



GRUPA EUROCASH

Raport Społecznej Odpowiedzialności Biznesu (CSR) za rok 2014

Raport stanowi integralną część raportu rocznego



Grupa Eurocash jest wiodącym pod względem wartości sprzedaży aktywnym dystrybutorem artykułów żywnościowych i napojów do niezależnych sklepów detalicznych w Polsce. Obszar działalności Grupy Eurocash obejmuje teren całej Polski.

Grupa Eurocash identyfikuje szereg działań dających się zaklasyfikować w ramach Społecznej Odpowiedzialności Biznesu (CSR). Większość z tych działań w sposób pośredni lub bezpośredni wpływa na realizację misji Grupy Eurocash co przede wszystkim przekłada się na wzmocnienie pozycji handlu mało powierzchniowego w Polsce. Poniżej przedstawiamy podział interesariuszy Grupy Eurocash

Wykres 9. Mapa interesariuszy Grupy Eurocash



Źródło: Opracowanie własne

3.1. Akcjonariusze

Grupa Eurocash stosując zasadę transparentności należycie wypełnia obowiązki informacyjne wobec akcjonariuszy oraz inwestorów.. Poniżej zostały przedstawione wyniki jakie Grupa Eurocash osiągnęła na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie w roku 2014.

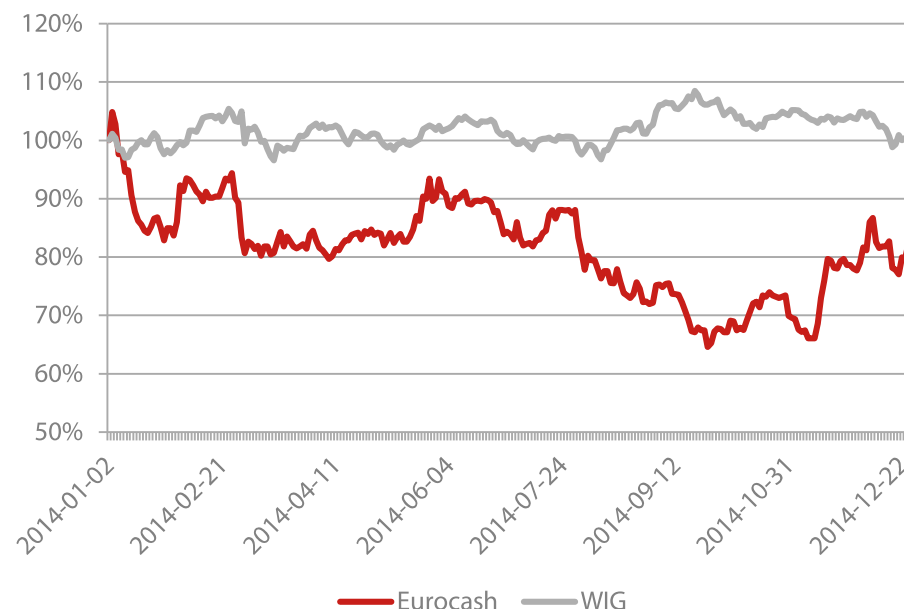
Notowania Eurocash na GPW w Warszawie

Kursy akcji w niniejszym paragrafie są podawane wg cen akcji z zamknięcia sesji na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.

Eurocash S.A. zadebiutowała na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie w maju 2005 r. Akcje Jednostki Dominującej notowane są na rynku podstawowym w systemie notowań ciągłych i w 2014 r. wchodziły w skład indeksów: WIG, WIG20, WIG30, WIG-Poland, WIGdiv oraz MSCI Poland Standard Index..

Cena akcji na koniec 2014 r. była 20% niższa niż na początku roku. Rok 2014 rozpoczął się kursem 47,69 zł za akcję Eurocash (cena zamknięcia na dzień 30.12.2013 r.), a zakończył kursem 38,00 zł. Średni kurs akcji w roku 2014 wyniósł 38,77 zł.

Wykres 10. Dynamika kursu akcji Eurocash i indeksu WIG w 2014 roku



Źródło: Opracowanie własne

3.1. Akcjonariusze

Kapitalizacja Spółki na dzień 31 grudnia 2014 r. wynosiła 5 269,86 mln zł wobec 6 601,61 mln zł na dzień 30 grudnia 2013r. Średni wolumen EUROCASH S.A. podczas jednego dnia notowań na warszawskiej giełdzie w 2014 r. wyniósł 456 013 akcji.

