

06

—

Poszanowanie środowiska naturalnego

Kluczowe działania w 2020 roku



11%

obniżenie wskaźnika intensywności zużycia energii na tysiąc zł sprzedaży z 0,077 GJ do 0,076 GJ pomimo znacznego wydłużenia czasu pracy w niektórych momentach 2020 roku

redukcja wskaźnika emisyjności na tysiąc zł sprzedaży o 11%¹⁴

ponad 1300

sklepów Biedronka w całej Polsce stosujących naturalne czynniki w systemach chłodnictwa spożywczego

267

placówek wyremontowanych

5600 ton

ograniczenie zużycia plastiku pierwotnego w opakowaniach marek własnych o ponad 5600 ton

858

opakowań marki własnej zawierających piktogramy SegregAkcji

Głos eksperta



Jakub Tyczkowski,
Rekopol Organizacja
Odzysku Opakowań

Opakowania produktów marki własnej kupowane przez Polaków w sieci Biedronka stanowią po wykorzystaniu około 15% masy wszystkich odpadów opakowaniowych, jakie generujemy w gospodarstwach domowych. Biedronka jest bezdyskusyjnie największym przedsiębiorstwem wprowadzającym opakowania na rynek, a to wymaga szczególnego spojrzenia na różnych interesariuszy tego rynku, z których najważniejsi – to my, konsumenci i środowisko. Opakowanie ma wiele funkcji, a jedną z nich może być informowanie konsumenta np. o tym, jak je zagospodarować po opróżnieniu z produktu, do jakiego pojemnika wrzucić. Inną istotną cechą opakowania dotyczy możliwości jego dalszego wykorzystania czy recyklingu. Na to Biedronka ma silny wpływ dzięki współpracy z dostawcami, którzy również są interesariuszami. To do nich należy inicjatywa prowadząca do ograniczania masy wykorzystywanych opakowań. Takie podejście z całą pewnością zagwarantuje, iż działalność Biedronki jeszcze lepiej dopasuje się do idei Zielonego Ładu, oznaczającego zrównoważoną koncepcję rozwoju społeczeństwa Unii Europejskiej.

¹⁴ W stosunku do roku 2019.



Zobowiązania zrównoważonego rozwoju Biedronki na lata 2021–2023:

1. Utrzymanie liczby lokalizacji z certyfikacją środowiskową (16 centrów dystrybucyjnych) oraz zapewnienie certyfikacji środowiskowej dla nowych lokalizacji (centra dystrybucyjne i jednostki przemysłowe¹⁵) otwieranych w latach 2021–2023).

2. Ograniczenie śladu węglowego (zakres 1 i 2) o co najmniej 30% w latach 2021–2023 (na 1000 EUR sprzedaży) w porównaniu z rokiem 2017.

3. Ograniczenie zużycia energii o 12% w latach 2021–2023 (na 1000 EUR sprzedaży) w porównaniu z rokiem 2017.

4. Ograniczenie zużycia wody o 10% w latach 2021–2023 (za 1000 EUR sprzedaży) w porównaniu z rokiem 2017.

5. Ograniczenie marnowania żywności do 16,1 kg na każdą tonę sprzedanej żywności w latach 2021–2023.

6. Zapewnienie, żeby co najmniej 13% opakowań produktów marki własnej było zaprojektowanych zgodnie z zasadami ekoprojektowania w okresie 2021–2023.

7. Zapewnienie rocznego poziomu odzysku odpadów na poziomie co najmniej 91% ilości wytworzonych odpadów.

8. Wspieranie co najmniej jednego projektu ochrony przyrody i coroczne prezentowanie jego rezultatów.

9. Zmniejszenie o 7% w okresie 2021–2023 zużycia plastiku mierzonego w tonach opakowań plastikowych na 1 mln euro obrotu, w porównaniu z 2018 rokiem.

10. Zwiększenie do roku 2023 zawartości plastiku pochodzącego z recyklingu do 10% w stosowanych przez nas opakowaniach z tworzyw sztucznych.

11. Zmniejszenie emisji dwutlenku węgla wynikającej z transportu towarów do sklepów o 5% (w tonach CO₂ na 1000 przewiezionych palet), w okresie 2021–2023, w stosunku do 2020 roku.

¹⁵ Fabryka zup.

Troska o środowisko naturalne jest jednym z podstawowych filarów naszej strategii zrównoważonego rozwoju. Ze względu na skalę działalności rozumiemy, że codzienne decyzje – zarówno nasze, jak i milionów naszych klientów – mają realny wpływ na skalę i skuteczność ochrony środowiska.



Agnieszka Koc,
Dyrektorka ds.
Ochrony
Środowiska

Nasze zielone priorytety to:

Walka ze zmianami klimatu

– promowanie odpowiedzialnych postaw, środków ograniczających zużycie energii i emisji gazów cieplarnianych

Zachowanie bioróżnorodności
na poziomie lokalnym, krajowym i globalnym

Zarządzanie odpadami

– zobowiązanie do eliminacji, ograniczania ilości i działania na rzecz odzyskiwania odpadów

Materiały i opakowania

– dążenie do optymalizacji wykorzystania zasobów i domykanie obiegu materiałów

Sieć Biedronka to ogromna skala działania i tym samym wpływ na środowisko. Jesteśmy tego świadomi i od lat podejmujemy wysiłki w kierunku minimalizacji naszego oddziaływania na otoczenie, w którym wszyscy żyjemy. Działamy nie tylko poprzez szukanie innowacyjnych rozwiązań i możliwości, ale także przez kompleksowe systemowe zarządzanie kwestiami środowiskowymi zarówno na poziomie biznesowym, jak i operacyjnym. Na bieżąco śledzimy sytuację i trendy rynkowe, ale i zmiany legislacyjne w Unii Europejskiej i jesteśmy na nie przygotowani. Potwierdzają to zarówno nasze ambicje względem ograniczania śladu węglowego naszej firmy, jak i działania zmierzające do minimalizacji wykorzystania opakowań z pierwotnych tworzyw sztucznych i zwiększania ich odzysku. Troszczymy się także o bioróżnorodność m.in. poprzez rosnący udział produktów certyfikowanych oraz ekologicznych w naszej ofercie. Nieodłącznym elementem naszych działań prośrodowiskowych jest edukacja, skierowana zarówno do pracowników, jak i przede wszystkim naszych klientów – także tych najmłodszych. Pandemia COVID-19 w minionym roku choć wpłynęła na zasady działania, nie zepchnęła tematów środowiskowych na dalszy plan. Nasze ambicje są wciąż aktualne, a działania cały czas podejmowane.

> 102-11, 103-2 W firmie funkcjonuje **Polityka środowiskowa**, obowiązująca dla wszystkich przedsiębiorstw Grupy Jerónimo Martins. Zobowiązujemy się w niej między innymi do przestrzegania kryteriów środowiskowych przy realizacji jakichkolwiek działań i podejmowaniu decyzji zarządczych, dbałości o efektywność ekologiczną łańcucha dostaw, promowania eko-innowacyjności i wspierania projektów i usług z zakresu ochrony środowiska. Od 2015 roku Biedronka – jako pierwsza sieć handlowa w Polsce – posiada prestiżowy certyfikat zgodności z międzynarodową normą środowiskową **ISO 14001**. Co roku przechodzimy pomyślnie audyt poświadczający spełnianie wymagań tej normy.



