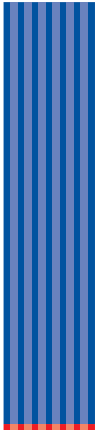


# TESCO dużo więcej niż sklep



## Raport z działań z zakresu społecznej odpowiedzialności

za lata 2002–2005



**TESCO** dużo więcej niż sklep

**Raport  
z działań z zakresu  
społecznej odpowiedzialności**

**za lata 2002–2005**



# Spis treści

Wartości Tesco .....	4
Tesco dużo więcej niż sklep .....	5
1. Dla klientów staramy się bardziej niż ktokolwiek inny .....	6
■ Odpowiadamy na potrzeby naszych klientów .....	6
■ Codziennie niskie ceny .....	8
■ Dlaczego produkty Tesco są tańsze niż inne? .....	8
■ Dodatkowe korzyści dla naszych klientów .....	9
■ Nagroda Srebrny Laur Klienta .....	9
2. Tesco, solidny partner polskich dostawców	
■ Współpracujemy z polskimi dostawcami .....	10
■ Eksportujemy polskie produkty .....	11
■ Dzielimy się wiedzą .....	12
■ Promujemy polskich producentów .....	13
3. Traktujemy pracowników tak jak sami chcemy być traktowani ..	14
■ Szkolenia i kariera .....	14
■ Opinie pracowników się liczą .....	15
■ Związki zawodowe .....	16
■ Praca dla Polaków w Wielkiej Brytanii .....	17
■ Jesteśmy nagradzani jako solidny pracodawca .....	18

4. Działamy dla dobra innych .....	20
■ Jesteśmy częścią lokalnej społeczności .....	20
■ Tesco dla Szkół .....	21
■ Inicjatywy charytatywne i społeczne .....	22
■ Nagroda Ubi Caritas .....	24
■ Pomagamy potrzebującym .....	25
■ Pomagamy rodzinom szukać zaginionych .....	26
■ Program odpowiedzialnej sprzedaży .....	27
5. Troszczymy się o środowisko .....	28
■ Zagospodarowujemy nieużytki .....	28
■ Stosujemy przyjazne środowisku rozwiązania .....	30
■ Oszczędzamy energię i wodę .....	30
■ Tesco chroni przyrodę – studium przypadku .....	31

## Wartości Tesco

W naszych działaniach kierujemy się systemem wartości, który wyznacza sposób prowadzenia naszego biznesu. Jego rdzeniem jest zasada, że traktujemy innych tak, jak sami chcemy być traktowani.

### **Dla dobra naszych klientów staramy się bardziej niż ktokolwiek inny:**

- Rozumieć klientów i dbać o nich najlepiej jak potrafimy,
- Być energicznymi, kreatywnymi i zawsze stawiać potrzeby klienta na pierwszym miejscu,
- Wykorzystywać nasze atuty, aby zapewnić klientom jak najlepszą obsługę,
- Dbać o naszych klientów, dbając o naszych ludzi.

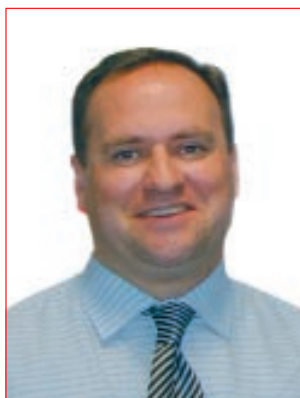
### **Traktujemy innych tak, jak sami chcemy być traktowani:**

- Tworzymy jeden zespół – zespół Tesco,
- Ufamy sobie i szanujemy się nawzajem,
- Dajemy z siebie jak najwięcej,
- Chwalimy częściej niż krytykujemy, prosimy częściej niż nakazujemy,
- Wspieramy się wzajemnie i dzielimy się wiedzą oraz doświadczeniem,
- Pracujemy z radością i cieszymy się naszymi sukcesami.

# wartości

# wartości

# Tesco dużo więcej niż sklep



Szanowni Państwo,

*Firma tak duża jak Tesco, która posiada kilkadziesiąt placówek na terenie całego kraju, zatrudnia ponad 20 000 pracowników i której obroty sięgają miliardów złotych, wywiera silny wpływ na życie związanych z nią społeczności.*

*Tesco jest przede wszystkim placówką handlową i przez większość z Państwa z pewnością tak właśnie jest postrzegane. Jednak dla naszych klientów i pracowników, Tesco to dużo więcej niż sklep. Zasady społecznej odpowiedzialności są dla nas ważne. Jesteśmy przekonani, że zyski i rozwój firmy nie mogą być jedynym celem jej istnienia. Równie ważna jest społeczna użyteczność spółki. Dlatego, każdego dnia staramy się, by korzyści płynące z naszej działalności odczuwali nie tylko klienci i właściciele Tesco, ale całe otoczenie firmy – nasi pracownicy i ich rodziny, dostawcy, partnerzy... Troszcząc się o własny rozwój stymulujemy wzrost gospodarczy regionów, w których działamy i dbamy o ich środowisko naturalne. Nie zapominamy też o potrzebach osób najsłabszych, współpracując z tak uznanymi organizacjami jak Caritas Polska.*

*Publikacja, którą oddajemy w Państwa ręce, zawiera informacje pokazujące sposób, w jaki Tesco rozumie i realizuje zasady społecznej odpowiedzialności biznesu. Przedstawione dane pochodzą z okresu 2002–2005. To pierwsze zestawienie prezentujące osiągnięcia Tesco w tej dziedzinie.*

*Z badań prowadzonych na polskim rynku wynika, że społeczna odpowiedzialność to nie tylko działalność prospołeczna. Od odpowiedzialnych firm ludzie oczekują przede wszystkim realizacji podstawowych celów biznesowych w poszanowaniu zasad etyki. Dlatego w raporcie znajdą Państwo dużo informacji na temat rzetelnego postępowania naszej firmy wobec klientów, pracowników i kontrahentów. Żeby ułatwić Państwu znalezienie najważniejszych informacji podzieliliśmy raport na pięć podstawowych części:*

*Dla dobra klientów staramy się bardziej niż ktokolwiek inny,  
Traktujemy innych tak, jak sami chcemy być traktowani,  
Jesteśmy rzetelnym partnerem polskich dostawców,  
Działamy z korzyścią dla społeczności lokalnych,  
Chronimy środowisko naturalne.*

*Informacje na temat handlu detalicznego będą do Państwa docierać w ograniczonej, często wręcz negatywnej formie. Mając to na uwadze, cieszę się, że mogę przedstawić Państwu fakty odnoszące się do Tesco. Mam nadzieję, iż pozwolą one Państwu poznać nas lepiej i samemu ocenić naszą działalność.*

Kevin Grace

Prezes Tesco Polska

## Dla klientów staramy się bardziej niż ktokolwiek inny

### Czy wiesz, że...?

- Co tydzień sklepy Tesco odwiedza ponad **3 000 000** klientów.
- Prawie wszystkie sklepy Tesco otwarte są **24 godziny na dobę 7 dni w tygodniu**.
- Większość sklepów Tesco oferuje około **50 000** produktów spożywczych i przemysłowych, w tym około **3 000** produktów firmowanych nazwą Tesco.