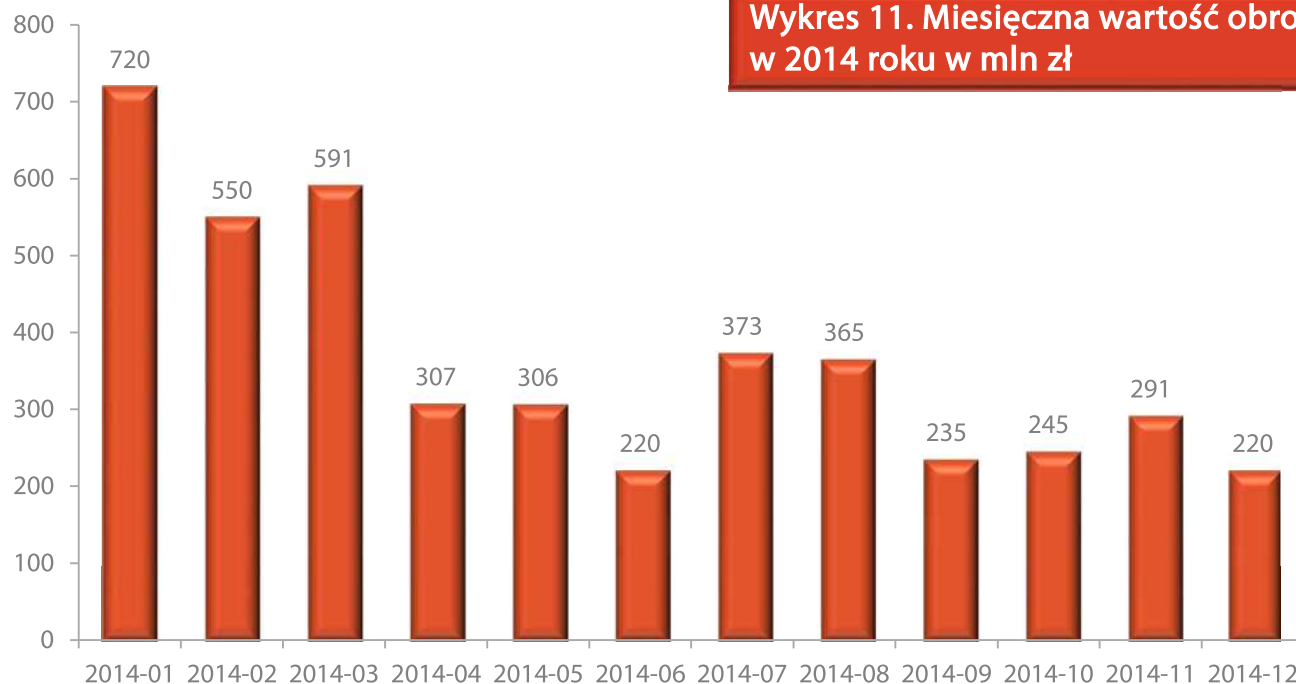
W tabeli poniżej zaprezentowano kluczowe dane dotyczące notowań akcji spółki na GPW w Warszawie w latach 2012-2014. Łączne obroty Spółki w 2014 roku wyniosły 113,57 mln akcji, co stanowi 81,9% kapitału zakładowego spółki. Na wykresie 11 przedstawiono miesięczne obroty akcjami spółki w 2014 roku.

Tabela 4. Kluczowe dane dotyczące notowań akcji EUROCASH S.A. na GPW w Warszawie

	J.m	2012	2013	2014
Liczba akcji	mln	138	138	138
Kurs zamknięcia z ostatniego dnia notowań w roku	zł	43,70	47,69	38,00
Kapitalizacja spółki na koniec roku	mln zł	6 030	6 601	5 270
Najwyższy kurs zamknięcia w roku	zł	47,00	65,64	50,00
Najniższy kurs zamknięcia w roku	zł	28,30	43,00	30,80
Średni wolumen obrotu na sesję	tys.	214	449	456
Dywidenda wypłacona w roku obrotowym z podziału zysku za rok poprzedni	zł/akcję	0,18	0,90	0,79

3.1. Akcjonariusze

Grupa Eurocash stosuje politykę dzielenia się wypracowanym zyskiem z akcjonariuszami. W trzech ostatnich latach spółka wypłacała dywidendę udziałowcom. Firma przewiduje wypłatę dywidendy w latach kolejnych, o ile nie będzie to miało negatywnego wpływu na dalszy rozwój Spółki.



3.1. Akcjonariusze

Działalność Eurocash S.A. w ciągu trzech ostatnich lat charakteryzowały wskaźniki rynku kapitałowego przedstawione w tabeli poniżej.

Tabela 5. Wskaźniki rynku kapitałowego

		2012	2013	2014
EPS (zł)	Zysk netto/iłość akcji	1,81	1,6	1,32
P/E	Cena/Zysk netto na akcję	24,08	29,87	28,78
MC/S	Wartość rynkowa /przychody ze sprzedaży	0,36	0,40	0,31
P/BV	Cena /wartość księgową akcji	7,76	7,46	7,22

Relacje Inwestorskie

Grupa Eurocash komunikuje się ze środowiskiem inwestorskim za pomocą działań obligatoryjnych tj. w drodze przekazywania publicznie dostępnych raportów bieżących i okresowych oraz poprzez uczestnictwo w licznych konferencjach inwestorskich, road show oraz spotkaniach z analitykami i zarządzającymi Funduszami.

W dniu publikacji raportów okresowych Spółki organizowane są telekonferencje dla analityków i zarządzających funduszami, w trakcie których członkowie Zarządu Spółki omawiają opublikowane w raportach wyniki finansowe oraz prezentują kluczowe dokonania w poszczególnych okresach.

Komunikacja z inwestorami dokonywana jest również za pomocą serwisu internetowego Grupy Eurocash.

3.2. Klienci

Grupa Eurocash prowadząc działalność na rynku dystrybucji dóbr szybko zbywalnych (FMCG) identyfikuje klientów w podziale na bezpośrednich (czyli sklepy detaliczne) i finalnych (konsumentów).

Klienci Bezpośredni

Do grupy klientów bezpośrednich klasyfikowani są:

- sklepy tradycyjne niezrzeszone oraz zrzeszone poza Eurocash,
- sklepy franczyzowe Grupy Eurocash,
- stacje paliw,
- hotele, restauracje, catering (sektor HoReCa).

W ramach budowania długotrwałych relacji i wzmacniania pozycji klientów bezpośrednich na polskim rynku Grupa Eurocash stosuje:

Uczciwe praktyki dotyczące umów

Umowy Franczyzowe lub sprzedaży podpisywane z klientami są zgodne z prawem.