Walka ze zmianami klimatu

➤ 102-15 Dążymy do tego, aby nasze działania wpisywały się w Europejski Zielony Ład – serię inicjatyw politycznych Komisji Europejskiej, których nadrzędnym celem jest osiągnięcie neutralności klimatycznej w Europie do 2050 roku. Wspieramy i rozwijamy gospodarkę o obiegu zamkniętym, minimalizujemy zanieczyszczenia i dbamy o bioróżnorodność. Szczególnie bliski nam aspekt Europejskiego Zielonego Ładu stanowi zdrowa żywność i zrównoważone rolnictwo. Od lat promujemy produkty zrównoważone, jednocześnie wspierając polskich rolników we wprowadzaniu zmian korzystnych dla środowiska naturalnego.

➤ 102-12 W 2020 roku Grupa Jerónimo Martins rozpoczęła wdrażanie **zaleceń TCFD** (Task Force on Climate-related Financial Disclosures). Rekomendacje TCFD, przedstawione w 2015 roku, stanowią zestaw dobrowolnie realizowanych, spójnych zaleceń dotyczących ujawniania informacji i mają służyć przedsiębiorstwom do przekazywania inwestorom, kredytodawcom i ubezpieczycielom wiarygodnych informacji o ryzyku finansowym związanym z oddziaływaniem na klimat.

Zmniejszenie negatywnego wpływu na klimat traktujemy jako bezwzględny priorytet. Konsekwentnie realizujemy różnorodne inicjatywy, których celem jest zmniejszenie naszego śladu węglowego.

Remonty sklepów

➤ 302-4 Co roku modernizujemy kilkaset naszych placówek. Każdy remont traktujemy jako okazję do wprowadzenia proekologicznych zmian – we wszystkich odnawianych sklepach montujemy drzwi do lodówek, które istotnie ograniczają straty energii, instalujemy oświetlenie LED, zakładamy nowe instalacje grzewcze i wentylacyjne z odzyskiem ciepła, izolujemy dachy i ściany, montujemy systemy zdalnego zarządzania budynkami. Szacujemy, że średnie zużycie energii w sklepach po remoncie spada o 15%. Samo zastosowanie lodówek z zamykanymi drzwiami zmniejsza ich zużycie energii o 45%. Wszystkie te rozwiązania są stosowane również w nowo otwieranych Biedronkach.

W 2020 wymieniliśmy również oświetlenie na LED we wszystkich magazynach centralnych.



W 2020 roku wyremontowaliśmy 267 placówek, dzięki czemu średnie zużycie energii w tych sklepach spadło o 15%.



DOBRA PRAKTYKA

Testujemy panele fotowoltaiczne

Sprawdzamy możliwości zasilania naszych sklepów energią odnawialną. W 2020 roku testowo zamontowaliśmy panele fotowoltaiczne na dachach czterech placówek. Po zbadaniu efektywności energetycznej i ekonomicznej tego rozwiązania podjęliśmy decyzję o jego zastosowaniu w przyszłości w kolejnych 100 placówkach naszej sieci.

Zarządzanie gazami chłodniczymi

Podczas remontów w sklepach wymieniamy całość systemu chłodnictwa spożywczego – w miejsce gazu fluorowanego stosujemy gazy naturalne – CO₂ i propan.

W 2020 roku wycofaliśmy z eksploatacji ponad 12 ton (2019: 10 ton) fluorowęglowodoru (HFC), co przekłada się na prawie 43,9 tys. ton (2019: 39 tys. ton) ekwiwalentu CO₂.



Około 33% sklepów Biedronka w całej Polsce oraz prawie 44% naszych centrów dystrybucyjnych stosuje naturalne gazy chłodnicze.



DOBRA PRAKTYKA

Nowa Biedronka w Gdyni – nowoczesna i ekologiczna

Otwarta w czerwcu 2020 roku w Gdyni Biedronka to najbardziej nowoczesna i flagowa placówka naszej sieci na Pomorzu oraz sklep prawdziwie przyjazny środowisku. Aby zmniejszyć ślad środowiskowy, zamontowaliśmy w sklepie chłodziarki oraz lodówki wykorzystujące gaz CO_2 , które same monitorują temperaturę. Zamiast szklanej gabloty przed wejściem do sklepu z drukowanymi na papierze informacjami, w nowej Biedronce do komunikacji marketingowej i produktowej wykorzystujemy ekrany LCD. Podobne ekrany znalazły się też na sali sprzedaży zastępując tradycyjne plakaty. Dodatkowo, na terenie całego sklepu oraz parkingu zainstalowaliśmy oświetlenie LED, wyposażone w zdalne sterowanie i automatykę maksymalizującą oszczędność energii.

W podobnym, ekologicznym standardzie tworzone są wszystkie nowe Biedronki w całej Polsce.



Zachęcamy do wirtualnego spaceru po naszym nowym sklepie.



Zmniejszenie negatywnego wpływu procesów logistycznych

Biedronka w Polsce – to w praktyce jedna z największych firm logistycznych w kraju, oceniana pod względem nakładów finansowych i kilometrażu. Nasz tabor samochodowy to ponad 1200 naczep oraz około 300 specjalistycznych samochodów-chłodzi, które w 2020 roku przejechały łącznie po polskich drogach ponad 152 mln kilometrów (około 12,7 mln km miesięcznie). Zdajemy sobie sprawę, jak dużym obciążeniem dla środowiska są związane z transportem emisje CO₂, dlatego cały czas szukamy sposobów na zmniejszenie uciążliwości dla środowiska.



Wprowadziliśmy i rozwijamy system **backhaulingu**, który zapobiega wysyłaniu pustych ciężarówek w trasę. W drodze powrotnej, po dowiezieniu towaru do sklepu, nasze auta zatrzymują się u dostawców, by odebrać towary i dostarczyć je do jednego z centrów dystrybucyjnych.

➤ W roku 2020 w ramach backhaulingu nasze samochody przewiozły ponad 1,2 mln palet (o 55% więcej palet niż w 2019 roku) oszczędzając ponad 4,7 mln km. Pozwoliło nam to uniknąć emisji 3,9 tys ton CO₂ do atmosfery – ponad 2,5 razy więcej niż w 2019 roku.

Wspólnie z firmą CHEP i innymi operatorami realizujemy też **pooling paletowy**, czyli innymi słowy wynajem palet. Dzięki temu umożliwiamy naszym dostawcom korzystanie z palet wielokrotnego użytku. W zeszłym roku z takiego rozwiązania skorzystało 965 naszych dostawców.

95% naszych naczep i ciągników siodłowych spełnia rygorystyczne normy emisji spalin **Euro 5 i Euro 6**, a zamontowane w nich agregaty chłodnicze działają w systemie pracy przerywanej. Oznacza to, że po osiągnięciu optymalnej temperatury same się wyłączają, co umożliwia zachowanie ciągu chłodniczego przy mniejszym zużyciu paliwa. W 2020 roku system ten pozwolił zaoszczędzić ponad 370 tys. litrów oleju napędowego.

W 2021 roku planujemy zwiększyć tabor samochodowy o kolejne 300 pojazdów. Jednym z istotnych kryteriów wyboru będzie spełnianie przez wybrane auta normy emisji spalin Euro 6.