### Odpowiadamy na potrzeby naszych klientów

Działania Tesco opierają się na szczegółowym poznaniu potrzeb i opinii klientów. Wypełniając formularz „**Tvoja opinia się liczy**” każdy klient może zgłaszać swoje uwagi i pomysły dotyczące funkcjonowania sklepu. Regularnie prowadzimy też badania konsumenckie. Na podstawie ich wyników co roku opracowujemy **plan konsumencki** – dokument wyznaczający działania firmy mające na celu podniesienie satysfakcji naszych klientów i realizację wskazanych przez nich postulatów. Dodatkowo, każdy sklep organizuje **panele konsumenckie**, podczas których kierownictwo sklepów spotyka się ze swoimi klientami, by w bardzo nieformalnej, szczerzej, otwartej rozmowie dyskutować o tym, co można poprawić w funkcjonowaniu danego punktu handlowego.



### Od początku 2005:

- ponad **24 000** klientów wzięło udział w badaniach konsumenckich,
- pracownicy Tesco i ankieterzy poświęcili ponad **800 godzin** na wysłuchanie uwag i opinii klientów,
- przeprowadzono prawie **100 paneli konsumenckich**.

Dzięki podjętym działaniom Tesco może wychodzić naprzeciw zmieniającym się potrzebom i wymaganiom klientów. Oto kilka przykładów:

- **„Potrzebujemy więcej przestrzeni w waszych sklepach”.**  
Usunęliśmy ekspozycje paletowe z głównych alejek.

- **„Zależy nam, by w jednym miejscu można było kupić odżywkę oraz ubranka dla dzieci”.**  
Stworzyliśmy **Świat Dziecka** – jedno miejsce, w którym można znaleźć wszystkie produkty przeznaczone dla dzieci: od zabawek po ubranka i jedzenie.

- **„Chcielibyśmy sprawniej i szybciej znajdować produkty, których potrzebujemy”.**  
Wyraźnie oznaczyliśmy alejki z produktami. Umieściliśmy w widocznym miejscu mapę terenu hipermarketu z podziałami stoisk i zmniejszyliśmy liczbę plakatów i dodatkowych reklam. W każdym hipermarkecie wprowadziliśmy specjalny **Telefoniczny Punkt Informacyjny**, dzięki któremu można zadzwonić do konkretnego działu i zapytać dyżurnego pracownika o poszukiwany produkt.

- **„Chcemy kupować po jak najniższych cenach”.**  
W latach 2001–2005 Tesco obniżyło ceny produktów o ponad **150 000 000 złotych**, gwarantując najniższe ceny na produkty codziennego użytku i utrzymując stale niskie ceny na tysiące produktów najczęściej kupowanych przez klientów.



wygoda

wygoda

## Codziennie niskie ceny

Badania konsumenckie potwierdzają, że najważniejszym kryterium wyboru towaru jest niska cena, dlatego Tesco od kilku lat prowadzi działania mające na celu zagwarantowanie **niskich cen**, przy jednoczesnym utrzymaniu **wysokiej jakości** produktów.

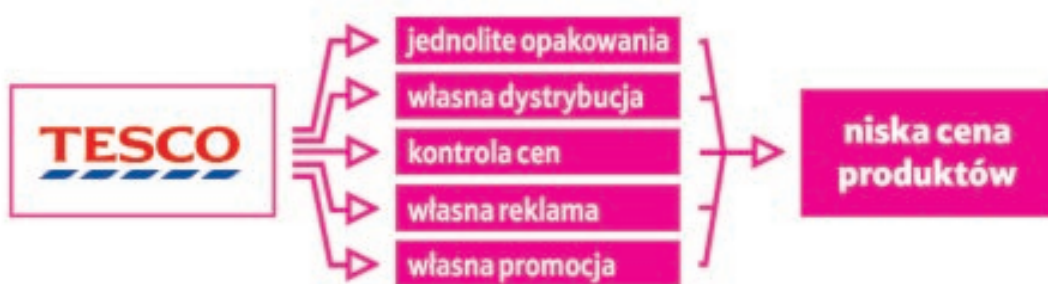
- „**Tniemy ceny**” to realizowany od 2001 roku program stałego obniżania cen. Trzy razy w roku obniżamy ceny kolejnych produktów, które według klientów są najważniejsze i najczęściej przez nich kupowane. W roku 2005 obniżyliśmy ceny prawie 2 000 artykułów o około 10%.
- „**Nigdzie nie kupisz taniej**” – latem 2005 roku wprowadziliśmy akcję, polegającą na zapewnieniu przez Tesco najniższych cen na wybrane kilkadziesiąt podstawowych produktów codziennego użytku. Klientom zapewniliśmy **gwarancję cenową**. Jeśli w tym samym dniu w innym sklepie kupią taniej produkt podobny do objętego gwarancją – Tesco zwróci różnicę w cenie.



## Dlaczego produkty Tesco są tańsze niż inne?

W Tesco wiemy, że ceny nie można obniżyć kosztem jakości. Dlatego wykorzystujemy nasze wieloletnie doświadczenie w organizacji handlu i dystrybucji oraz sprawdzone sposoby pozyskania oszczędności:

- jednolite proste opakowania pozwalają nam zaoszczędzić na kosztach produkcji,
- reklama i promocja produktów – dzięki renomie Tesco współpracujący z nami producenci nie muszą intensywnie reklamować swoich produktów, pozwala to zaoszczędzić do **30 %** ceny produktu,
- długoterminowe umowy – dzięki stałym kontraktom z Tesco nasi sprawdzeni dostawcy mogą produkować długie serie towaru, co prowadzi do obniżenia kosztów jednostkowych produktu.



## Dodatkowe korzyści dla naszych klientów

Tesco to więcej niż sklep. Dlatego co roku wprowadzamy nowości, dzięki którym możemy pełniej zaspokajać potrzeby naszych klientów, ułatwiając im nie tylko zakupy, ale również codzienne życie.

- **Karta kredytowa Tesco** – każdemu może zdarzyć się chwilowy brak gotówki, dlatego wprowadziliśmy kartę, dzięki której za zakupy nie trzeba płacić nawet do **50 dni**. Jeśli klient nie przekroczy terminu spłaty, nie ponosi żadnych dodatkowych kosztów – zapłaci nam tylko za zakupione produkty.
- **Stacje paliw Tesco** – od 2004 roku rozwijamy sieć stacji paliw, które zapewniają naszym klientom codziennie **niskie ceny i wysoką jakość** paliwa, potwierdzoną wynikami badań Państwowej Inspekcji Handlowej przeprowadzonymi w I połowie 2005 roku. Stacje otwarte są 24 godziny na dobę 7 dni w tygodniu.



### Nagroda Srebrny Laur Klienta

Oferowane przez Tesco produkty i usługi cieszą się dużą popularnością i uzyskały ogólnopolskie SREBRNE GODŁO LAUR KLIENTA 2005. Nagroda ta jest dla nas szczególnie cenna, gdyż o jej przyznaniu zdecydowali sami klienci. Badania przeprowadzone zostały przez „Przegląd Gospodarczy” pod opieką merytoryczną Instytutu Gallupa. Tesco zostało wyróżnione jako najlepsza sieć handlu wielkopowierzchniowego.



## Tesco, solidny partner polskich dostawców

### Czy wiesz, że...?

- Tesco współpracuje z **1500** polskimi dostawcami.
- **95%** produktów sprzedawanych w sklepach Tesco pochodzi od polskich producentów i dystrybutorów.