Reklamacje i rozstrzyganie sporów

Klienci bezpośredni mają możliwość zgłaszania reklamacji do dedykowanego Biura Obsługi Klienta, które jest odpowiedzialne za przekazanie informacji do odpowiedniego departamentu oraz znalezienie rozwiązania. Grupa Eurocash równocześnie dokłada wszelkich starań, aby dostarczane produkty były świeże i najwyższej jakości.

Wsparcie

Klienci bezpośredni mogą liczyć na indywidualne wsparcie ze strony doświadczonych pracowników Grupy Eurocash. W szczególności Franczyzobiorcy mają zapewnione wsparcie doświadczonych Doradców Klienta, działu IT i Przedstawicieli Handlowych. Klienci również mają możliwość korzystania z dedykowanej strategii marketingowej oraz akcji promocyjnych obejmujących gazetki promocyjne, katalogi tematyczne, katalogi Marki Własnej Dobry Wybór! oraz programy lojalnościowe.

3.2. Klienci

Komunikacja i dialog

Klienci mają do wyboru szereg narzędzi komunikacji z Grupą Eurocash oraz innymi Klientami, przede wszystkim poprzez internet: e-platformy, wewnętrzne fora internetowe, dedykowane strony www. Klienci mają też możliwość kontaktu telefonicznego, mailowego, a także osobistego. Cyklicznie organizowane są spotkania z menedżerami Grupy Eurocash. .

W celu dopasowania strategii do zmieniającego się otoczenia się rynkowego Grupa Eurocash przeprowadza badania marketingowe wśród klientów – przede wszystkim badanie poziomu satysfakcji oraz badania Mystery Shopper w sklepach franczyzowych.

Budowanie długoterminowych relacji i lojalności

Grupa Eurocash regularnie organizuje bale franczyzobiorców oraz konferencje, targi handlowe, kongresy, a także szkolenia, dzięki którym klienci mają możliwość zapoznania się z najnowszymi trendami obowiązującymi na rynku handlu detalicznego.

Kongres sklepów abc

Dnia 14 czerwca 2014r. w Warszawie odbył się Kongres Sieci Sklepów „abc”. Motywem przewodnim wydarzenia było: „15 lat sieci sklepów abc. Wspólny sukces. Wspólna przyszłość”. W wydarzeniu uczestniczyło blisko 2600 osób.

Bal franczyzobiorców sieci Delikatesy Centrum

W styczniu 2014 r. Grupa Eurocash zorganizowała doroczny Bal sieci Delikatesy Centrum. Wydarzenie trwało dwa dni, pierwszy dzień przeznaczony był na szkolenia z zakresu „Zarządzania placówką handlową” w podziale na części dotyczące zarządzania finansami przedsiębiorstwa, marketingu oraz inwestycji i rozwoju biznesu. Drugi dzień poświęcony był targom producentów oraz wieczornej integracji franczyzobiorców. W balu franczyzobiorców wzięło udział ponad 1100 osób (przedsiębiorcy wraz z osobami towarzyszącymi).

3.2. Klienci

Akademia Umiejętności

Akademia Eurocash to innowacyjny na rynku FMCG program, który proponuje młodym, przedsiębiorczym osobom prowadzenie sklepu franczyzowego pod marką Delikatesy Centrum. Gwarantuje zdobycie niezbędnej wiedzy i doświadczenia w prowadzeniu własnego sklepu spożywczego jeszcze przed jego otwarciem. Dzięki niemu przyszły franczyzobiorca Delikatesów Centrum ma ułatwiony start do świata własnego biznesu i znacznie zwiększa swoją szansę na odniesienie sukcesu.

Franczyzobiorca ma zapewnioną pomoc na każdym etapie zakładania i prowadzenia sklepu: kompleksowe wsparcie marketingowe, operacyjne oraz kolejne szkolenia dla właścicieli i pracowników sklepów w programie Akademia Umiejętności Eurocash. Franczyzobiorca Delikatesów Centrum nigdy nie jest sam i zawsze może liczyć na pełne wsparcie.

Umowy okołobiznesowe

Grupa Eurocash wynegocjowała dla swoich klientów bezpośrednich szereg dedykowanych propozycji, będących opcjonalnym uzupełnieniem oferty sieci franczyzowych Grupy Eurocash. W ramach tej działalności klienci mogą skorzystać z preferencyjnych warunków na dostawę

energii, usług telekomunikacyjnych, samochodów, oświetlenia oraz polis ubezpieczeniowych. Z oferty polis na życie w 2014 roku skorzystało ponad 6 800 pracowników sklepów należących do 450 franczyzobiorców.

3.2. Klienci

Umowy okołobiznesowe

Grupa Eurocash wynegocjowała dla swoich klientów bezpośrednich szereg dedykowanych propozycji, będących opcjonalnym uzupełnieniem oferty sieci franczyzowych Grupy Eurocash. W ramach tej działalności klienci mogą skorzystać z preferencyjnych warunków na dostawę energii, usług telekomunikacyjnych, samochodów, oświetlenia oraz polis ubezpieczeniowych. Z oferty polis na życie w 2014 roku skorzystało ponad 6 800 pracowników sklepów należących do 450 franczyzobiorców.

sąsiedzku”, obejmująca blisko 10 000 sklepów zrzeszonych w sieciach partnerskich i franczyzowych Grupy Eurocash.

Dodatkowo Grupa Eurocash dbając o codzienną jakość procesu zakupowego w placówkach franczyzowych dokonuje regularnych badań typu „mystery shopper” i nagradza sklepy utrzymujące najwyższe standardy obsługi klienta.