DOBRA PRAKTYKA

**Dołączyliśmy do
Lean&Green Europe**



➤ 102-13 W 2020 roku Biedronka przystąpiła do programu **Lean&Green Europe** – największej europejskiej platformy współpracy, której celem jest wsparcie firm w zakresie redukcji emisji CO₂. Lean&Green wprowadza 5-stopniowy program certyfikacji dla firm, które podejmą się wyzwania zmniejszenia „śladu węglowego” w operacjach logistycznych. Członkostwo daje możliwość otrzymania wsparcia przy tworzeniu planu działania, a także wymianę doświadczeń i rozwój współpracy w łańcuchach dostaw z partnerami, którzy również przystąpią do programu.

Zużycie wody

- 303-3, 303-4, 303-5 łączna objętość wody pobranej z sieci miejskiej w 2020 roku wynosiła 882,47 megalitra – 3,9% więcej niż w 2019 roku, kiedy to wynosiła 849,32 megalitra. Wzrost ten wiąże się z otwarciem 129 nowych sklepów. Dodatkowo w odpowiedzi na pandemię wydłużyliśmy godziny otwarcia sklepów. Ścieki w całości (w 2020 roku 705,98 megalitra – 3,9% więcej niż w 2019 roku) odprowadzane są do komunalnych oczyszczalni ścieków. Całkowite zużycie wody, stanowiące różnicę pomiędzy objętością wody pobranej z sieci miejskiej a odprowadzonymi ściekami, stanowiło w 2020 roku 176,49 megalitra, co stanowiło 3,9% więcej niż w 2019 roku.

Zużycie energii

➤ 302-3 Intensywność zużycia energii

Stajemy się coraz bardziej efektywni energetycznie, a podejmowane przez nas działania znajdują swoje odzwierciedlenie w wynikach. Pomimo otwarcia nowych sklepów, a także znacznego wydłużenia godzin pracy w 2020 roku wskaźnik intensywności zużycia energii w naszej organizacji liczony w GJ na każdy tysiąc zł sprzedaży zmniejszył się z 0,077 do 0,076.



➤ 302-1 Zużycie energii przez organizację z uwzględnieniem rodzaju surowców

	[GJ]	
	2019	2020
Całkowite zużycie energii z surowców nieodnawialnych (własnych bądź zakupionych) w podziale na rodzaj surowca		
Gaz ziemny	435 903	629 304
Olej opałowy	221 288	208 108
Olej napędowy	2 171	1 996
Propan	21 093	26 811
Paliwo do osobowych samochodów służbowych	152 160	112 358
Suma zużycia	832 617¹⁶	978 577

Całkowite zużycie energii produkcji własnej lub zakupionej w podziale na elektryczną i ciepłą		
Energia elektryczna	3 115 980	3 268 156
Energia ciepła (w tym zużycie pary, zużycie energii chłodniczej)	161 934	132 310
Pozostałe zużycie energii	47 948	55 229
Suma zużycia energii	3 325 862	3 455 695
Całkowite zużycie energii (łącznie z placówkami franczyzowymi)	4 158 478	4 434 272

¹⁶ Dane skorygowane względem poprzedniego raportu na podstawie zaktualizowanych obliczeń.

Ślad węglowy

> 305-4, 305-5 Intensywności emisji CO₂

Wszystkie nasze działania zmierzające do zmniejszania naszego wpływu na klimat (od zwiększenia efektywności wykorzystywanej energii, przez optymalizację w logistyce i redukcję zużycia plastiku w opakowaniach po zwiększenie przydatności naszych opakowań do recyklingu) doprowadziły do zmniejszania naszego śladu węglowego w przeliczeniu na 1000 zł sprzedaży z 0,015 ton w roku 2019 do 0,013 ton w roku 2020¹⁷. Łączne emisje bezpośrednie i pośrednie (zakresy 1 i 2) sieci Biedronka wynosiły 767 590 ton ekwiwalentu CO₂, czyli o 4,6% mniej niż w 2019 roku.

> 305-1 Łączne bezpośrednie emisje gazów cieplarnianych (zakres 1)

Emisje bezpośrednie	[t CO ₂ e]	
	2019	2020
Emisja związana z użyciem paliw	42 040	52 222
Emisje związane z zapewnieniem transportu produktów w warunkach chłodniczych	20 325	23 336
Emisje związane z wyciekami gazów chłodniczych	75 870	68 588
Emisje związane z zużyciem paliw w osobowych samochodach służbowych	11 279	8 323
Suma emisji bezpośrednich	149 514	152 469

¹⁷ Wskaźnik uwzględnia sumę łącznych bezpośrednich i niebezpośrednich emisji gazów cieplarnianych (suma zakresów 1 i 2).

¹⁸ Zgodnie z metodologią stosowaną przez Grupę pośrednie emisje (zakres 2) obejmują związane z wytwarzaniem energii elektrycznej (market-based) oraz emisje związane z wytwarzaniem ciepła (location-based).

> 305-2 Łączne pośrednie emisje gazów cieplarnianych (zakres 2)^{18 19}

Emisje pośrednie	[t CO ₂ e]	
	2019	2020
Pośrednie emisje związane z wytwarzaniem energii elektrycznej (market-based)	638 669	602 353
Pośrednie emisje związane z wytwarzaniem energii elektrycznej (location-based)	614 021	641 103
Pośrednie emisje związane z wytwarzaniem ciepła	16 448	12 768
Suma emisji pośrednich	655 117	615 121

¹⁹ W 2020 roku zaczęliśmy raportować inne niż CO₂ pośrednie emisje gazów cieplarnianych związane z wytwarzaniem energii elektrycznej (market-based), co wyjaśnia wzrost N₂O w stosunku do 2019 roku.

> 305-3 Inne istotne pośrednie emisje gazów cieplarnianych według wagi (zakres 3)

Emisje pośrednie	[t CO ₂ e]	
	2019	2020
Zakupione produkty i usługi	15 950 914	18 644 256
Gospodarka odpadami	22 174	14 354
Podróże służbowe	469	73
Transport i dystrybucja produktów do sklepów	119 000	128 620
Pozostałe zużycie energii	9 719	9 920
Suma emisji pośrednich (bez zakupionych produktów i usług)	151 362	152 967
Suma emisji pośrednich (total)	16 102 275	18 797 223

Materiały i opakowania

➤ ¹⁰²⁻¹⁵ Od lat 50. XX wieku ludzkość wytworzyła ponad 9 miliardów ton plastiku, który w większości trafił na wysypiska lub do oceanów²⁰. Statystyczny Polak zużywa ok. 160 kg opakowań rocznie, a liczba ta z roku na rok rośnie. W kraju co roku produkuje się ok. 6 mln ton opakowań, wśród których dominują opakowania z tworzyw sztucznych – około 40%. Opakowania z papieru to około 37%, z metali lekkich – 12%, a ze szkła – około 10% tej masy. Głównymi odbiorcami opakowań są producenci żywności²¹. Wyzwaniem jest zarówno nadmierna produkcja opakowań, jak i organizacja systemu ich segregacji i późniejszego odzysku.