### Współpracujemy z polskimi dostawcami

Tesco wspiera polską gospodarkę. Najważniejszymi partnerami Tesco są małe i średnie polskie firmy. Dzięki nowoczesnej, dobrze zorganizowanej sieci handlowej ich produkty mogą dotrzeć do **milionów klientów** szybko i sprawnie. Najważniejsze korzyści, jakie polscy dostawcy czerpią ze współpracy z Tesco, to przede wszystkim:

- duże i długoterminowe kontrakty,
- wsparcie specjalistów z Tesco przy stałym podnoszeniu jakości produkcji,
- wspólne opracowywanie kampanii marketingowych i nowych produktów,
- możliwość eksportu produktów do sieci Tesco w Europie.

Dzięki tym przewagom Tesco jest pożądanym partnerem w interesach.



*Tesco stawia wysokie wymagania swoim dostawcom. Produkty muszą być tańsze, ale jednocześnie wysokiej jakości. Jako firma dostarczająca świeżą żywność do Tesco musimy być wciąż gotowi na nowe wyzwania. W odpowiedzi na potrzeby klientów Tesco wspólnie wprowadzamy na rynek mnóstwo nowych potraw. Rezultaty naszej współpracy widać najlepiej w dynamicznie rosnących obrotach. Dzięki współpracy z Tesco w ciągu kilku minionych lat z małej lokalnej firmy staliśmy się ogólnopolskim producentem świeżej żywności - mówi Beata Vetulani z firmy Virtu, producent wyrobów garmazeryjnych.*

## Eksportujemy polskie produkty

O korzyściach ze współpracy z siecią Tesco przekonało się już wielu polskich producentów i dystrybutorów. Dostarczają oni swoje towary nie tylko do sklepów w Polsce, ale także eksportują je w ramach sieci do innych krajów Europy Centralnej oraz do Wielkiej Brytanii.

Eksport z firmą Tesco z roku na rok **przynosi coraz więcej korzyści** zarówno producentom, jak i samej sieci:

- **Eksport towarów wyprodukowanych w Polsce** – w latach 2001–2003 polscy producenci wyeksportowali do sklepów Tesco w Wielkiej Brytanii towary o wartości blisko **250 000 000 zł**, w 2004 roku kwota ta sięgnęła **100 000 000 zł**, w 2005 w pierwszym półroczu było to ponad **75 000 000 zł**.
- **Eksport świeżej żywności** – to szczególnie szansa dla polskich producentów. W 2005 roku Tesco wysłało do Wielkiej Brytanii **8 000 ton** warzyw, w tym ponad **7 000 ton** pomidorów, które okazały się prawdziwym hitem. Zanim rozpoczął się eksport pomidorów, brytyjscy specjaliści przeprowadzili gruntowną analizę oraz badania jakości bezpośrednio u dostawców tych warzyw w całej Europie. Polskie pomidory otrzymały najwyższe noty. Anglicy docenili między innymi **wysoki poziom standaryzacji** oraz **konkurencyjną cenę** w stosunku do innych europejskich dostawców.



- **Eksport polskich produktów pod marką własną Tesco** – wartość tego eksportu stale wzrasta. W 2004 roku wyniosła prawie **6 000 000 zł**, a w 2005 roku sięgnęła już **8 000 000 zł**.

# eksport eksport

## Dzielimy się wiedzą

Integracja z Unią Europejską dla polskich producentów wiązała się m. in. z koniecznością dostosowania się do **wysokich standardów** obowiązujących w Unii. Jednym z wymagań było wprowadzenie od 2004 roku we wszystkich przedsiębiorstwach branży spożywczej systemu kontroli produkcji żywności **HACCP**. Wychodząc naprzeciw potrzebom dostawców w latach 2003 i 2004 Tesco, wspólnie z firmą SGS, przeprowadziło specjalne **bezpłatne szkolenia dla dostawców**: „HACCP – System Bezpieczeństwa Żywnościowego”.

Co roku Tesco organizuje **konferencje dla swoich dostawców**. Są one okazją do zdobycia specjalistycznej wiedzy, zapoznania się z globalną i lokalną strategią Tesco dotyczącą współpracy z dostawcami oraz zdobycia informacji o nowych możliwościach rozwoju. Wyróżniający się partnerzy sieci podczas konferencji zostają uhonorowani **nanagrodami „Tesco Value”**.



Doroczna konferencja dostawców Tesco, 8 września 2005, Kraków

W 2005 roku Tesco wyróżniło firmę **Florentyna z Pleszewa** za znaczący wkład w rozwój marek własnych Tesco w Polsce i za granicą. Firma produkująca wyroby ze szkła do końca 2005 roku planuje wyeksportować za pośrednictwem Tesco produkty o wartości prawie 1 500 000 zł. Trafiają one do Wielkiej Brytanii, Czech, na Słowację i Węgry.

*Współpraca z Tesco układa się bardzo dobrze, sieć jest nastawiona na rozwój w oparciu o polskich dostawców ułatwiając nam konkurowanie z dużymi koncernami. Pomimo swojej dużej centralizacji Tesco nie blokuje nam działań lokalnych, chętnie reagując na informacje z rynku – mówi Marek Juraniec, Dyrektor ds. Marketingu z firmy Wawel SA.*

## Promujemy polskich producentów

Tesco promuje polskich producentów i ich produkty. W 2002 roku firma podpisała z **Ministerstwem Gospodarki** porozumienie o współpracy. Tesco zobowiązało się do promocji polskich produktów w swoich sklepach i wykorzystania wieloletniego doświadczenia handlowego w **działaniach na rzecz polskich dostawców** również za granicą.

Od czterech lat firma współpracuje z Fundacją Polskiego Godła Promocyjnego "Teraz Polska". W 2005 roku Tesco rozpoczęło współpracę z Fundacją Dajesz Pracę PL.

Na przełomie maja i czerwca oraz w październiku odbyły się akcje „**Kupując polskie produkty dajesz pracę**”. W tym czasie wszystkie sklepy Tesco, poprzez specjalne plakaty i informacje w gazecie promocyjnej, zachęcały swoich klientów do wybierania polskich produktów. Głównym celem akcji była edukacja konsumentów odnośnie wpływu ich decyzji zakupowych na polską gospodarkę i rynek pracy, a także promocja polskich produktów i ich producentów.

- Wynikiem wspólnych działań był 97% wzrost sprzedaży 30 polskich produktów oznaczonych znakiem „Dajesz Pracę”.

*Szczególnie dobre wyniki sprzedażowe, jakie udało się osiągnąć firmie Wawel SA w ramach wspólnej akcji z Tesco, pokazują potencjał programu „Kupując polskie produkty, dajesz pracę”. Kampania edukacyjna z dodatkowym wsparciem w punktach sprzedaży może przynieść wymierne korzyści producentom. – mówi Robert Okoński, przedstawiciel firmy Wawel SA, której produkty osiągnęły 120% sprzedaży.*

*Tesco jako jedyna sieć wielkopowierzchniowa działająca w naszym kraju otrzymała prawo do używania znaku „Kupując polskie produkty - dajesz pracę”. Argumentem, który przemawia za wyróżnieniem sieci znakiem jest fakt, iż 95 proc. sprzedawanych tam artykułów, zostało wyprodukowanych w Polsce – mówi Jakub Marczyński z Fundacji Dajesz Pracę PL.*



# Traktujemy pracowników tak jak sami chcemy być traktowani

## Czy wiesz, że...?

- Tesco w Polsce zatrudnia ponad **20 000 pracowników**.
- Każdego roku firma tworzy **3 000 nowych miejsc pracy**.
- Ponad **40%** osób zatrudnionych obecnie w hipermarketach Tesco, było zarejestrowanych wcześniej jako **bezrobotni**.
- **11%** wszystkich zatrudnionych to **absolwenci szkół**, dla których praca w Tesco jest pierwszą pracą w życiu.

