycznymi GRI.

podpisano kwalifikowanym podpisem elektronicznym

Rafał Hummel, Partner

Ernst & Young Audyt Polska spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp. k.

Warszawa, 23 kwietnia 2024 roku

Tabela SASB

Zagadnienie	Wskaźnik	Kod SASB	Dane za 2023 r.
Zużycie paliwa we flocie dostawczej	Zużycie paliwa we flocie, % paliwa pochodzącego z OZE	FB-FR-110a.1	Firma nie posiada własnej floty dostawczej.
Czynniki chłodnicze – emisje do powietrza	Zakres 1 – całkowite emisje czynników chłodniczych	FB-FR-110b.1	6 696 t CO ₂ e
	Procent czynników chłodniczych o zerowym potencjale niszczenia warstwy ozonowej	FB-FR-110b.2	100% stosowanych przez nas czynników chłodniczych ma zerowy potencjał niszczenia warstwy ozonowej.
	Średni wskaźnik emisji czynników chłodniczych	FB-FR-110b.3	28%
Zarządzanie energią	(1) Zużycie energii w działalności własnej (2) % energii elektrycznej zakupionej z sieci (3) % energii zużytej w operacjach własnych pochodzący z OZE	FB-FR-130a.1	(1) 46 291 MWh (166 649 GJ) – wartość obejmuje zużycie paliwa, energii elektrycznej oraz ciepła. (2) 63% – zakupiona energia elektryczna w stosunku do całości energii zużytej w działalności własnej. (3) 63% całości energii zużywanej w działalności własnej pochodzi z OZE (100% energii elektrycznej).
Zarządzanie marnowaniem żywności	Waga wytworzonych odpadów żywnościowych, w tym usuniętych ze strumienia odpadów (w tonach)	FB-FR-150a.1	Ilość marnowanej żywności we własnej działalności: 1 351 ton.
Bezpieczeństwo informacji	(1) Liczba przypadków naruszenia ochrony danych (2) Odsetek naruszeń umożliwiających identyfikację osób (3) Liczba klientów dotkniętych naruszeniem	FB-FR-230a.1	(1) 24. (2) 100% – naruszenie bezpieczeństwa danych osobowych stwierdza się, gdy dotyczy ono danych umożliwiających identyfikację tożsamości konkretnej osoby. (3) 170 osób, przy czym w większości byli to franczyzobiorcy i pracownicy.
	Opis podejścia do identyfikowania i eliminowania ryzyka związanego z bezpieczeństwem danych	FB-FR-230a.2	Stosujemy system zarządzania bezpieczeństwem informacji zgodny z ISO 27001.
Bezpieczeństwo żywności	Wskaźnik naruszeń bezpieczeństwa żywności o wysokim ryzyku	FB-FR-250a.1	W 2023 r. miał miejsce jeden przypadek wystąpienia wysokiego ryzyka naruszenia bezpieczeństwa żywności.
	(1) Liczba przypadków wycofania produktu z obrotu (2) Liczba wycofanych sztuk produktu (3) % wycofanych sztuk, które były produktami marek własnych	FB-FR-250a.2	(1) 3 przypadki wycofania produktu z obrotu. (2) 14 109 wycofanych sztuk produktu. (3) 0% wycofanych produktów było sprzedawanych pod marką własną.
Zdrowe i odżywcze produkty	Przychody ze sprzedaży produktów promujących zdrową dietę i tryb życia	FB-FR-260a.1	1 392 mln PLN
	Omówienie procesu identyfikacji i zarządzania produktami mającymi wpływ na zdrowie konsumentów	FB-FR-260a.2	Konsekwentnie realizujemy strategię ulepszania składu oferowanych przez nas produktów marek własnych: tym zmniejszając zawartość soli i cukru, poszerzając asortyment produktów roślinnych oraz zmniejszając ilość konserwantów, syropów glukozowych i glukozowo-fruktozowych czy sztucznych aromatów.
Etykietowanie i marketing produktów	Liczba incydentów niezgodności z wymogami dotyczącymi etykietowania i/lub kodeksami marketingowymi	FB-FR-270a.1	W 2023 r. nie odnotowaliśmy tego typu przypadków.
	Całkowita kwota strat pieniężnych w wyniku postępowań sądowych związanych z praktykami marketingowymi i/lub etykietowaniem	FB-FR-270a.2	W 2023 r. nie nałożono w tym zakresie żadnych kar.
	Przychody ze sprzedaży produktów oznaczonych jako: (1) zawierające organizmy zmodyfikowane genetycznie (GMO) (2) wolne od GMO	FB-FR-270a.3	Wszystkie produkty naszych marek własnych są wolne od GMO. Produkty marek obcych, które zawierają GMO, są odpowiednio oznakowane. Dane w zakresie przychodów ze sprzedaży produktów oznakowanych pod względem zawartości GMO, nie były konsolidowane w okresie sprawozdawczym.