W lipcu 2020 roku w życie weszły **unijne regulacje tzw. Pakietu Gospodarki Obiegu Zamkniętego**. Jeden z kluczowych przepisów dotyczy standardów rozszerzonej odpowiedzialności producenta i określa nowe obowiązki podmiotów wprowadzających produkty na rynek. Zgodnie z Pakietem, Polska musi wdrożyć metody odzyskiwania 50% tworzyw sztucznych z odpadów opakowaniowych do 2025 roku oraz 55% do 2030 roku. Deklarujemy pełne poparcie dla idei obiegu zamkniętego, a nowe przepisy są spójne z działaniami podejmowanymi przez naszą sieć.

Chcemy do tego wyzwania podejść systemowo. Zdajemy sobie sprawę, że problemu nie rozwiążą jednorazowe akcje czy pojedyncze zrywy.

Polski Pakt Plastikowy



W 2020 roku powołany został Polski Pakt Plastikowy, który jest częścią globalnej sieci Plastic Pacts koordynowanej przez Fundację Ellen MacArthur. Polski Pakt Plastikowy jest pierwszą taką inicjatywą w Europie Środkowo-Wschodniej i ósmym Paktem krajowym na świecie. Wraz z nim sieć tę tworzą Europejski Pakt Plastikowy oraz lokalne Pakty Plastikowe w Chile, Francji, Holandii, Portugalii, RPA, Wielkiej Brytanii i USA. Wszystkie te inicjatywy łączy wspólna wizja nowej gospodarki, w której tworzywa sztuczne cały czas pozostają w obiegu zamkniętym.

➤ ¹⁰²⁻¹³ Biedronka jest członkiem-założycielem Paktu w Polsce, którego głównym celem jest zmiana modelu wykorzystywania tworzyw sztucznych w opakowaniach. Członkowie Paktu – firmy i organizacje związane z łańcuchem wartości tworzyw sztucznych – inicjują działania ukierunkowane na skuteczne zamknięcie obiegu tworzyw sztucznych oraz efektywne zmniejszenie użycia pierwotnych tworzyw sztucznych na polskim rynku. Plan działania Paktu do 2025 roku jest ambitny i wykracza

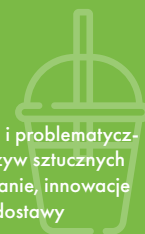
poza obowiązujące przepisy. To tym ważniejsze, że przez ostatnie 70 lat do recyklingu globalnie trafiło tylko 10%²² tworzyw sztucznych.

Działania Paktu zakładają, że do końca 2025 roku firmy działające w Polsce i wpływające na rynek opakowań z tworzyw sztucznych osiągną sześć celów strategicznych.

➤ ¹⁰³⁻² Biedronka zobowiązała się do realizacji sześciu celów Polskiego Paktu Plastikowego:

01

Eliminacja nadmiernych i problematycznych opakowań z tworzyw sztucznych poprzez przeprojektowanie, innowacje i alternatywne modele dostawy



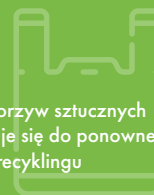
02

Zmniejszenie o 30% użycia pierwotnych tworzyw sztucznych w opakowaniach w łańcuchu dystrybucji



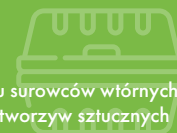
03

100% opakowań z tworzyw sztucznych na polskim rynku nadaje się do ponownego wykorzystania lub recyklingu



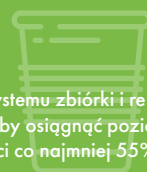
04

Zwiększenie udziału surowców wtórnych w opakowaniach z tworzyw sztucznych do poziomu 25%



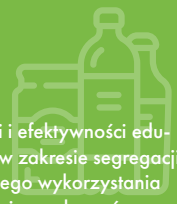
05

Efektywne wsparcie systemu zbiórki i recyklingu opakowań, aby osiągnąć poziom recyklingu w wysokości co najmniej 55% na polskim rynku



06

Podniesienie jakości i efektywności edukacji konsumentów w zakresie segregacji, recyklingu, ponownego wykorzystania i ograniczenia zużycia opakowań



²⁰ <https://naukawpolsce.pap.pl/aktualnosci/news%2C415060%2Cna-swiecie-powstalo-juz-ponad-91-mln-ton-plastiku-wiekszosc-trafila-na-smietniki.html>

²¹ <https://www.bankier.pl/wiadomosc/Statystyczny-Polak-zuzywa-rocznie-ok-160-kg-opakowan-7801493.html>

²² <https://paktplastikowy.pl/wyzwanie/>



Sylwia Krzyżycka,
Dyrektorka Działu
Ochrony Środowiska

Od lat jesteśmy świadomi wyzwań dotyczących użytkowania opakowań i ich wpływu na środowisko. Co roku wprowadzamy zmiany, które zmniejszają ekologiczną uciążliwość odpadów. Eko-projektowanie to wyzwanie, ale jednocześnie szansa na wdrożenie stałych i innowacyjnych rozwiązań. Mamy też nadzieję, że nasze działania zainspirują naszych partnerów biznesowych oraz inne marki – w Biedronce udowadniamy, że opakowania mogą być bardziej ekologiczne, wygodne dla klientów i estetyczne.



DOBRA PRAKTYKA

Eliminacja jednorazowego plastiku

Oferując klientom produkty naszej marki własnej czujemy się odpowiedzialni nie tylko za ich jakość, ale także za sposób pakowania. Dbamy o to, aby opakowania miały najniższy możliwy ślad środowiskowy. Usuwamy również tzw. jednorazowy plastik, czyli plastikowe produkty jednokrotnego użycia. Od 2020 roku wszystkie lunchboxy i sałatki marki własnej sprzedawane są z widelcami drewnianymi zamiast plastikowych. Natomiast we wszystkich naszych napojach w kartonikach zamieniliśmy plastikowe słomki na papierowe odpowiedniki. Zarówno widelce jak i słomki mają certyfikat FSC. Wprowadzenie takich rozwiązań pozwoliło nam zaoszczędzić w 2020 roku 17,5 ton plastiku.



Wytyczne z zakresu eko-projektowania

➤ 103-2 Dobierając opakowania marek własnych, kierujemy się obowiązującymi w sieci Biedronka sześcioma wytycznymi dotyczącymi eko-projektowania:

Wszędzie tam, gdzie jest to możliwe, stosujemy opakowania z jednorodnych materiałów nadojących się do recyklingu.

Od 2020 eliminujemy opakowania wykonane lub zawierające w składzie polichlorek winylu (PVC), który przysparza dużo problemów w systemie gospodarki odpadami, dlatego że stanowi zanieczyszczenie niemożliwe do usunięcia podczas recyklingu innych polimerów. Do końca 2020 roku zmianie uległo ponad 50 opakowań produktów marek własnych, dzięki czemu ponad 385 ton utrudniającego recykling plastiku nie zostało wprowadzone do otoczenia, a w całkowitym bilansie dodatkowo udało nam się odchudzić alternatywne materiały i zaoszczędzić o ponad 90 ton mniej plastiku wpuszczanego do środowiska.

Przykład: W ubiegłym roku w opakowaniu makaronu Pastani usunęliśmy etykietę z PVC, dzięki czemu całe opakowanie jest monomateriałowe (zrobione z polipropylenu – PP) i tym samym łatwiej je poddać recyklingowi. Zmianie uległ też materiał etykiety termokurczliwej jogurtu pitnego FruVita.



W miarę możliwości korzystamy z alternatywnych materiałów zamiast tworzyw sztucznych.