## Szkolenia i kariera

Tesco zapewnia wszystkim swoim pracownikom możliwości **rozwoju oraz awansu**. Politykę zatrudnienia Tesco wyróżnia prowadzenie rekrutacji wewnętrznej i oferowanie szerokiego zakresu profesjonalnych szkoleń organizowanych przez sieć:

- w latach 2002–2005 awansowano wewnątrznie **80%** kierowników stoisk i kierowników działów oraz **100%** dyrektorów sklepów,
- każdemu pracownikowi zapewniamy bezpłatny pakiet szkoleń, w skład którego wchodzi prawie **50 kursów**,
- średnio każdego roku firma przeprowadza **40 000 szkoleń**.

Dzięki takiej polityce wielu naszych pracowników odniosło sukces zawodowy awansując z pozycji sprzedawcy na kierownika stoiska lub zaczynając od pozycji kierownika stoiska poprzez kierownika działu obejmowali funkcję dyrektora hipermarketu. Najzdolniejszym pracownikom umożliwiamy międzynarodową karierę, oferując im wysokie stanowiska w oddziałach Tesco na świecie.



Maciej Molik – Dyrektor Hipermarketu Tesco w Bielsku-Białej

*Pracę w Tesco rozpocząłem w 1998 jako zastępca kierownika stoiska „Mięso”. Po roku sam zostałem kierownikiem takiego stoiska. Dzięki wewnętrznemu systemowi awansów objąłem stanowisko kierownika działu świeżej żywności. Kolejnym krokiem w zdobywaniu doświadczeń zawodowych był 9-miesięczny staż i szkolenie jako zastępca dyrektora. W 2004 zostałem mianowany dyrektorem hipermarketu Tesco w Bielsku-Białej – mówi Maciej Molik.*

## Opinie pracowników się liczą

Potrzeby naszych pracowników są dla nas ważne, dlatego zachęcamy ich do tego, by dzielili się z nami swoimi uwagami dotyczącymi warunków i atmosfery pracy, możliwości rozwoju, satysfakcji z wykonywanych w Tesco zadań:

- regularnie raz w roku firma przeprowadza badania ankietowe pod nazwą „**Twój Punkt Widzenia**”,
- o ich skuteczności najlepiej świadczy wysoka stopa zwrotu ankiet, w roku 2005 wyniosła ona **92%**,
- **wszyscy pracownicy** mogą zgłaszać uwagi i skargi swoim bezpośrednim przełożonym, kierownikom działów personalnych, a także dyrektorowi sklepu,
- zależy nam na szczerych opiniach, dlatego, aby zapewnić pracownikom poczucie bezpieczeństwa, dajemy im możliwość **anonimowych wypowiedzi**, które można wrzucać do specjalnej skrzynki na korytarzu w biurze sklepu,
- co kwartał w każdym sklepie jest organizowane „**Forum Pracownicze**”, podczas którego grupa reprezentująca załogę sklepu omawia z dyrektorem wszystkie wnioski, opinie i zastrzeżenia składane anonimowo.



# zaufanie

# zaufanie

We wrześniu 2005 roku wprowadziliśmy nowe badanie – Mały Viewpoint. Jest to kwestionariusz zawierający 15 pytań, który wypełnia 1000 losowo wybranych pracowników. Badanie ma na celu sprawdzenie jak pracownicy oceniają realizację zmian zaplanowanych na bieżący rok. Największy wzrost ocen – o 16% – odnotowaliśmy w kategoriach: „Moje zdanie jest cenione” oraz „Ufamy sobie i szanujemy się nawzajem”.

## Związki zawodowe

Na terenie Tesco **swobodnie działają związki zawodowe.**

W lutym 2005 roku Tesco i NSZZ „Solidarność” podpisały umowę na czas nieokreślony – tzw. „Zasady Współpracy”. Jest to kontynuacja dokumentu sygnowanego przez strony w 2002 roku. Było to pierwsze w Polsce porozumienie pomiędzy związkiem zawodowym a siecią hipermarketów. Obecna umowa jest najlepszym świadectwem partnerskich relacji pomiędzy związkami zawodowymi i kierownictwem firmy.

Do głównych postulatów dokumentu należą:

- **współpraca** związku i kierownictwa Tesco we wspólnym wypracowywaniu rozwiązań korzystnych dla pracowników, klientów i pracodawcy,
- wspólne wspieranie prawa i interesów pracowników, klientów i udziałowców Tesco,
- realizowanie postanowień „Zasad Współpracy” poprzez **dialog i partnerstwo**,
- dbanie o dalszy rozwój firmy Tesco, w celu poprawy warunków pracy, tworzenia nowych miejsc pracy oraz umacniania wizerunku Tesco jako **rzetelnej firmy handlowej i dobrego pracodawcy.**



Od lewej: Czesław Grzesiak – Wiceprezes Zarządu Tesco Polska, Kevin Grace – Prezes Tesco Polska, Maciej Jankowski – Zastępca Przewodniczącego NSZZ „Solidarność”



Katarzyna Sawicka – Przewodnicząca Zakładowego Związku Zawodowego NSZZ „Solidarność” w Tesco Polska (po prawej)

*Takie porozumienie to najlepszy sposób na rozmowy między związkiem reprezentującym pracowników a pracodawcą. Pomyślność pracowników zależy zarówno od sytuacji firmy, jak i od jakości dialogu prowadzonego pomiędzy związkiem a pracodawcą – mówi Maciej Jankowski, Zastępca Przewodniczącego NSZZ „Solidarność”.*

## Praca dla Polaków w Wielkiej Brytanii

Wraz z wejściem Polski do Unii Europejskiej w maju 2004 roku przed Polakami otworzyły się nowe możliwości zatrudnienia. W listopadzie 2004 Tesco rozpoczęło program rekrutacji na stanowiska kierowców, pracowników magazynu oraz sprzedawców w sklepach Tesco w Wielkiej Brytanii. Program ten umożliwia Polakom rozwój międzynarodowej kariery zawodowej i zdobycie cennego doświadczenia w pracy poza granicami kraju. O pracę mogą ubiegać się wszyscy zainteresowani, zarówno pracownicy Tesco, jak i osoby niezwiązane z firmą. Do dnia dzisiejszego w programie wzięło udział **ponad 1000 osób** z Polski.

Uczestnikom programu zapewniamy:

- **płace** równe wynagrodzeniom angielskich pracowników,
- możliwość kontynuowania **kariery** w Tesco w Wielkiej Brytanii lub powrotu do kraju i ubiegania się o stanowiska kierownicze,
- **szkolenia**,
- **pomoc w zakwaterowaniu oraz transporcie**, by zmiana miejsca zamieszkania i pracy odbyła się bez zakłóceń.