Klienci Finalni (Konsumenci)

Grupa Eurocash pośrednio oddziałuje również na konsumentów - klientów finalnych to jest na osoby i podmioty, które kupują towary od klientów bezpośrednich. Grupa chcąc przewidzieć zachowania klientów finalnych dostarcza klientom bezpośrednim odpowiednie materiały marketingowe, a w szczególności gazetki promocyjne, plakaty, czy dedykowane strony internetowe. Szczególnym momentem jest otwarcie nowej placówki sklepu – z tej okazji organizowane są liczne atrakcje dla lokalnej społeczności. Najważniejszą akcją marketingową dedykowaną konsumentom w 2014 r. była największa w historii polskiego handlu loteria „MEGALOTERIA – po

3.3. Pracownicy

Pracownicy to interesariusze o dużej sile wpływu na kształt firmy i jej funkcjonowanie. To od ich pracy, zaangażowania i podejścia w dużej mierze zależy wynik finansowy Grupy. Tworząc kapitał ludzki i intelektualny są wartością niematerialną firmy. Grupa Eurocash na dzień 31.12.2014r. zatrudniała ponad 11 300 osób wobec, których zostały zidentyfikowane następujące obszary oddziaływania:

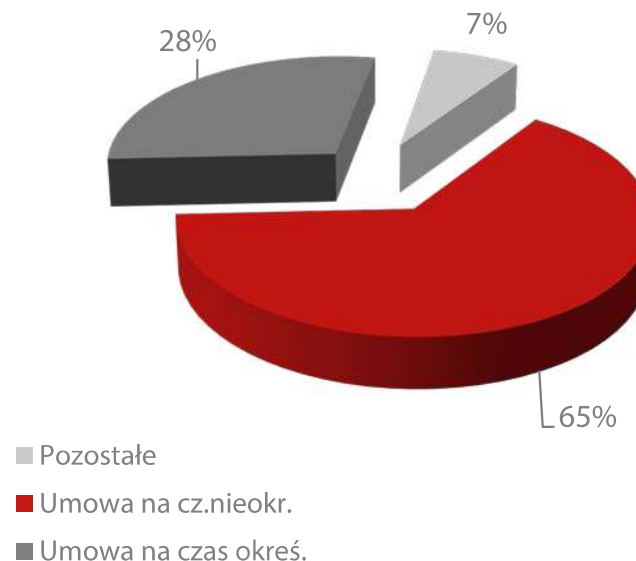
1. Zatrudnienie i stosunki pracy
2. Bezpieczeństwo i higiena pracy
3. Pomoc socjalna
4. Rozwój i szkolenia w miejscu pracy
5. Motywacja i integracja

Zatrudnienie i stosunki pracy

Zdecydowana większość pracowników Grupy Eurocash jest zatrudniona na umowę o pracę na czas nieokreślony. Najliczniejszą grupę wśród wszystkich zatrudnionych na koniec roku 2014 stanowili natomiast pracownicy z wykształceniem średnim. Biorąc pod uwagę wiek osób zatrudnionych w Grupie, największa ilość pracowników

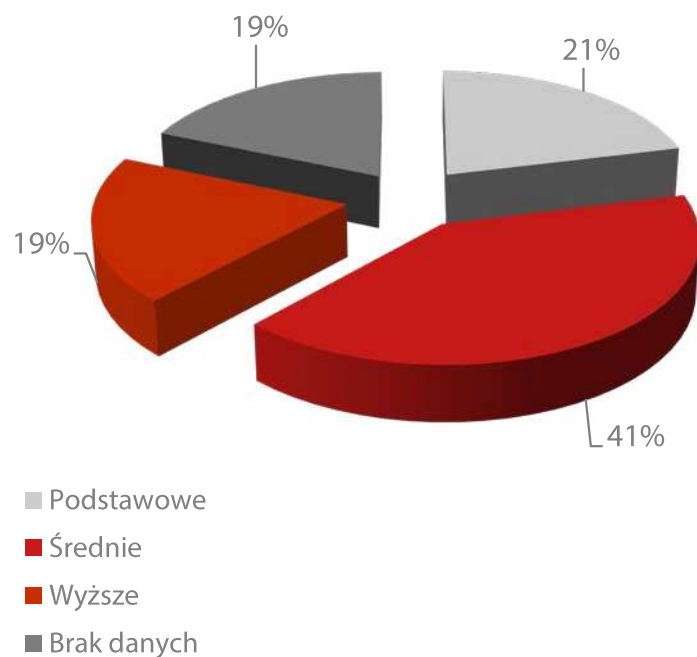
znajduje się w przedziale do 30 oraz pomiędzy 31 a 40 rokiem życia (po 38%). Wśród pracowników w 2014 r. przeważali mężczyźni, stanowili 65% kadry Grupy.

Wykres 12. Struktura stosunków pracy zawartych przez Grupę Eurocash i pracownikami w 2014 r.