Przykład: Zmieniliśmy polimerowe wytłoczki na owoce i warzywa na papierowe z certyfikatem FSC.



„Odchudzamy” opakowania.

Przykład: Zmniejszyliśmy grubość folii Serdelków z Szynki z 450 do 400 mikronów, dzięki czemu zmianie uległa również waga opakowania. Roczna oszczędność materiałowa to ponad 7900 kg.



Dostosowujemy formy opakowań w celu zużycia 100% produktu.

Przykład: Zmieniliśmy opakowanie nektaru bananowego Riviva z kartonu na butelkę. Z butelki lepiej wylewa się produkt i można ją całkowicie opróżnić, dodatkowo butelka to mono materiał PET łatwiejszy w recyklingu i zgodny ze strategią GOZ.



5 Do produkcji wykorzystujemy materiały z surowców wtórnych.



Przykład: Wprowadziliśmy opakowanie papieru toaletowego Queen z dodatkiem 30% rLDPE (polietylenu o małej gęstości pochodzącego z recyklingu). Ta zmiana u jednego dostawcy pozwoliła na zaoszczędzenie 30 860 kg materiału pierwotnego rocznie.

➤ łącznie w 2020 roku w opakowaniach produktów marek własnych wykorzystaliśmy prawie 5550 ton plastiku z recyklingu (PCR post consumer recycled).

6 Stosujemy piktogramy segregacji w produktach marek własnych.

➤ 103-3 W ramach kampanii **SegregAkcja** od połowy 2020 roku wszystkie nowe projekty graficzne opakowań produktów naszych marek własnych mają na opakowaniach specjalne piktogramy, spójne z ogólnokrajowym systemem segregacji odpadów na pięć frakcji. Dzięki dobrze widocznemu oznaczeniu naszym klientom łatwiej jest poprawnie segregować opakowania po konsumpcji naszych produktów. Piktogramy segregacji znajdują się m.in. na całej linii produktów FruVita.



Żeby uzmysłowić sobie, jak dużą zmianę może przynieść to rozwiązanie, wystarczy przykład jogurtu FruVita 400 gram. Miesięcznie do sklepów Biedronka trafia ich ponad 810 tysięcy w każdym ze smaków. Całkowita masa opakowania jednostkowego jogurtu 400 gram to ponad 11 gramów. Gdyby każdy z konsumentów właściwie posegregował opakowanie tego produktu, umożliwiłoby to odzyskanie około 9 ton materiałów surowca wtórnego miesięcznie.

➤ Na koniec 2020 roku 858 opakowań (666 w kategorii spożywczej oraz 192 w kategorii niespożywczej) zawierało piktogramy segregacji.



Eko-projektowanie

Dzięki działaniom eko-projektowania opakowań, **w 2020 roku zapobiegliśmy wprowadzeniu na rynek łącznie ponad 5600 ton plastiku pierwotnego.** Taki wynik udało się uzyskać dzięki współpracy z naszymi partnerami handlowymi oraz producentami opakowań.

> 301-1 Opakowania produktów marki własnej

	Ilość materiałów, z których wykonane są opakowania produktów marki własnej [t]	
	2019 ²³	2020
Plastik	114 227	100 986
Papier oraz karton	123 939	149 289
Kartonowe opakowania	10 331	11 344
Szkło	97 018	86 025
Aluminium	4 199	8 174
Stal	11 570	13 311
Pozostałe	1 130	1 531

> 301-1 Pozostałe produkty

	Ilość zużytych materiałów [t]	
	2019	2020
Papier biurowy	421	391
Materiały promocyjne	19 102	11 220
Lekkie torby z tworzywa sztucznego (o grubości materiału poniżej 50 mikrometrów)	0	0
Torby z tworzywa sztucznego (o grubości powyżej 50 mikrometrów) w 80% wykonane z materiału z recyklingu	6 902	4 573
Torby papierowe	99	632



Obalamy mity

To, która torba na zakupy jest bardziej lub mniej ekologiczna, w dużej mierze zależy od tego, jak długo i w jaki sposób z niej korzystamy i co z nią robimy, gdy już z niej skończymy korzystać (co ma również wpływ na jej ślad węglowy):

- **torba bawełniana** podczas procesu produkcji emituje dużo większy ślad węglowy niż torba plastikowa. Żeby zatem ten ślad zniwelować, należałoby torbę wykorzystać co najmniej 131 razy²⁴ (czyli przy zakupach raz na tydzień uda nam się to po ok. dwóch latach),
- produkcja torby papierowej wymaga prawie 4 razy więcej energii elektrycznej niż produkcja torby plastikowej, zatem należałoby tę torbę wykorzystać co najmniej 3–4 razy²⁵. **Torba papierowa** ma jednak tę zaletę, że jest biodegradowalna i nie zalega w morzach i oceanach,
- produkcja **torby z plastiku** recyklingowanego wymaga o 2/3 mniej energii i o 90% mniej wody niż produkcja torby z plastiku pierwotnego, ale nie można jej recyklingować nieskończoną ilość razy – szacuje się, że możliwość recyklingu wynosi do 7 razy²⁵.



²⁴ Źródło: Life cycle assessment of supermarket carrier bags: a review of the bags available in 2006. Environment Agency.

²⁵ Źródło: <http://fundacjaaleszy.org/index.php/2020/06/03/po-ilu-uzyciach-torba-papierowa-mniej-wplywa-na-srodowisko-niz-plastikowa/>.

²³ Dane skorygowane względem poprzedniego raportu na podstawie zaktualizowanych obliczeń.



DOBRA PRAKTYKA

„Warzyworki” wielorazowego użytku na owoce i warzywa

Jednym ze sposobów zmniejszenia problemu, jakim dla środowiska są opakowania, jest sprzedaż produktów... bez opakowań. We wszystkich naszych sklepach oferujemy klientom produkty luzem, które mogą zapakować we własne siatki czy pudełka – w 2020 roku sprzedaliśmy 27 tysięcy ton suszonych owoców i słodczy oferowanych luzem.

Nasi klienci mogą też kupić specjalne woreczki „Warzyworki” wielorazowego użytku np. na owoce i warzywa. W 2020 roku w sklepach Biedronka w całej Polsce kupiono prawie milion sztuk takich woreczków.



DOBRA PRAKTYKA

Eko-transformacja chusteczek nawilżonych Dada

W ubiegłym roku eko-transformację przeszły chusteczki nawilżone Dada. Zmianie uległo zarówno opakowanie chusteczek, które teraz jest wykonane z nadajcej się do recyklingu monofolii, jak i skład samych chusteczek, które są teraz wykonane w całości z włókny biodegradowalnej z certyfikatem FSC.



Zmiana opakowania oraz wyeliminowanie plastiku z włókny, z której są wykonane chusteczki, pozwoliło na zaoszczędzenie 31,8 ton plastiku w 2020 roku.





DOBRA PRAKTYKA

Pakiet Eko Grill

Zachęcamy klientów, by dbali o środowisko również w czasie grillowania. Nasz pakiet Eko Grill – to ekologiczne sztucce, talerze, kubeczki i słomki oraz jednorazowe, biodegradowalne kubki. Naczynia wyprodukowane są bez wykorzystania nieodnawialnych surowców pierwotnych, takich jak ropa naftowa. Jednorazowe sztucce wyprodukowano z drewna, talerze zaś z pulpy trzciny cukrowej lub celulozowej.