# doświadczenie

## doświadczenie

*Do pracy w Tesco w Anglii wyjechałem w marcu 2005 roku. Jestem kierowcą ciężarówki i bardzo podoba mi się ta praca. Na początku było trochę trudno, bo nie znałem dobrze angielskiego, jednak parę miesięcy przebywania wśród Anglików bardzo mi pomogło. Teraz nawet myślę, żeby sprowadzić tutaj moją rodzinę. Mieszkam w Milton Keynes – na północ od Londynu, a żonie podoba się to miejsce, bo jest tu bardzo zielono – mówi Zbigniew Wojciechowski (lat 50).*

## Jesteśmy nagradzani jako solidny pracodawca

Polityka personalna Tesco została doceniona przez niezależne gremia, które kilkakrotnie nagradzały nas za wdrażanie zasad społecznej odpowiedzialności w relacjach z pracownikami. Do naszych najważniejszych osiągnięć należą:

- **Tesco najlepszy pracodawca roku 2002 w branży handlowej**

Nagroda ta została przyznana Tesco przez polską edycję tygodnika „Newsweek” w 2003 roku. Tesco zostało ogłoszone najlepszym pracodawcą w branży handlu detalicznego, a w rankingu wszystkich pracodawców uzyskaliśmy czwarte miejsce. W ocenie brano pod uwagę: zadowolenie z wynagrodzenia, możliwość awansu, stabilność zatrudnienia, atmosfera w pracy oraz możliwość wykorzystania własnych umiejętności.

- **Wyróżnienie w konkursie „Lider Zarządzania Zasobami Ludzkimi”**

Konkurs zorganizowany był przez Instytut Pracy i Spraw Socjalnych. Doceniono nas za tworzenie sprzyjającej rozwojowi i przyjaznej atmosfery pracy, a szczególnie za: przejrzystą politykę płacową, programy bezpłatnych szkoleń, działania włączające pracowników w proces kierowania jednostkami handlowymi. Wraz z Wyróżnieniem otrzymaliśmy **Certyfikat Wysokiej Jakości**, który został nam przyznany w 2005 przez Ministra Gospodarki i Pracy za wysoką jakość zarządzania. Jest on potwierdzeniem wysokiego poziomu przedsięwzięć firmy Tesco w dziedzinie inwestowania w kapitał ludzki.



Rozdanie dyplomów „Newsweeka”, Czesław Grzesiak – Wiceprezes Tesco Polska (czwarty od lewej)



Marta Pruska-Zyzak – Dyrektor Personalny Tesco Polska i Wojciech Sokół – Dyrektor Działu Korporacyjnego Tesco Polska odbierają Wyróżnienie w Konkursie „Lider Zarządzania Zasobami Ludzkimi”

■ **Hermes 2005 „Poradnika Handlowca”**

W 2005 roku najpopularniejszy miesięcznik branżowy „Poradnik Handlowca” po raz pierwszy przyznał nagrody Hermesa firmom z sektora handlu i gastronomii. Hermes 2005 w kategorii „Sklepy wielkopowierzchniowe”, został przyznany Tesco za odpowiedzialne i wyróżniające się podejście firmy do własnych pracowników oraz za zaangażowanie sieci w akcje charytatywne i społeczne. Tesco zostało uhonorowane jako najlepsza sieć handlowa w Polsce realizująca zasady Społecznej Odpowiedzialności Biznesu.



Laureaci nagrody Hermesa, Czesław Grzesiak - Wiceprezes Zarządu Tesco Polska (czwarty od prawej)

- W 2005 roku Tesco wzięło udział w konkursie „Pracodawca – organizator pracy bezpiecznej” zorganizowanym przez Państwową Inspekcję Pracy. Hipermarkety Tesco w Bydgoszczy i Włocławku otrzymały z rąk Okręgowego Inspektora Pracy w Bydgoszczy listy gratulacyjne w związku z nominowaniem ich do drugiego, finałowego etapu tego konkursu. Ponadto, kolejnych 7 sklepów (w Lublinie, Krapkowicach, Olsztynie, Łodzi, Krakowie oraz Zielonej Górze) zostało uhonorowanych pamiątkowymi dyplomami.



Spotkanie kierownictwa OIP z kadrą zarządzającą hipermarketu Tesco w Rzeszowie

*Nasz sposób na odpowiedzialne prowadzenie biznesu, to przede wszystkim szacunek dla naszych pracowników i ich rzetelne traktowanie. W dłuższej perspektywie inwestowanie w dobre stosunki pracy opłaca się przede wszystkim pracodawcy, w którego interesie przecież leży rozwój przedsiębiorstwa i utrzymywanie wysokiej efektywności pracy. Jest to możliwe tylko wówczas, gdy pracownicy mają poczucie satysfakcji z wykonywanej pracy i identyfikują się ze swoją firmą. A tak jest właśnie w Tesco – mówi Marta Pruska-Zyzak, Dyrektor Personalny Tesco Polska.*

## Działamy dla dobra innych

### Czy wiesz, że...?

- Tesco prowadzi inwestycje w obszarach dotkniętych **wysoką stopą bezrobocia**, przyczyniając się do ich rozwoju i poprawy warunków życia mieszkańców.
- Co roku firma przekazuje na cele społeczne i charytatywne ponad **2 miliony złotych**

### Jesteśmy częścią lokalnej społeczności

Ważnym elementem obecności Tesco w Polsce jest współpraca z lokalnymi społecznościami. Wszystkie inwestycje naszej firmy powstają w porozumieniu z miejscowymi przedsiębiorcami i przy pełnej akceptacji władz samorządowych. Nie boimy się inwestować w obszarach dotkniętych wysoką stopą bezrobocia. Ponad **20%** naszych sklepów zlokalizowanych jest w powiatach, w których stopa bezrobocia przekraczała **20%**. Dzięki naszej obecności mieszkańcy uzyskali dostęp do nowych miejsc pracy.

Budowa każdego sklepu to również **inwestycje w lokalną infrastrukturę**, taką jak drogi, chodniki, przystanki autobusowe, sygnalizacja świetlna, a czasem nawet całe ulice i wiadukty. Tesco stara się szukać dostawców towarów w najbliższej okolicy. W ten sposób **pobudza lokalną gospodarkę** i pozwala rozwijać się miejscowym małym i średnim firmom. Każdy sklep to również nowe możliwości dla lokalnych usługodawców, łącznie w naszych sklepach działa blisko **1000** punktów usługowych, gdzie znalazło zatrudnienie około **5000** osób.



## Tesco dla Szkół

Tesco troszczy się o rozwój dzieci i młodzieży. Od 2002 roku prowadzimy akcję „Tesco dla Szkół”, której celem jest poprawa wyposażenia szkół w miejscowościach, w których są sklepy Tesco. Od sierpnia do października każdy klient, przy okazji zakupów w Tesco, otrzymuje punkty, które może przyznać swojej ulubionej szkole, wypełniając kupon konkursowy dostępny w każdej kasie. Szkoła, na której konto trafi najwięcej punktów otrzymuje nagrodę główną.

„Tesco dla Szkół” cieszy się popularnością zarówno wśród klientów, jak również mediów i władz lokalnych.

Od 2003 roku nagradzamy nie tylko szkoły, które uzyskały 1. miejsca, ale również te, które zajęły kolejne pozycje.

Do tej pory Tesco nagrodiło **475** szkół w całej Polsce. 103 szkoły otrzymały nowoczesne pracownie komputerowe, 39 szkół – multimedialne pracownie do nauki języków obcych, wyposażone w profesjonalny sprzęt i biurka, a 333 szkoły sprzęt audiowizualny, dydaktyczny i sportowy.

Montażem urządzeń zajęli się specjaliści z Tesco. Łącznie wartość nagród przekroczyła **3 500 000 zł!**

W uroczystościach otwarcia pracowni komputerowych i multimedialnych wzięli udział przedstawiciele władz lokalnych, oświatowych oraz najważniejsi goście, dla których organizujemy tę akcję – uczniowie.