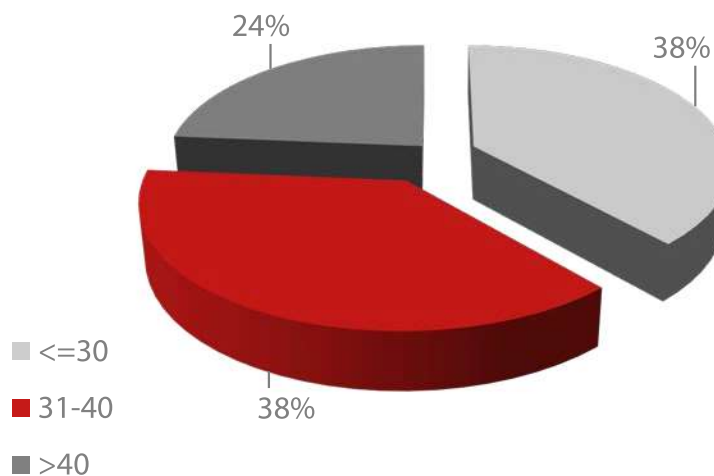


3.3. Pracownicy

Wykres 13. Struktura zatrudnienia wg. wykształcenia w Grupie Eurocash na 31.12.2014 r.

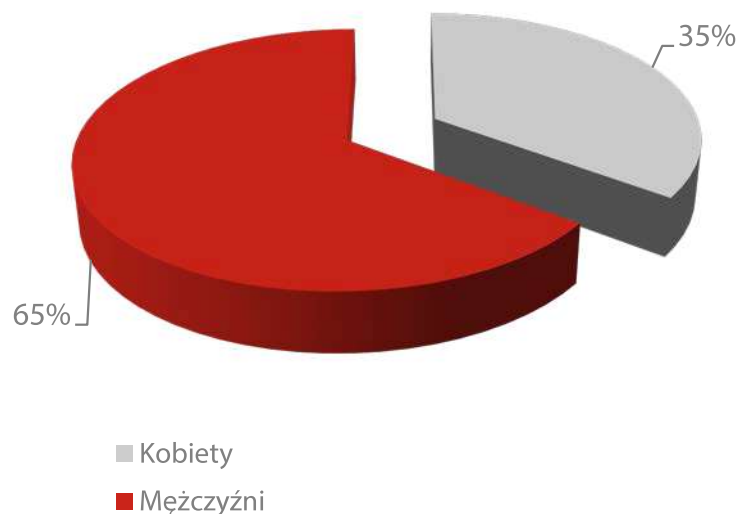


Wykres 14. Struktura zatrudnienia wg. wieku w Grupie Eurocash na 31.12.2014 r.



3.3. Pracownicy

Wykres 15. Struktura zatrudnienia wg. płci w Grupie Eurocash na 31.12.2014 r.



Bezpieczeństwo i higiena pracy

W 2014 r. Grupa Eurocash prowadziła Program Zero Tolerancji dla Nieprzestrzegania Przepisów BHP. Jest to cykl przedsięwzięć mających na celu podkreślenie, jak istotne dla Grupy są przepisy BHP i ich respektowanie. Jest on także informacją dla pracowników, że nie ma przyzwolenia na łamanie przepisów BHP.



W ramach tego programu prowadzona jest zmodyfikowaną kartę kontroli BHP, procedury nadzoru nad dokumentacją BHP oraz ankiety o stanie BHP w poszczególnych jednostkach biznesowych. W biurach umieszczane są kolorowe, widoczne segregatory - w których w jednym miejscu zlokalizowane są aktualne dokumentacje BHP. Segregator z założenia umieszczony ma być w ogólnodostępnym miejscu i w każdej chwili pracownicy mogą mieć możliwość odświeżyć sobie wiedzę z zagadnień BHP

3.3. Pracownicy

W 2014 roku prowadzone były też działania związane z rozwijaniem umiejętności z zakresu pierwszej pomocy:

- pokazy z udzielania pierwszej pomocy dla pracowników GRUPY EUROCASH podczas PIKNIKÓW RODZINNYCH
- CYKL SZKOLEŃ Z PIERWSZEJ POMOCY dla szerokiej grupy pracowników administracyjno – biurowych z różnych części Polski
- spotkanie z dziećmi pracowników podczas KOLONII EUROCASH 2014, promując tematykę udzielania PIERWSZEJ POMOCY
- karta ICE

Pomoc socjalna

Grupa Eurocash zapewnia pakiet różnorodnych świadczeń w ramach wsparcia socjalnego dla pracowników. Przede wszystkim jest to dofinansowanie do wypoczynku lub leczenia sanatoryjnego, zajęć rehabilitacyjnych a także wypoczynku dzieci i młodzieży pracowników (firma organizuje kolonie w okresie wakacyjnym).

Ważnym elementem działalności socjalnej jest przyznawanie bezzwrotnych zapomóg w formie pieniężnej oraz zakup paczek dla dzieci.

Rozwijane są również programy stypendialne, których celem jest wspieranie zdolnych dzieci pracowników Grupy w zdobywaniu wiedzy oraz rozwoju ich talentów. W 2014 roku z programu stypendiów skorzystało 52 dzieci.

3.3. Pracownicy

Rozwój i szkolenia w miejscu pracy

Polityka szkoleń

W trosce o wysoki poziom kompetencji Pracowników, Grupa Eurocash wspiera podnoszenie kwalifikacji zawodowych. W tym celu organizowane są liczne szkolenia zarówno na poziomie centralnym, jak i w poszczególnych jednostkach biznesowych.

Każdy nowozatrudniony pracownik bierze udział w programie wprowadzania i przechodzi wstępne szkolenia indywidualne lub grupowe pozwalające poznać charakter poszczególnych obszarów firmy oraz zapoznać się ze specyfiką obejmowanego stanowiska. Ponadto poszczególne programy szkoleniowe uwzględniają specyfikę pracy w wybranych jednostkach biznesowych. Pracownicy mają również możliwość zdobywania wiedzy oraz informacji dotyczących aktualnych trendów rynkowych podczas konferencji krajowych i zagranicznych.