W 2020 roku sprzedaliśmy ponad 2 miliony zestawów do eko-grilla. Dzięki zastosowaniu ekologicznych materiałów uniknęliśmy wykorzystania ok. 124 ton plastiku.



Gospodarka odpadami i selektywna zbiórka odpadów

Od wielu lat we wszystkich placówkach w całej Polsce prowadzimy selektywną zbiórkę odpadów – do recyklingu i odzysku trafiają m.in. folia, makulatura, odpady bio. W sumie jest to prawie 92% wytworzonych przez sklepy Biedronka odpadów. W 2020 roku w sklepach i centrach dystrybucyjnych odzyskano i przekazano do recyklingu ponad 271 tys. ton (2019: 250 tys. ton) makulatury, ponad 9 tys. ton (2019: 7,5 tys. ton) opakowań z tworzyw sztucznych i ponad 1,7 tys. ton (2019: 2 tys. ton) opakowań z drewna.

W standardzie sklepu jest prowadzenie selektywnej zbiórki odpadów naszych klientów: 98% naszych placówek wyposażonych jest w pojemniki na drobny sprzęt elektryczny i elektroniczny, świetłówki i zużyte baterie. Tylko w 2020 roku klienci umieścili w nich ponad 212,6 tony (2019: 146,7 tony) zużytych baterii i 40,8 tony (2019: 136,7 ton) zużytego sprzętu elektrycznego i elektronicznego. W części sklepów zamiast pojemnika na zużyte baterie mamy pojemniki na torby na zakupy z tworzywa sztucznego, które również zostają przekazane do recyklingu.

Działania te wpisują się w nasze podejście do cyrkularności materiałów i przyczyniają się do osiągania coraz wyższego odsetka odzyskanych materiałów opakowaniowych.



> 301-3 Odzyskane materiały ze sprzedanych produktów i ich opakowań

	Ilość zużytych materiałów [t]	
	2019 ²⁶	2020
Ilość materiałów z recyklingu w opakowaniach (dotyczy opakowań poddanych recyklingowi – papieru i plastiku)	102 289	121 621
Liczba wprowadzonych do obrotu materiałów opakowaniowych (dotyczy marek własnych)	362 414	370 661
Procent materiałów z odzysku w składzie wprowadzonych do obrotu produktów i ich opakowań	28,2%	32,8%

> 306-2 Całkowita waga odpadów według metody unieszkodliwiania

	Waga odpadów [t]	
	2019	2020
Recykling, kompostowanie	349 621	364 091
Składowanie na składowiskach odpadów i spalanie	38 583	32 980
Suma	388 204	397 071
Odsetek odpadów wytwarzanych przez organizację, które poddawane są procesom odzysku	90,1%	91,7%

²⁶ Dane zostały skorygowane względem poprzedniego raportu w związku z uwzględnieniem ilości materiałów pochodzących z recyklingu opakowań marki własnej.

Przeciwdziałanie marnowaniu żywności

> 102-15 W Polsce marnuje się prawie 5 mln ton żywności rocznie. Oznacza to, że co sekundę do kosza trafia około 153 kilogramów jedzenia²⁷. Niezależnie od przepisów prawa, nowych ustaw i rozporządzeń, w Biedronce ograniczenie marnowania żywności traktujemy jako jeden z kluczowych aspektów naszej społecznej odpowiedzialności.

Żywność z bliskim terminem przydatności do spożycia przekazujemy organizacjom pożytku publicznego i bankom żywności. W roku 2020 niemal dwa tysiące naszych sklepów przekazało w sumie 12,4 tys. ton żywności (o 29% więcej niż w 2019), wartej ponad 130 mln zł. O tym, jak spełniamy wymogi ustawy o przeciwdziałaniu marnowaniu żywności, piszemy w ramach rozdziału Wspieranie lokalnych społeczności. [📖 czytaj na str. 124 »](#)



²⁷ Źródło: <https://ios.edu.pl/ogloszenia/jaka-jest-skala-marnowania-zywnosci-w-polsce-wyniki-badan-projektu-prom/>



DOBRA PRAKTYKA

Produkujemy zupy w naszej fabryce zup

Od 2016 roku produkujemy zupy w naszej fabryce zup w podwarszawskim Parzniewie. W ich składzie można znaleźć tak zwane warzywa nieskalibrowane, czyli takie, które ze względu na swój wygląd – wielkość lub kształt – nie są wprowadzane do regularnej sprzedaży w sklepach.



W 2020 roku w naszych zupach wykorzystaliśmy ponad 286 000 kg nieskalibrowanych warzyw, co stanowiło 27% wszystkich warzyw użytych w produkcji (w 2019 było to 21,3%).



103-3 W styczniu 2020 roku wprowadziliśmy pilotażowy program przeceny produktów spożywczych z bliskim terminem przydatności. Klienci mogą kupić wybrane pełnowartościowe produkty spożywcze po cenach o połowę niższych. Artykuły te mają z przodu specjalną naklejkę, na której znajduje się hasło przewodnie akcji „Szanujemy żywność”. O umieszczeniu konkretnych produktów w promocji decydują kierownicy sklepów. W 2020 roku około 300 sklepów wzięło udział w programie naklejek z przecenami, dzięki czemu udało się zapobiec zmarnowaniu 2,4 tys. ton żywności.



Żywność, której nie uda się przekazać, jest odbierana z naszych sklepów w celu ponownego przetworzenia np. w biogazowniach, na karmę dla zwierząt lub spirytus techniczny.

Zachowanie bioróżnorodności

Olej palmowy, soja, wołowina, drewno czy papier to tylko niektóre surowce, których pozyskiwanie może wpływać na skalę wycinki lasów i utratę różnorodności biologicznej. Są one składnikiem lub surowcem do produkcji wielu innych artykułów, dostępnych również w naszych sklepach.

102-11, 102-15, 304-2 Zachowanie bioróżnorodności jest jednym z największych wyzwań stojących przed wszystkimi krajami świata. Stanowi istotny element Polityki środowiskowej naszej Grupy. Biedronka – tak jak wszystkie spółki Grupy Jerónimo Martins – jest zobowiązana prowadzić swoją działalność zgodnie z następującymi zasadami Polityki zrównoważonego pozyskiwania zasobów:

- monitorowanie działań i procesów prowadzonych przez dostawców, ze szczególnym uwzględnieniem zakładów zlokalizowanych w obszarach, z których można pozyskać wystarczające, poparte dowodami naukowymi informacje, że ich działalność nie niszczy siedlisk, a także ocena ryzyka utraty bioróżnorodności w wyniku ich działalności,

- bez względu na informacje podane w certyfikatach połowowych, podejmowanie działań w odniesieniu do dostawców ryb świeżych, mrożonych lub w puszkach w celu uzyskania informacji i dowodów, że ich działania nie prowadzą do nadmiernej eksploatacji, wyczerpywania lub eliminacji zasobów rybnych lub wyginięcia gatunków ryb,
- ciągła współpraca z dostawcami produktów pochodzenia rolnego w celu zrozumienia wpływu realizowanych przez nich procesów i działań na cykl składników odżywczych,
- wykorzystywanie dobrych relacji z dostawcami w celu wywierania pozytywnego wpływu na ich działalność z korzyścią dla ochrony zasobów wodnych i stopniowego ograniczania emisji gazów cieplarnianych.