Zagadnienie	Wskaźnik	Kod SASB	Dane za 2023 r.
Praktyki pracownicze	1) Średnia stawka godzinowa i (2) odsetek pracowników sklepów i centrów logistycznych zarabiających minimalną stawkę	FB-FR-310a.1	Stanowiska związane z logistyką zasadniczo różnią się między sobą pod względem charakterystyki wykonywanych zadań, dlatego też nie raportujemy średniej stawki godzinowej. Wszyscy pracownicy otrzymują wynagrodzenie wyższe od minimalnego, a dodatkowo otrzymują szereg świadczeń finansowych i pozafinansowych.
	Odsetek pracowników objętych układami zbiorowymi	FB-FR-310a.2	W Spółce nie funkcjonują związki zawodowe ani układy zbiorowe pracy. Pracownicy mają jednak pełną swobodę tworzenia oddolnych grup pracowniczych.
	(1) Liczba przestoju w pracy (2) Łączna liczba dni bez pracy	FB-FR-310a.3	W 2023 r. nie wystąpiły istotne przestoje w pracy.
	Całkowita kwota strat pieniężnych w wyniku postępowań sądowych związanych z: (1) naruszeniami prawa pracy (2) dyskryminacją w zatrudnieniu	FB-FR-310a.4	W 2023 r. nie odnotowaliśmy tego typu przypadków.
Zarządzanie wpływem środowiskowym i społecznym w łańcuchu dostaw	Przychody z produktów certyfikowanych przez strony trzecie jako zgodne z normami zrównoważonego rozwoju środowiskowego i/lub społecznego	FB-FR-430a.1	W okresie sprawozdawczym nie konsolidowaliśmy danych z tego obszaru.
	Odsetek przychodów ze sprzedaży: 1) jaj pochodzących z chowu bezklatkowego 2) wieprzowiny wyprodukowanej bez użycia klatek ciężarowych	FB-FR-430a.2	W okresie sprawozdawczym nie konsolidowaliśmy danych z tego obszaru.
	Omówienie strategii zarządzania czynnikiem ryzyka środowiskowego i społecznego w łańcuchu dostaw, w tym w zakresie dobrostanu zwierząt	FB-FR-430a.3	Kontynuowaliśmy realizację wdrożonych polityk w zakresie zrównoważonego rozwoju w naszym łańcuchu dostaw, w tym: Polityki Zrównoważonego Oleju Palmowego, Polityki Wodnej, Polityki Zarządzania Odpadami, Polityki Zrównoważonego Pozyskania Surowców Roślinnych oraz Zrównoważonego Połowu Ryb i Owoców Morza oraz Polityki Ochrony Dobrostanu Zwierząt. Kontynuowaliśmy również zapoznanie partnerów biznesowych z Kodeksem Postępowania. 60,51% z nich zapoznało się z dokumentem.
	Omówienie strategii ograniczania wpływu opakowań na środowisko naturalne	FB-FR-430a.4	Przyjęta przez nas Polityka Ekoprojektowania określa podejście organizacji do kwestii opakowań. Unikamy kontrastowych barw, pigmentów na bazie sadzy oraz nierozzerwalnych etykiet wykonanych z innego niż samo opakowanie tworzywa, dzięki czemu poddawanie stosowanych przez nas opakowań recyklingowi jest łatwiejsze. Wytwarzanie opakowań w całości lub części z materiałów pochodzących z recyklingu pozwala zminimalizować wykorzystanie surowców pierwotnych – jest to standardowa praktyka w przypadku wielu naszych marek własnych. Produkty naszych marek własnych charakteryzują się mniejszą masą opakowań oraz brakiem laminatów i nadmiaru nadrukowanego tekstu. Poprzez system piktoqramów umieszczonych na opakowaniach podpowiadamy konsumentom, do jakiej frakcji odpadów powinny one trafić po zużyciu zawartości.