W 2014 roku w ramach różnych form rozwoju przeszkolonych zostało blisko 4000 osób co stanowi 36% w stosunku do zatrudnionej liczby osób

Zarządzanie wynikami pracy

Realizacja strategii Grupy Eurocash wymaga zaangażowania wszystkich pracowników. Kadra menadżerska oraz pracownicy działów centralnych objęci są procesem zarządzania wynikami pracy (ang. performance management), w perspektywie rocznej. Elementem tego procesu jest również ocena 360 stopni. W ramach tej oceny pracownicy otrzymują informację zwrotną na temat swoich kompetencji nie tylko od przełożonego, ale również od swoich podwładnych, klientów wewnętrznych oraz osób na stanowiskach równoległych. Dzięki temu każdy poznaje obszary, w których może wzmocnić swoje kompetencje i dzięki temu szybciej się rozwijać.

Programy Menedżerskie

Chcąc dać szansę szybkiego rozwoju zdolnym, ambitnym i żądnym wyzwań studentom i absolwentom, Grupa Eurocash prowadzi dwa programy menedżerskie – Management Trainee oraz Sales&Operations Trainee. W 2014 roku do obu programów przyjęto łącznie 20 osób (odpowiednio 15 i 5 osób).

3.3. Pracownicy

Dialog

Aby lepiej poznać potrzeby pracowników, Grupa Eurocash prowadzi szeroko pojęty dialog z pracownikami. Kanały komunikacji z pracownikami to:

- *Twitter i Facebook*,
- *Portal pracowniczy*, na którym można znaleźć najważniejsze i najświeższe informacje związane z życiem 'wewnątrz' firmy, działa tam również 'Pudełko Pomysłów' – miejsce gdzie pracownicy mogą prezentować i komentować pomysły na zmiany wewnątrz firmy – najlepsze z nich zostają przekazane do realizacji,
- *EUROpress* – wewnętrzne wydawnictwo przybliżające aktualne wydarzenia, w każdym numerze są również prezentowani pracownicy poszczególnych jednostek biznesowych. Średni nakład czasopisma w 2014 roku wyniósł 11 000 egzemplarzy.
- *Kanały tradycyjne* - tablice ogłoszeń, plakaty

Bardzo ważnym kanałem komunikacji jest *Niebieska Linia* - narzędzie umożliwia pracownikom zgłaszanie przypadków naruszenia prawa i/lub polityki firmy, takich jak kradzież, defraudacja, mobbing, i inne nieetyczne zachowania. Zapewnione jest zachowanie poufności.

Motywacja i integracja

Grupa Eurocash w 2014 roku stosowała poniższe narzędzia i metody motywacji pozapłacowej pracowników:

- *Karta podarunkowa Grupy Eurocash* - nowoczesne narzędzie pozwalające na dokonanie zakupów świątecznych w sklepach spożywczych. W 2014 roku na ten cel przeznaczono 2,2 mln zł
- *Pikniki rodzinne* - ważny element wakacyjnych spotkań pracowników i ich rodzin. Odbywają się co roku w 13 lokalizacjach w całej Polsce, w 2014 roku uczestniczyło w nich ponad 21 000 osób (pracowników oraz ich rodzin). Pikniki oznaczają moc atrakcji dla dzieci i dorosłych.
- *Konkurs rysunkowy* - co roku organizowany jest dla dzieci pracowników konkurs, który daje możliwość wykazania się pomysłami i autorską interpretacją jednego z wybranych przez siebie tematów. Dla najlepszych prac jury przyznaje nagrody rzeczowe. W 2014 r. do konkursu nadesłano ponad 340 prac rysunkowych i fotograficznych.

3.3. Pracownicy

- **Losowanie biletów** - w każdym miesiącu losowane są bilety na ciekawe wydarzenia w Polsce. Niezależnie od lokalizacji, w której pracuje lub/i mieszka, pracownik może wziąć udział w losowaniu i wspólnie z osobą towarzyszącą wybrać się na dane wydarzenie, na które wylosował bilety. W roku 2014 zorganizowano 60 losowań, do których udział zgłosiło ponad 8500 pracowników.
- **Imprezy świąteczne** - co roku w całej Polsce organizowane są spotkania z okazji Świąt Bożego Narodzenia oraz Nowego Roku. Jest to czas, by w świątecznej atmosferze podziękować sobie za rok wytężonej pracy oraz spotkać się z kolegami z innych miast i placówek.
- **Prywatna opieka medyczna** - wszyscy pracownicy Grupy Eurocash mają możliwość zakupu na preferencyjnych warunkach pakietu medycznego w jednej z firm oferujących usługi prywatnej opieki medycznej.
- **Pakiety sportowe** - Grupa Eurocash umożliwia pracownikom korzystanie z zajęć sportowych na preferencyjnych warunkach w całej Polsce. Średniomiesięcznie ponad 950 pracowników korzysta z programów dostarczonych przez wyspecjalizowane w dostarczaniu pakietów sportowych instytucje.
- **Polisy ubezpieczeniowe** - Grupa Eurocash wynegocjowała dla swoich pracowników pakiet polis ubezpieczeniowych na preferencyjnych warunkach. W 2014 roku z polis na życie skorzystało ponad 7600 osób.
- **Świadczenia na rzecz pracowników** - Grupa Eurocash zapewnia pakiet różnorodnych świadczeń w ramach wsparcia socjalnego dla pracowników. Przede wszystkim jest to dofinansowanie do: wypoczynku lub leczenia sanatoryjnego, zajęć rehabilitacyjnych a także wypoczynku dzieci i młodzieży pracowników. Eurocash wspiera również dzieci uzdolnione sportowo, które potrzebują dofinansowania do wyjazdów na obozy sportowe, które są kluczem do kształtowania młodych talentów. W 2014r. z kolonii w okresie wakacyjnym skorzystało 477 dzieci pracowników Grupy Eurocash. Ważnym elementem działalności socjalnej jest przyznawanie bezzwrotnych zapomóg w formie pieniężnej, bonów świątecznych pracowników oraz zakup paczek dla dzieci.
- **Program motywacyjny** - w Grupie Eurocash funkcjonuje szereg programów motywacyjnych adresowanych do kluczowych członków kadry menadżerskiej Grupy.