Dodatkowo Biedronka jest członkiem **Polskiej Koalicji na rzecz Zrównoważonego Oleju Palmowego** od początku jej istnienia. Grupa Jerónimo Martins jest również członkiem inicjatywy **Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)** oraz **Consumer Goods Forum**. Więcej na temat zrównoważonych praktyk produkcyjnych oraz certyfikatów zrównoważonego rozwoju produktów i opakowań piszemy w ramach rozdziału Zrównoważony łańcuch dostaw. [📖 czytaj na str. 58 »](#)

➤ Nasze wysiłki zostały docenione. Grupa Jerónimo Martins jest pierwszym detalistą na świecie, któremu przyznano wynik „A-” w programie „Lasy” dla towarów, których produkcja wiąże się z ryzykiem wylesiania, ocenianych przez Carbon Disclosure Project (olej palmowy, soja, wołowina i papier oraz drewno). Grupa uzyskała również ocenę „A-” w programie „Klimat” oraz „B” w programie „Bezpieczeństwo wodne”.



DOBRA PRAKTYKA

Sadzimy drzewa z Fundacją Ekologiczną Arka

Wiosną 2020 roku Fundacja Ekologiczna Arka zasadziła **10 tysięcy drzew w Bieszczadach** – 8 tysięcy buków, 1 tys. jodeł i 1 tys. świerków. Całą akcję sfinansowała Biedronka w ramach zobowiązania podjętego na Dzień Drzewa w czasie trwania akcji lojalnościowej Gang Słodziaków.



DOBRA PRAKTYKA

Pomagamy oczyszczać Morze Bałtyckie

➤ 304-2 Od czerwca 2020 roku kosze i wózki we wszystkich nowo otwieranych sklepach Biedronka są wykonane częściowo z tworzywa powstającego w wyniku recyklingu lin i sieci rybackich, odłowionych między innymi w Morzu Bałtyckim. Część starych sieci pochodzi z Morza Północnego oraz z Oceanu Atlantyckiego. W naszych sklepach w całej Polsce do końca 2020 roku było prawie **40 tysięcy takich koszy oraz ponad 900 wózków z serii „Oceanis”**. Stopniowo zastępujemy nimi też zużyte kosze i wózki w już istniejących sklepach.

Porzucone sieci rybackie stanowią nawet 27% odpadów znajdujących się w morzach i oceanach. W polskiej części Morza Bałtyckiego może być ich nawet kilkaset ton. Zagubione sieci są ogromnym zagrożeniem dla żyjących w morskim ekosystemie gatunków, ryb, żółwi i ssaków morskich, bo stanowią pułapki dla zwierząt morskich i niszczą ich siedliska. Ponadto mikrocząstki plastiku uwalniane w procesie ich rozkładu trafiają do przewodu pokarmowego zwierząt. Do produkcji każdego kosza lub wózka wykorzystywane jest 1,5 m liny, która w przeciwnym razie pozostałaby w morzu przez 600 lat, bo tyle czasu zajmuje jej rozkład. Wykorzystanie lin i sieci nie tylko pomaga zapobiec zatruciu i śmierci tysięcy zwierząt morskich. Dzięki niemu emisja dwutlenku węgla spada o 20 procent. Plastik z koszy i wózków dostarczanych do naszych sklepów w pełni nadaje się do recyklingu.



Edukacja i partnerstwo na rzecz środowiska

103-2 Uważamy, że o ochronie środowiska najlepiej mówić głośno i chórem. Dlatego chętnie podejmujemy inicjatywy partnerskie i nieprzerwanie prowadzimy działania edukacyjne kierowane do naszych interesariuszy wewnętrznych i zewnętrznych.



DOBRA PRAKTYKA

Program „Niech żyje planeta”

W 2020 roku nasza sieć została strategicznym partnerem programu prowadzonego przez jeden z największych polskich portali informacyjnych, Onet, pod hasłem „Niech żyje planeta”. Celem tej inicjatywy jest zmotywowanie czytelników serwisu do podjęcia dziesięciu prośrodowiskowych wyzwań na bazie akcji **ONZ ActNow** – między innymi ograniczenia zużycia wody, wybierania lokalnych produktów, korzystania z toreb wielorazowych czy oszczędzania energii elektrycznej. Od kwietnia do grudnia w ramach kampanii opublikowanych zostało 212 materiałów edukacyjnych, które łącznie miały 7,88 mln odsłon. Użytkownicy w sumie poświęcili im 264 tys. godzin. Program trwał do kwietnia 2021 roku.



DOBRA PRAKTYKA

Partnerstwo główne nad 8. edycją Targów CSR



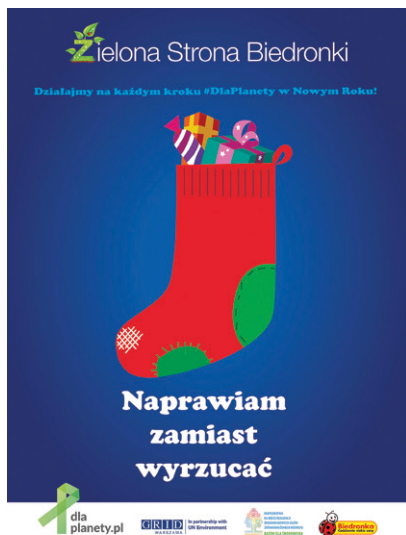
W październiku 2020 roku Biedronka była również głównym partnerem 8. edycji **Targów CSR**, największego w Polsce wydarzenia poświęconego społecznej odpowiedzialności biznesu i zrównoważonemu rozwojowi. Na naszym wirtualnym stoisku dużą popularnością wśród odwiedzających cieszył się spacer online po flagowej placówce Biedronki ze wskazaniem produktów, które zostały zaprojektowane z troską o środowisko, zgodnie z zasadami ekoprojektowania. Do pobrania dla odwiedzających przygotowaliśmy też materiały multimedialne, które przybliżyły pięć filarów strategii zrównoważonego rozwoju sieci Biedronka. Zachęcamy do wirtualnego spaceru po naszym sklepie na stronie: www.tourmr.com/F1wphUcE5.



DOBRA PRAKTYKA

Zielona Strona Biedronki

Kontynuowaliśmy też edukację środowiskową naszych klientów. W tygodniku „Kropka TV”, podobnie jak w poprzednich, latach publikowaliśmy raz w miesiącu „Zieloną Stronę Biedronki” poświęconą takim zagadnieniom jak prawidłowa segregacja odpadów, niemarnowanie żywności, czy upcykling.



DOBRA PRAKTYKA

Podnosimy świadomość ekologiczną naszych pracowników

W dalszym ciągu podnosiliśmy też świadomość ekologiczną naszych pracowników. W 2020 roku kontynuowaliśmy rozpoczęty rok wcześniej w naszym biurze głównym projekt **Let's Go Green**.

W 2020 roku oprócz prowadzonych wcześniej działań takich jak wprowadzenie energooszczędnych źródeł światła czy szkolenia z zakresu ekologii, na wszystkich piętrach naszej siedziby ustawiliśmy kosze do segregacji odpadów, a w Dniu Środowiska, 5 czerwca, utworzyliśmy na wykorzystywanym przez naszych pracowników komunikatorze MS Teams wspólny kanał „Dla Planety”, w ramach którego wszyscy nasi pracownicy mający dostęp do komunikatora m.in. mogli wypełnić quiz wiedzy dotyczący otaczającego ich środowiska oraz podejmowali wybrane przez siebie eko wyzwania.