*Jesteśmy bardzo zadowoleni z akcji. Rywalizacja była ostra i zwycięstwa do końca nie byliśmy pewni. Po powrocie z wakacji zajmowaliśmy w klasyfikacji czwarte czy piąte miejsce. Udało się nam jednak zmobilizować rodziców, dzieci, pracowników i sympatyków naszej szkoły – ten wspólny wysiłek przyniósł nam sukces. Rywalizująca z nami szkoła, mająca trzykrotnie więcej uczniów niż nasza, musiała uznać wyższość naszej szkoły – mówi Andrzej Moskal, Dyrektor Szkoły Podstawowej nr 40 w Krakowie.*

## Inicjatywy charytatywne i społeczne

Tesco przywiązuje dużą wagę do wspierania instytucji realizujących społeczne cele, udzielając im niezbędnej pomocy i aktywnie wspierając różne organizacje charytatywne.

### Współpracujemy z Caritas Polska

W Tesco wierzymy, że odnosząc sukcesy biznesowe, nie można zapominać o tych, którym wiedzie się gorzej. Zależy nam na tym, żeby przekazane przez nas pieniądze były wykorzystane z jak największym pożytkiem, dlatego **od 2002 roku współpracujemy z Caritas Polska** – jedną z najbardziej cenionych instytucji charytatywnych. Szczególną troską otaczamy dzieci, dlatego regularnie włączamy się w akcje, których celem jest pomoc najuboższym dzieciom.

- **„Wigilijne Dzieło Pomocy Dzieciom”**. W akcję tę Tesco włączyło się w grudniu 2002. Od tamtej pory uczestniczymy w niej regularnie poprzez organizację na terenie sklepów punktów sprzedaży, w których wolontariusze Caritas mogą sprzedawać tradycyjne świece. Dochód ze sprzedaży w całości przeznaczony jest na pomoc dzieciom.



Wolontariusze z Caritas sprzedają wigilijne świece w Tesco w Olsztynie



Wolontariuszki z Caritas sprzedają wigilijne świece w Tesco w Stargardzie Szczecińskim

*To już kolejny rok gdy sklepy Tesco angażują się w propagowanie i promowanie Wigilijnego Dzieła Pomocy Dzieciom. Dzięki takim instytucjom oraz inicjatywom idea tej akcji rozszerza się, a Caritas może objąć swoją pomocą coraz większą liczbę potrzebujących w naszym kraju – mówi ks. Adam Dereń, Dyrektor Caritas Polska.*

- **Organizacja letniego wypoczynku dla dzieci**

Od 2003 roku Tesco wraz z Caritas Polska organizuje akcje, których celem jest pozyskanie funduszy na wypoczynek letni dla dzieci z ubogich rodzin. Latem 2003 roku akcja przebiegała pod hasłem „**Podziel się kromką chleba**”, w rok później - „**Razem pomóżmy dzieciom**”. Klienci Tesco mogli wesprzeć Caritas, kupując specjalnie zaprojektowane kartki pocztowe. W czerwcu 2005 roku na potrzeby akcji wprowadziliśmy do sprzedaży w warszawskich sklepach specjalne koszulki z napisem **Pokolenie JP2**. W sumie dzięki pomocy Tesco udało się zebrać **150 000 zł**. Pozwoliło to zorganizować dwutygodniowe kolonie, kursy języka angielskiego oraz pierwszej pomocy dla **ponad 5000 dzieci**.



- Będąc częścią społeczności, Tesco stara się reagować na wydarzenia poruszające opinię publiczną. W styczniu 2005 roku w odzwieciu na katastrofę w Azji Południowo-Wschodniej Tesco i Caritas zorganizowały wspólną akcję pomocy ofiarom tsunami. Każdy klient Tesco, przy okazji zakupów, mógł wrzucić datek do skarbonki wolontariuszy Caritas. Dochód, jaki udało się uzyskać – **ponad 20 000 zł** – został przekazany na zakup żywności, wody, lekarstw, sprzętu medycznego, materiałów opatrunkowych i preparatów odkażających, a także odzieży i namiotów.

# wrażliwość

# wrażliwość

- Chcemy nie tylko sami pomagać, ale również przyczynić się do popularyzacji idei pomocy organizacjom realizującym ważne społecznie cele. Dlatego w marcu 2005 roku Tesco zorganizowało akcję informacyjną „Zdecyduj sam, 1% dla Caritas w Polsce”. Celem akcji było zwrócenie uwagi klientów sklepów Tesco na możliwość przekazania 1% swojego podatku na rzecz Caritas w Polsce. Ulotki informujące o tym jak to zrobić znajdowały się we wszystkich sklepach, a także na stojakach z gazetkami Tesco. Akcja komunikowana była także poprzez gazetkę promocyjną i duże plakaty umieszczone nad kasami. Tesco prowadziło również kampanię informacyjną wśród swoich pracowników.

### Nagroda Ubi Caritas

Trzy lata współpracy Tesco z Caritas Polska i wszystkie wspólne inicjatywy najlepiej podsumowuje przyznana nam nagroda „Ubi Caritas”. Za zaangażowanie w działalność charytatywną i wsparcie Caritas Polska, zostaliśmy wyróżnieni w kategorii „sponsoring”. Obok uśmiechu dzieci, którym udało się pomóc dzięki naszemu zaangażowaniu, jest to dla nas najcenniejsza nagroda.



Po lewej: Artur Kozłowski, Dyrektor Biura Polonijnego w Kancelarii Senatu RP, po prawej: Kevin Grace, Prezes Tesco Polska, z tyłu: ks. Adam Dereń, Dyrektor Caritas Polska

*Podziękowania za to wyróżnienie należą się oczywiście Szanownej Kapitulie Nagrody, ale też wszystkim pracownikom i klientom Tesco, którzy przez swoje zaangażowanie pomogli zgromadzić środki dla tych, którzy tego najbardziej potrzebowali – mówi Kevin Grace, Prezes Tesco Polska.*

## Pomagamy potrzebującym

W swojej działalności Tesco kieruje się hasłem „Dla Ciebie, dla Rodziny”, dlatego wśród naszych działań charytatywnych nie mogło zabraknąć akcji skierowanych do rodzin w trudnej sytuacji.

Od pięciu lat Tesco regularnie współpracuje z **Federacją Polskich Banków Żywności**.

- Co roku wszystkie sklepy przyłączają się do świątecznej zbiórki żywności, która tradycyjnie odbywa się w ostatni weekend listopada.
- W czasie trwania akcji wolontariusze Banków Żywności zbierają podarowane przez klientów produkty spożywcze, które później trafiają do osób potrzebujących.
- Średnio w sklepach Tesco pozyskuje się około 7,5% ogólnopolskiej zbiórki artykułów spożywczych. W 2005 roku wolontariusze Banków Żywności zebrali w sklepach Tesco prawie 31 ton artykułów na potrzeby akcji.