3.3. Pracownicy

W 2012 r. na mocy uchwały nr 3/2012 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Eurocash S.A. z dnia 26 listopada 2012 r. w sprawie Ósmego, Dziewiątego i Dziesiątego Programu Motywacyjnego i Premiowego dla Pracowników na lata 2012, 2013 i 2014 zostały przyjęte nowe programy motywacyjne na kolejne 3 lata. W ramach tych programów, osoby uprawnione uzyskują możliwość nabycia akcji Spółki na warunkach określonych w ww. uchwale.

Grono Osób Uprawnionych będą stanowić osoby zarządzające, członkowie kadry kierowniczej i osoby mające podstawowe znaczenie dla działalności Spółki oraz Grupy Eurocash, zatrudnione i wykonujące swoje obowiązki w okresie 3 lat od 1 stycznia odpowiednio 2013, 2014 lub 2015 roku.

Łącznie programy te obejmują 2,55 mln akcji w 3 transzach po 850 tys. akcji każda. Uruchomienie każdej z transz uzależnione jest od osiągnięcia określonych celów EBITDA.

Tabela 6. Program Motywacyjny na lata 2012 - 2014

Cel EBITDA	Okres realizacji opcji	Liczba akcji	Cena emisyjna
487 mln zł w 2012 r. (cel zrealizowany)	Od 1 lutego 2015 roku do 31 stycznia 2017	850 tys. Akcji serii M	38 zł
565 mln zł w 2013 r. (cel niezrealizowany)	Od 1 lutego 2016 roku do 31 stycznia 2018	850 tys. Akcji serii N	Nie dotyczy
638 mln zł w 2014 r. (cel niezrealizowany)	Od 1 lutego 2017 roku do 31 stycznia 2019	850 tys. Akcji serii O	Nie dotyczy

3.4. Dostawcy

Ze względu na zakres produktów oferowanych przez Grupę Eurocash oraz geograficznie zróżnicowaną sprzedaż, Grupa posiadała na dzień 31 grudnia 2014 r. 1455 dostawców krajowych i zagranicznych.

Dostawcy produktów markowych, do których należą czołowi producenci i importerzy produktów FMCG, w tym wyrobów tytoniowych oraz napojów alkoholowych, są wybierani przede wszystkim w oparciu o ich udziały w rynku, znaczenie danej marki oraz pokrycie poszczególnych segmentów produktów i zróżnicowanie regionalne.

Do głównych dostawców Grupy Eurocash pod względem wartości zakupów należą przede wszystkim producenci papierosów: Philip Morris, British American Tobacco, Imperial Tobacco oraz producenci napojów alkoholowych, w tym przede wszystkim Kompania Piwowarska, Grupa Żywiec oraz grupa CEDC).

Pomimo znaczących obrotów z ww. dostawcami, Grupa Eurocash nie ma dostawców, których udział osiągałby 10% wartości zakupów Grupy Eurocash ogółem.

W trosce o rozwój lokalnej przedsiębiorczości, Grupa Eurocash wspiera również mniejszych, lokalnych dostawców i producentów, pomagając im przetrwać na trudnym rynku.



3.5. Zaangażowanie społeczne

Lokalna społeczność

Jako dystrybutor hurtowy i detaliczny produktów FMCG Grupa Eurocash działa bardzo blisko lokalnych społeczności. Często sklepy klientów bezpośrednich są częścią tej społeczności i biorą udział w jej kształtowaniu. Takie zjawisko występuje w szczególności w mniejszych miejscowościach, gdzie sklep spożywczy nierzadko jest miejscem spotkań i wymiany informacji.

Mając świadomość tych zależności Grupa Eurocash wspiera w zależności od potrzeb lokalnej społeczności działania takie jak: akcje konkursowe dla lokalnych przedszkoli, wydarzenia sportowe, festiwale muzyki.

Tworzenie miejsc pracy i rozwijanie umiejętności

Grupa Eurocash regularnie współpracuje z polskimi uczelniami, w szczególności poprzez bycie partnerem między innymi: Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu. W ramach współpracy organizowane są wykłady otwarte i warsztaty prowadzone przez doświadczonych pracowników Grupy.

W okresie wakacji natomiast już kolejny rok z rzędu Grupa przyjęła do pracy praktykantów. Studenci podjęli pracę w centrali w Komornikach, Warszawie i Błoniu, by przez 2 lub 3 miesiące zgłębiać tajniki pracy danego działu, zdobyć cenne doświadczenia i umiejętności. zostało zatrudnionych W 2014 z programu praktyk letnich skorzystało 22 osoby.

Dodatkowo 35 osób w ramach staży organizowanych we współpracy z Uniwersytetem Ekonomicznym w Poznaniu, współfinansowanych ze środków Unii Europejskiej.