DOBRA PRAKTYKA

Akcja lojalnościowa „Gang Fajniaków” i „Szkolne Przygody Gangu Fajniaków”

W sierpniu 2020 roku rozpoczęliśmy kolejną akcję lojalnościowo-edukacyjną „Gang Fajniaków”. Fajniaki – to dziesięć pluszowych maskotek, z których każda ma inną supermoc związaną z ekologią. Miłośnicy Fajniaków oprócz maskotek mogli dzięki naklejkom lojalnościowym zaopatrzyć się także w książki, w których fajniakowe postacie chronią Ziemię i dbają razem o przyrodę. Zdecydowaliśmy się wprowadzić do Gangu kontrowersyjną postać Smoga Stefka, dlatego że Polska mierzy się z problemem smogu, którego świadomość chcieliśmy budować już u najmłodszych.



Wszystkie dzieci zaprosiliśmy też w 2020 roku do pobrania na telefon bezpłatnej aplikacji z Fajniakami w roli głównej, dającej dostęp do gier i quizów dotyczących ekologicznych bohaterów Biedronki. Najmłodszych internautów zaprosiliśmy też na stronę internetową naszej akcji, gdzie przekonywaliśmy, że robiąc coś dobrego dla planety, też mogą zostać „Fajniakami”.

W ramach programu „Szkolne Przygody Gangu Fajniaków” przekazaliśmy wszystkim szkołom podstawowym, które się zarejestrowały w trzeciej edycji programu, scenariusze lekcji, audiobooki, materiały wideo z doświadczeniami przyrodniczymi, pluszaki oraz książki. Zorganizowaliśmy również konkurs ekologiczny dotyczący wybranych żywołów dla klas trzecich. Do konkursu „Szkolne przygody Gangu Fajniaków” zgłosiło się ponad 3 tys. placówek i spłynęły prace autorstwa prawie 7 tys. dzieci. Uczniowie 400 wyróżnionych klas otrzymali maskotki odpowiadające żywołowi przedstawionemu na ich pracach plastycznych, magiczne ołówki z nasionkami i dyplomy. 5 tys. uczniów oraz opiekunowie wyróżnionych klas otrzymali bon na zakupy w Biedronce oraz dyplom.



Dodatkowo 640 placówek przygotowało prace konkursowe dotyczące wszystkich 4 żywołów, wśród których 15 szkół otrzymało Nagrodę Grand Prix w postaci sfinansowania zestawu ekologicznych sprzętów AGD (na przykład energooszczędne żarówki i kosze do segregacji) lub remontu terenów zielonych wokół placówki.



DOBRA PRAKTYKA

Partnerstwo strategiczne nad akcją „Czyste Tatry”

W sierpniu 2020 roku Biedronka po raz drugi jako partner strategiczny wsparła akcję „Czyste Tatry”, organizowaną przez Stowarzyszenie Czysta Polska. „Czyste Tatry” to akcja polegająca przede wszystkim na ochronie środowiska i promocji postaw proekologicznych poprzez sprzątanie najwyższych polskich gór z pozostawianych przez turystów śmieci – władze Tatrzańskiego Parku Narodowego szacują, że po sezonie letnim było to około 20 ton odpadów²⁸. Niezależnie od kwestii estetycznych śmieci są zagrożeniem dla przyrody i zwierząt.



W organizowanej przez Stowarzyszenie Czysta Polska akcji „Czyste Tatry” mógł wziąć udział każdy, do udziału w wydarzeniu zachęcały klientów lokalne sklepy, m.in. w Zakopanem. Zadbaliśmy też o to, aby każdemu z 2500 wolontariuszy nie zabrakło energii, zapewniając darmowy prowiant na start, dostarczając drożdżówki i banany na drogę. Dodatkowo, na tych, którzy podzielili się w In-

²⁸ Źródło: <https://gazetakrakowska.pl/tatry-rocznie-turysci-wyrzucaja-na-szlakach-ok-20-ton-smieci-ludzie-musza-zrozumiec-ze-to-szkodliwe-dla-przyrody/ar/c1-15622314>.

ternecie najciekawszymi zdjęciami z dnia sprzątnięcia Tatr, czekały liczne nagrody. W 2020 roku ze względu na obostrzenia akcja miała nieco inną formułę, jednak nie przeszkodziło to organizatorom oraz wolontariuszom w osiągnięciu niezwyklego wyniku! W sumie, podczas całego dnia akcji zebrano aż 468,5 kg śmieci oraz 5 m³ papieru!



W 2020 roku z pomocą naszych klientów wsparliśmy Stowarzyszenie Czysta Polska, dzięki przekazaniu części dochodu ze sprzedaży książki **Eko-Słodziaki** (1 zł za każdy egzemplarz sprzedany w Światowym Dniu Środowiska) na akcję „Czyste Tatry” oraz zaopiekowanie się najstarszymi drzewami w Polsce, m.in. tysiącletnim **Dębem Bolko**. Na współpracę przeznaczaliśmy w sumie 149 tys. zł.



DOBRA PRAKTYKA

Wakacyjna trasa śmieciarki Mieci

Latem 2020 roku wspólnie z organizacją odzysku opakowań REKOPEL zorganizowaliśmy akcję ekologiczną. W ośmiu nadmorskich miejscowościach zaprosiliśmy wczasowiczów do odwiedzin mobilnej strefy edukacyjnej zaaranżowanej w... śmieciarce. W jej wnętrzu znajdowały się jednak nie śmieci, ale interaktywna wystawa pokazująca, że odpady mogą stać się nowymi produktami.

Zwiedzający strefę mogli nie tylko wejść do środka i przekonać się, co dzieje się z butelką PET w sortowni czy zakładzie przetwarzania, poznać tworzywo powstałe w procesie recyklingu butelek, ale także wejść na śmieciarkę – na górę znajdowały się taras oraz zjeżdżalnia dla najmłodszych. **Śmieciarkę Mieci** przez dwa tygodnie odwiedziło ponad 6 tysięcy osób.



DOBRA PRAKTYKA

Odśloniliśmy antysmogowy mural



W październiku 2020 roku w ekologiczny sposób zakończyliśmy drugi etap konkursu Biedronki na książkę dla dzieci Piórko 2020. Zaprojektowana przez zwyciężczynię konkursu okładka książki trafiła na odświeżony na warszawskim Powiślu mural – wyjątkowy, bo pomalowany farbami oczyszczającymi powietrze ze smogu. Do jego stworzenia użyto farb katalitycznych, które pod wpływem działania światła oczyszczają powietrze ze szkodliwych substancji. To nie pierwszy raz, kiedy temat walki ze smogiem pojawia się w działaniach Biedronki. Również jedna z postaci Gangu Fajniaków – Smog Stefek wspierał naukę dzieci, jak przeciwdziałać pojawianiu się smogu poprzez atrakcyjne materiały multimedialne oraz jedną z wydanych przez Biedronkę książek w ramach akcji lojalnościowej.



Dąb Bolko, jedno z najstarszych drzew w Polsce,
którym sieć Biedronka od 2020 roku się opiekuje.