Aktor Cezary Żak podczas oficjalnego otwarcia Świątecznej Zbiórki Żywności w Tesco w Warszawie

*Cieszymy się, że co roku zbiórka obejmuje swoim zasięgiem coraz więcej sklepów Tesco. Owoce współpracy z tak dużą siecią pozwala wolontariuszom Banków Żywności na pozyskiwanie znaczącej ilości produktów, a tym samym pomoc coraz większej liczbie potrzebujących – mówi Marek Borowski, Prezes Federacji Polskich Banków Żywności.*

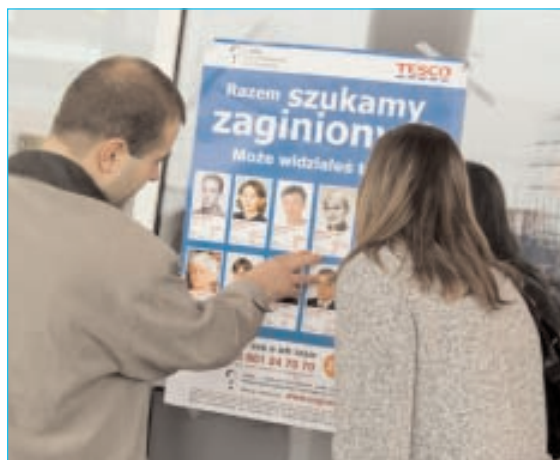
## Pomagamy dzieciom

Od 2003 roku Tesco pomaga tworzyć oraz wspiera rodzinne domy dziecka poprzez współpracę z Fundacją Na Rzecz Prawa Dziecka Do Życia W Rodzinie. W ciągu ostatnich trzech lat dzięki wspólnym działaniom Fundacji i Tesco został powołany do życia m. in. Rodzinny Dom Dziecka w Rakowie, objęto pomocą Rodzinne Domy Dziecka w Krakowie, Warszawie oraz w czterech podwarszawskich miejscowościach.

## Pomagamy rodzinom szukać zaginionych bliskich

Ważnym problemem, dotyczącym co roku ponad 20 000 polskich rodzin, są zaginięcia bliskich osób. Około 25% wszystkich przypadków stanowią zaginięcia osób młodych, w wieku od 13 do 17 lat. W trosce o rodziny zaginionych w 2005 roku Tesco nawiązało współpracę z Centrum Poszukiwań Ludzi Zaginionych ITAKA – jedyną w Polsce instytucją zajmującą się całościowo problemem zaginięć.

Liczba zaginięć młodzieży gwałtownie rośnie w okresie letnim i jesiennym. Z tego względu pierwsze akcje „Razem szukamy zaginionych” odbyły się w lipcu i październiku. We wszystkich sklepach Tesco rozwieszono plakaty ze zdjęciami osób zaginionych w wieku od 15 do 27 lat, ich rysopisami oraz numerem całodobowego telefonu do ITAKI. Akcja skierowana do klientów i pracowników Tesco znacznie zwiększyła zasięg informacji o zaginionych osobach.



Zdjęcie artykułu Gazeta Wyborcza Trójmiasto, 09.07.2005

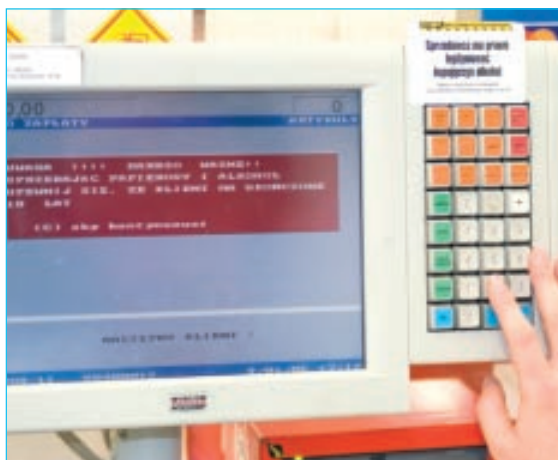
*Przypadki już trzech osób, których wizerunki były na plakatach, zostały wyjaśnione, dlatego też zamierzamy nadal prowadzić akcję plakatową i co miesiąc publikować nowe zdjęcia. Jesteśmy przekonani, że klienci i pracownicy Tesco będą nadal angażować się w poszukiwania osób zaginionych – mówi Andrzej Pietrucha, Szef Działu Komunikacji Fundacji ITAKA.*

*To bardzo dobry pomysł. W takiej sytuacji należy wykorzystywać wszelkie sposoby, by przyczynić się do odnalezienia zaginionych. Być może dzięki temu plakatowi któraś z matek będzie się cieszyć powrotem dziecka do domu – mówi Izabela Lipińska, klientka Tesco – Dziennik Łódzki, 8.07.2005.*

## Program Odpowiedzialnej Sprzedaży

W odpowiedzi na rosnący problem sięgania po używki przez osoby niepełnoletnie w Polsce wprowadzono program odpowiedzialnej sprzedaży: „**STOP 18, nie sprzedajemy wyrobów tytoniowych nieletnim**” oraz kampanię społeczną „**Alkohol – nieletnim dostęp wzbroniony**”. Tesco aktywnie włączyło się w obie akcje.

- Kasy zostały dodatkowo **oznakowane naklejkami** o treści „Alkohol – nieletnim dostęp wzbroniony” oraz „STOP 18, nie sprzedajemy wyrobów tytoniowych niepełnoletnim”.
- Duży nacisk położyliśmy na **szkolenia sprzedawców** oraz dystrybucję materiałów edukacyjnych i informacyjnych wewnątrz firmy.
- Na potrzeby programu zostało **zmodyfikowane oprogramowanie w kasach**. W momencie użycia czytnika przy sprzedaży alkoholu lub papierosów, wyświetlane jest przypomnienie o konieczności sprawdzenia dowodu tożsamości klienta, którego wiek budzi wątpliwość.



*Zaangażowanie sieci handlowych, takich jak Tesco, zwiększy liczbę sprzedawców, którzy nie będą sprzedawali wyrobów tytoniowych nieletnim. Z naszych badań różnych punktów sprzedaży wynika, że w ubiegłym roku w pięciu badanych miastach liczba sprzedawców, którzy odmawiają sprzedaży, jeśli klient nie chce okazać dokumentów potwierdzających pełnoletność, wzrosła średnio z 10% do 15%. To oznacza, że nasza akcja przynosi wymierne efekty, chociaż dużo jeszcze pozostaje do zrobienia – mówi Andrzej Godewski, Koordynator Programu Odpowiedzialnej Sprzedaży „STOP 18”.*

## Troszczymy się o środowisko

### Czy wiesz, że...?

- Wszystkie hipermarkety Tesco spełniają **wysokie standardy ochrony środowiska**.
- Co roku Tesco odzyskuje folię i makulaturę. W 2005 roku odzyskano **13 000 ton makulatury i 1 300 ton folii**. Obecnie firma planuje zwiększyć odzysk o 10%.

### Zagospodarujemy nieużytki

Dbłość o środowisko naturalne jest jedną z kluczowych zasad Tesco i wyraża się w każdym aspekcie naszej działalności – od planowania inwestycji aż po obsługę klienta. Tesco kładzie szczególny nacisk na to, by budowa sklepów była jak najmniej uciążliwa dla środowiska naturalnego i aby lokalnym mieszkańcom przyniosła same korzyści. Każdy teren badany jest z punktu widzenia oddziaływania na środowisko:

- emisji zanieczyszczeń,
- odpadów, hałasu,
- zużycia energii,
- wpływu na wody gruntowe.

Specjaliści od znajdowania nowych lokalizacji w pierwszej kolejności rozpatrują tereny, które można poddać rewitalizacji – nieużytki, tereny poprzemysłowe, wysypiska. Ich zagospodarowanie pozwala na przywrócenie równowagi okolicznej przyrodzie, w niektórych miejscach zdewastowanej. Często przyczynia się również do pozyskania nowych inwestorów, pobudzając lokalną gospodarkę.