Akademia Przedsiębiorczości

Nowatorskim przedsięwzięciem, jaki Grupa Eurocash proponuje na polskim rynku jest Akademia Przedsiębiorczości. To unikalny na rynku FMCG program, który proponuje młodym, przedsiębiorczym osobom prowadzenie sklepu franczyzowego pod marką Delikatesy Centrum. Gwarantuje zdobycie niezbędnej wiedzy i doświadczenia w prowadzeniu własnego sklepu spożywczego jeszcze przed jego otwarciem. Dzięki niemu przyszły franczyzobiorca Delikatesów Centrum ma ułatwiony start do świata własnego biznesu i znacznie zwiększa swoją szansę na odniesienie sukcesu.

Franczyzobiorca ma zapewnioną pomoc na każdym etapie zakładania i prowadzenia sklepu: kompleksowe wsparcie marketingowe, operacyjne oraz kolejne szkolenia dla właścicieli i pracowników sklepów w programie Akademia Umiejętności Eurocash. Franczyzobiorca Delikatesów Centrum nigdy nie jest sam i zawsze może liczyć na pełne wsparcie.

W roku 2014 w ramach Akademii Przedsiębiorczości przeszkolonych zostało 59 osób, natomiast otwarto 49 nowych sklepów Delikatesy Centrum.

3.6. Środowisko naturalne

Polityka Bezpieczeństwa Żywności w oparciu o standard ISO 22000:2005

W Eurocash S.A. wdrożony i rozwijany jest System Zarządzania Bezpieczeństwem Żywności zgodny z normą ISO 22000:2005, gwarantujący realizację dostaw spełniających wymagania i oczekiwania klientów z zachowaniem podstawowych zasad bezpieczeństwa żywności, w oparciu o specjalistyczną wiedzę i doświadczenie pracowników. Skuteczność działań potwierdza uzyskany 26 listopada 2010 roku certyfikat ISO 22000:2005 w zakresie magazynowania, dystrybucji i sprzedaży hurtowej artykułów spożywczych, wydany przez DEKRA Certification. Ponadto w celu zaspokojenia najwyższych wymagań ze strony swoich klientów Grupa Eurocash wdrożyła w swoich Centrach Dystrybucyjnych w Błoniu i Czeladzi International Food Standard (IFS).

Firma Eurocash S.A. chcąc mieć większy wpływ na jakość produktów marki własnej, utworzyła w 2012 roku Dział Jakości Marki Własnej. Do głównych zadań działu należą przede wszystkim: ocena sensoryczna nowo wprowadzanych produktów, badania wstępne nowych produktów, monitoring jakości istniejących produktów (badania okresowe), współudział w opracowywaniu paszportów i etykiet produktów Marki Własnej oraz kwalifikacja i audyty dostawców.

Segregacja i odzysk odpadów

Grupa Eurocash wprowadziła system segregacji i odzysku odpadów minimalizujący negatywny wpływ na środowisko. W każdej hurtowni znajduje się prasa do ściskania kartonów i folii, która znacznie zwiększa efektywność zapewnienia powierzchni magazynowej oraz załadunkowej samochodów transportujących odpady. Z każdej hurtowni odpady na bieżąco odbierane są przez wyspecjalizowane firmy, które je również ważą i poddają recyklingowi. Liczba odpadów, w celu jej optymalizacji, jest poddana obowiązkowi comiesięcznego monitoringu. Ze strumienia odpadów selekcjonowane jest także szkło, złom stalowy, akumulatorowy, jak również odpadowy toner drukarski oraz zużyte urządzenia elektryczne i elektroniczne. Ponadto w każdej hurtowni znajdują się pojemniki na zużyte baterie, co umożliwia klientom na prawidłowe postępowanie z tym problemowym odpadem. Ilość tych odpadów monitorowana jest i analizowana w celu ich optymalizacji przynajmniej raz do roku.

3.6. Środowisko naturalne

Optymalizacja transportu, a redukcja spalin

W Grupie opracowany i wdrożony został nowoczesny system logistyczny, pozwalający na racjonalne wykorzystanie środków transportu, a tym samym na ograniczenie wpływu przejazdów pojazdów ciężarowych na środowisko. Grupa Eurocash na bieżąco monitoruje trasy przejazdów oraz wyznacza trasy w sposób jak najbardziej efektywny. Środki transportu przewożą towar jednocześnie do kilku miejsc docelowych, co pozwala maksymalnie zoptymalizować powierzchnię załadunkową samochodów ciężarowych. Do przewozu towarów zatrudniane są zewnętrzne firmy transportowe, które z racji swojej skali działalności, są w stanie jak najbardziej zoptymalizować kursy. Dzięki temu samochód ciężarowy obsługiwany przez zewnętrzną firmę, wysłany do miejsca docelowego nie pokonuje drogi powrotnej z zupełnie pustą powierzchnią załadunkową. Firma wyspecjalizowana w usługach transportowych ma możliwość optymalnego wykorzystania samochodów ciężarowych, podczas trasy powrotnej, realizując zamówienia od innych przedsiębiorców. Polityka ta pozwala na znaczą redukcję emisji spalin do środowiska.

paliwa na dany samochód osobowy, wykorzystywany w celach służbowych. Dział Zarządzania Flotą w razie znacznych odchyłeń od ustalonych norm, podejmuje środki mające na celu zidentyfikowanie i wyeliminowanie problemu, przyczyniającego się do większego zużycia paliwa, a co za tym idzie, zwiększonej emisji spalin do środowiska.

Ponadto bieżącemu monitoringowi podlega emisja spalin emitowanych w związku z działalnością pracowników Grupy Eurocash, poprzez wyznaczanie limitów zużycia