Wskaźniki dotyczące działalności	Kod SASB	Dane za 2022 r.
Liczba (1) punktów sprzedaży detalicznej i (2) centrów dystrybucji	FB-FR-000.A	Sklepy pod szyldem Żabka prowadzone są przez sieć niezależnych przedsiębiorców na zasadach franczyzy. Własną działalność prowadzimy w 8 centrach logistycznych i 3 terminalach.
Całkowita powierzchnia (1) obiektów handlowych i (2) centrów dystrybucyjnych	FB-FR-000.B	Całkowita powierzchnia centrów dystrybucyjnych i terminali wynosi prawie 227 085 m ² .

Tabela GRI

Numer indeksu	Wskaźnik	Strona	Cele zrównoważonego rozwoju ONZ i zasady UNGC
Wskaźniki profilowe 2021			
2-1	Informacje o organizacji	11-12	
2-2	Podmioty ujęte w raportowaniu kwestii rozwoju organizacji	72	
2-3	Okres objęty raportem, częstotliwość raportowania i dane kontaktowe	72	
2-4	Wyjaśnienia dotyczące korekt informacji zawartych w poprzednich raportach	72	
2-5	Zewnętrzna weryfikacja raportu	81-82	
2-6	Działalność, łańcuch wartości i inne relacje biznesowe	11-14	
2-7	Pracownicy	73	Cele 8, 10
2-8	Współpracownicy	73	
2-9	Struktura i skład organów zarządzających	13	
2-10	Powoływanie i wybór najwyższego organu zarządczego i nadzorczego	19-22	Cel 5
2-11	Przewodniczący najwyższego organu zarządczego i nadzorczego	21-22	Cel 16
2-12	Rola najwyższego organu zarządczego i nadzorczego nad zarządzaniem wpływem organizacji na gospodarkę, środowisko i ludzi	19-22	Cel 16
2-13	Delegowanie odpowiedzialności za zarządzanie wpływem organizacji na gospodarkę, środowisko i ludzi	19-22	
2-14	Rola najwyższego organu zarządzającego w ujawnianiu kwestii dotyczących kwestii zrównoważonego rozwoju	19-22	
2-15	Konflikty interesów	67	Cel 16
2-16	Komunikowanie najpoważniejszych zastrzeżeń	48	
2-17	Działania podejmowane w celu rozwoju wiedzy najwyższego organu zarządczego i nadzorczego	19-22	
2-18	Ocena wyników działania najwyższego organu zarządczego i nadzorczego	20	
2-19	Polityka wynagrodzeń	20, 48	
2-20	Proces określania poziomu wynagrodzeń	20, 48	
2-21	Stosunek całkowitego rocznego wynagrodzenia najwyższej opłacanej jednostki w organizacji do średniego rocznego, całkowitego wynagrodzenia obejmującego wszystkich pracowników	poufne informacje spółki	
2-22	Oświadczenie kierownictwa najwyższego szczebla na temat znaczenia zrównoważonego rozwoju dla organizacji i jej strategii	3-4	
2-23	Zobowiązania dotyczące odpowiedzialnego prowadzenia działalności gospodarczej	7-8, 34, 44, 75, 84	
2-24	Wdrażanie zobowiązań dotyczących odpowiedzialnego prowadzenia działalności gospodarczej	34, 48, 54	
2-25	Przeciwdziałanie negatywnym skutkom działalności organizacji	67-68	
2-26	Mechanizmy umożliwiające jednostkom uzyskanie porady oraz zgłaszanie wątpliwości dotyczących odpowiedzialnego prowadzenia działalności gospodarczej organizacji	7, 48	Cel 16
2-27	Niezgodność z prawem lub regulacjami	75	
2-28	Członkostwo w stowarzyszeniach i organizacjach	66	