Inwestycja Tesco w Żywcu – zmodernizowana i odrestaurowana prądnica w przedwojennym tartaku w Żywcu

- Inwestycja w **Krakowie** zmieniła teren miejskiego wysypiska śmieci w nowoczesne centrum handlowe.
- Budowa hipermarketu w **Bydgoszczy** przyniosła miastu nowy węzeł komunikacyjny i rozwiązała problem zagospodarowania terenów poprzemysłowych.
- Hipermarket Tesco w **Rudzie Śląskiej** powstał na zniszczonych terenach po hałdach kopalnianych. Teren ten był nieuzbrojony i nie miał żadnych dróg wewnętrznych. Przebudowany został układ drogowy, doprowadziliśmy wodociąg oraz kanalizację ściekową. Dzięki temu teren ten stał się atrakcyjny także dla inwestorów.
- Przy budowie sklepu w **Gorzowie Wielkopolskim** oczyściliśmy teren byłego poligonu wojskowego z niewypałów i niewybuchów.
- Centrum handlowe Tesco w Łodzi przy ulicy Pojezierskiej powstało na zniszczonych terenach po starym zakładzie prefabrykacji elementów betonowych i żelbetonowych. Oczyściliśmy teren z ruin, usunęliśmy ogromne ilości ziemi skażonej olejami i benzynami po starej stacji benzynowej. Tesco wybudowało studzienki do kontroli czystości wód gruntowych. Stała obserwacja potwierdza, że wody są czyste.



Inwestycja Tesco w Rudzie Śląskiej



Inwestycja Tesco w Krakowie

Maksymalne zagospodarowanie terenów poprzemysłowych jest ważnym celem polityki ekologicznej państwa w zakresie ochrony gleb. W kwietniu 2003 roku Rada Ministrów przyjęła dokument opracowany przez Departament Polityki Ekologicznej Ministerstwa Środowiska „Założenia programu rządowego dla terenów poprzemysłowych”. Strategicznym celem programu jest „Stworzenie warunków i mechanizmów dla zagospodarowania terenów poprzemysłowych zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju”.

## Stosujemy przyjazne środowisku rozwiązania

Tesco przywiązuje dużą wagę do tego, by stosowane w sklepie rozwiązania były przyjazne środowisku i spełniały normy europejskie. Niektóre z naszych technologii znacznie wyprzedzają standardowe rozwiązania rynkowe. Przykładem może być użyta w magazynie centralnym dla świeżej żywności, technologia chłodnicza wykorzystująca **naturalny czynnik chłodniczy – amoniak**. Jako naturalny składnik powietrza, amoniak nie wywiera negatywnego wpływu na środowisko – nie przyczynia się do powiększania dziury ozonowej ani efektu cieplarnianego.

## Oszczędzamy energię i wodę

Tesco stosuje wiele rozwiązań pozwalających na **oszczędność energii i wody**. W naszych sklepach stosujemy strefowe oświetlenie, urządzenia do zmiany częstotliwości prądu w wentylatorach wyciągowych, czujniki ruchu oraz czujniki zmierzchowe i wiele innych.

W naszym centrum dystrybucji w Teresinie koło Warszawy stworzyliśmy specjalną myjnię dla samochodów z **zamkniętym obiegiem wody**. Miesięcznie w myjni czyści się 900 naczep, wykorzystując przy tym zaledwie 2000 litrów wody. Gdyby mycie nie odbywało się w obiegu zamkniętym, każdorazowe czyszczenie jednej naczepy pochłaniałoby 400 litrów wody, co oznaczałoby miesięcznie zużycie 360 000 litrów wody.

Ważnym zagadnieniem dla firmy handlowej jest transport towarów. Dzięki centrum dystrybucyjnym udało się nam **ograniczyć liczbę dostaw** do każdego sklepu sieci ze 100 do 3 dziennie. Zmniejszyło to ilość ciężarówek na drogach, a tym samym hałas i emisję spalin.



Wnętrze nowoczesnego centrum dystrybucji Tesco w Teresinie koło Warszawy



Myjnia dla naczep z zamkniętym obiegiem wody w centrum dystrybucji Tesco

## Tesco chroni przyrodę – studium przypadku

W 2002 roku podczas budowy supermarketu Tesco w Bielsku-Białej okazało się, że wybrany przez nas plac zamieszkują kumaki górskie – niewielkie płazy, w Polsce występujące rzadko i objęte ochroną. Wzmożony ruch kołowy przy supermarkecie stanowił dla nich zagrożenie. Dlatego wraz z miejscowymi ekologami z **Klubu Gaja** podjęliśmy starania o przeniesienie kumaków w bezpieczne miejsce. Ochotnicy z Klubu wyłapali kumaki i przewieźli je do Komorowic, gdzie mają odpowiednie warunki do życia - podmokłe tereny, rzeczki i stawy. Dzięki szybkiemu podjęciu akcji udało się uratować prawie 100 tych rzadkich płazów. Klub Gaja po raz pierwszy przeprowadził taką akcję wspólnie z hipermarketem. W dalszych pracach budowlanych kierowaliśmy się wskazówkami ekologów, by nasza inwestycja była jak najbardziej przyjazna środowisku.



Zdjęcie artykułu „Kronika Beskidzka”, 21.02.2002

# troska

# troska

*Kumaki to bardzo cenne stworzenia i dobrze się stało, że dzięki wspólnej pracy Klubu Gaja i Tesco udało się je uratować. Zrobili wszystko tak, jak prosiliśmy. Np. brzegi potoku obłożyli wikliną, a nie betonowymi płytkami. Na naszą prośbę zostawiono nawet dolinkę z drzewami. Stoí dokładnie na środku sklepowego parkingu – mówi Jacek Bożek, Prezes bielskiego Klubu Gaja.*

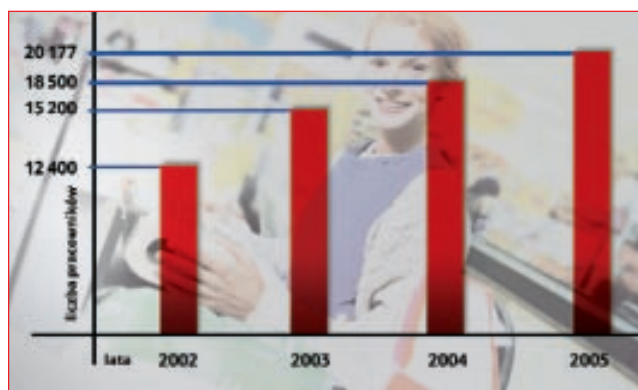


Mapa Polski z lokalizacjami sklepów Tesco

# Główne informacje o Tesco w Polsce

1. Tesco rozpoczęło swoją działalność w Polsce w 1995 roku.
2. Pierwszy sklep firmy został otwarty w 1998 roku we Wrocławiu.
3. Pod marką Tesco obecnie działa 65 sklepów, 15 stacji benzynowych oraz 2 centra dystrybucyjne (stan na dzień 31.12.2005).
4. Do sieci Tesco należy także 31 supermarketów Savia oraz 9 sklepów Julius Meinl.
5. Grupa Tesco zatrudnia ponad 20 000 pracowników.
6. Według PAIlZ Tesco to największy brytyjski inwestor w kraju.
7. Obroty grupy Tesco w za rok 2004 wyniosły ponad 4,5 miliarda zł.
8. Tesco płaci wszystkie wymagane prawem podatki centralne i lokalne. W 2004 roku grupa Tesco (Tesco i Savia) łącznie zapłaciła ponad 188 000 000zł podatków. Grupa szacuje, że suma zapłaconych podatków w 2005 roku przekroczy wartość 270 000 000 zł.

Zatrudnienie w Tesco



Obroty Tesco