Wskaźniki profilowe 2021			
2-29	Podejście do angażowania interesariuszy	69-70	
2-30	Pracownicy objęci zbiorowym układem pracy	84	Cel 8 UNGC 1.3
Istotne tematy 2021			
3-1	Opis procesu badania istotności	65	
3-2	Lista istotnych tematów	65	
3-3	Zarządzanie istotnymi tematami	26, 33-34, 39-40, 47-48, 53-54, 83-84	
Tematy ekonomiczne			
Wyniki ekonomiczne (2016)			
201-1	Bezpośrednia wartość ekonomiczna wytworzona i podzielona	76	Cele 8, 9
Obecność na rynku (2016)			
202-1	Wysokość wynagrodzenia pracowników najniższego szczebla według płci w stosunku do pracy minimalnej	73	Cele 1, 5, 8
Pośredni wpływ ekonomiczny (2016)			
203-2	Znaczący pośredni wpływ ekonomiczny	23-24	Cele 1, 3, 8
Praktyki zakupowe (2016)			
204-1	Udział wydatków na usługi/produkty dostawców lokalnych	69	Cel 8
Przeciwdziałanie korupcji (2016)			
205-1	Działalność oceniona pod względem ryzyka wystąpienia korupcji	75	Cel 16 UNGC 10
205-2	Komunikacja i szkolenia poświęcone politykom i procedurom antykorupcyjnym	75	Cel 16 UNGC 10
205-3	Potwierdzone przypadki korupcji i podjęte działania	75	Cel 16
Naruszenia zasad wolnej konkurencji (2016)			
206-1	Kroki prawne podjęte wobec organizacji dotyczące przypadków naruszeń zasad wolnej konkurencji oraz praktyk monopolistycznych	75	Cel 16
Podatki 2019			
207-4	Raportowanie według krajów	76	Cel 8
Tematy środowiskowe			
Materiały (2016)			
301-1	Zużyte materiały według wagi	76	Cele 8, 12
301-2	Odsetek materiałów pochodzących z recyklingu wykorzystanych w procesie produkcyjnym	76	Cele 8, 12
301-3	Procent odzyskanych materiałów ze sprzedanych produktów i ich opakowań, według kategorii materiału	77	Cele 8, 12

Numer indeksu	Wskaźnik	Strona	Cele zrównoważonego rozwoju ONZ i zasady UNGC
Energia (2016)			
302-1	Zużycie energii wewnątrz organizacji	77	Cele 7, 8, 12, 13
302-2	Zużycie energii na zewnątrz organizacji	77	Cele 7, 8, 12, 13
302-3	Intensywność zużycia energii	77	Cele 7, 8, 12, 13
Woda (2018)			
303-3	Pobór wody	77	Cele 6, 8, 12
Emisje (2016)			
305-1	Bezpośrednie emisje gazów cieplarnianych (zakres 1)	77	Cele 3, 12, 13, 14, 15
305-2	Pośrednie emisje gazów cieplarnianych (zakres 2)	78	Cele 3, 12, 13, 14, 15
305-3	Inne pośrednie emisje gazów cieplarnianych (zakres 3)	78	Cele 3, 12, 13, 14, 15
305-4	Intensywność emisji gazów cieplarnianych	78	Cele 13, 14, 15
305-5	Redukcja emisji gazów cieplarnianych	53-54, 60, 61-62	Cele 13, 14, 15 UNGC 8, 9
Odpady (2020)			
306-2	Zarządzanie znaczącymi oddziaływaniami związanymi z odpadami	53-56	Cele 3, 6, 11, 12
306-3	Całkowita waga odpadów, według rodzaju oraz metody unieszkodliwiania	78	Cele 3, 6, 11, 12
Tematy społeczne			
Zatrudnienie (2016)			
401-1	Pracownicy nowo zatrudnieni oraz odejścia	73-74	Cele 5, 8, 10
Bezpieczeństwo i higiena pracy (2018)			
403-1	System zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy	79	Cele 3, 8, 16
403-2	Identyfikacja zagrożeń, ocena ryzyka i procedury wyjaśniające w wypadku wystąpienia incydentów	79	Cele 3, 8, 16
403-3	Usługi w zakresie ochrony zdrowia pracujących	79	Cele 3, 8, 16
403-5	Szkolenia pracowników w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy	79	Cele 3, 8, 16
403-6	Promowanie zdrowego trybu życia wśród pracowników	79	Cele 3, 8, 16
403-7	Zapobieganie i łagodzenie wpływu na zdrowie i bezpieczeństwo w miejscu pracy	79	Cele 3, 8, 16
403-9	Urazy związane z pracą	80	Cele 3, 8, 16
Szkolenia i edukacja (2016)			
404-1	Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku przypadających na pracownika	74	Cele 4, 5, 8, 10
404-2	Programy rozwoju umiejętności menedżerskich i kształcenia ustawicznego, które zapewniają ciągłość zatrudnienia pracowników oraz ułatwiają proces przejścia na emeryturę	48, 70	Cele 8, 10 UNGC 6
Szkolenia i edukacja (2016)			
404-3	Odsetek pracowników podlegający regularnej ocenie jakości świadczonej pracy oraz rozwoju zawodowego	80	Cele 5, 8, 10
Różnorodność i równość szans (2016)			
405-1	Skład ciał nadzorczych i kadry pracowniczej w podziale na kategorie pracowników, według płci, wieku oraz innych wskaźników różnorodności	74	Cele 5, 8 UNGC 1, 6
Spółeczności lokalne (2016)			
413-1	Jednostki biznesowe organizacji, uwzględniające zaangażowanie społeczne, mierzenie wpływu i programy rozwojowe	67-70	UNGC 8
Udział w życiu publicznym (2016)			
415-1	Wsparcie na rzecz organizacji społecznych i politycznych	75	Cel 16
Zdrowie i bezpieczeństwo klientów (2016)			
416-1	Ocena wpływu istotnych kategorii produktów i usług na zdrowie i bezpieczeństwo	33-36, 80	Cel 16 UNGC 9

Marketing oraz oznakowanie produktów i usług (2016)			
417-1	Wymogi w zakresie oznakowania produktów i usług oraz informacji na ich temat	80	Cele 12, 17
417-2	Incydenty niezgodności w zakresie informacji i etykietowania produktów i usług	80	
Prywatność klienta (2016)			
418-1	Uzasadnione skargi dotyczące naruszenia prywatności klienta i utraty danych klientów	75	Cel 16

Raport Odpowiedzialności za 2023 r. został opracowany przy udziale wielu osób w Grupie Żabka. Dziękujemy za zaangażowanie!



Malwina Frydrychowicz
Menedżerka ds. ESG
frydrychowicz.malwina@zabka.pl

Wszelkie pytania związane z informacjami zawartymi w niniejszym Raporcie prosimy kierować do Departamentu ESG, który koordynował proces tworzenia publikacji.

NAUTILUS®
SuperWhite

Papier, na którym wydrukowany został niniejszy raport to papier Nautilus Super White – niepowlekany i spulchniony, o wysokiej nieprzezroczystości, odporności na starzenie, pochodzący w 100% z recyklingu. Jest certyfikowany międzynarodowo: Climate partner, Cradle to Cradle, FSC, TCF, EU Flower Ecolabel, REACH, OHSAS 18001, ISO 50001, ISO 14001, and DIN 6738.



Temat 24. edycji konkursu:
Wygodnie i odpowiedzialnie,
czyli jak?

Nagroda specjalna Grupy Żabka:
Katarzyna Panek
galeriaplakatu.ams.com.pl

Grafika wykorzystana na okładce jest autorstwa Katarzyny Panek, wyróżnionej nagrodą specjalną Grupy Żabka w ramach 24. edycji konkursu Galerii Plakatu.



KLIKNIJ LUB ZESKANUJ