



FILAR 01 Zrównoważony styl życia

Ułatwiamy klientom zmianę ich codziennych nawyków na lepsze dla nich i dla planety.



1.1 Dobre żywienie

	Wynik 2021	Status 2021
Podwojenie sprzedaży produktów marki własnej promujących zrównoważony styl życia do 2025 r.	218 mln +99 mln vs. 2020	●
Redukcja zawartości soli o 10% do 2023 r.	0,7g/100g -0,3g vs. 2020	●
Redukcja zawartości cukru o 10% do 2023 r.	7,4g/100g +1,4g vs. 2020	○
Wzrost udziału w sprzedaży produktów marki własnej bez konserwantów do 75% do 2023 r.	73,7% +4,7pp vs. 2020	●
Wzrost udziału w sprzedaży roślinnych produktów marki własnej do 20% do 2023 r.	26,3% +10,3pp vs. 2020	●
Wzrost udziału w sprzedaży produktów marki własnej promujących zrównoważony styl życia do 35% do 2023 r.	32,9% +3,2pp vs. 2020	●
100% produktów marki własnej gotowej do spożycia lub podgrzania oznaczonej Nutri-Score do 2023 r.	16,3% +16,3pp vs. 2020	●
50% produktów marki własnej gotowej do spożycia lub podgrzania oznaczonej Nutri-Score A lub B do 2023 r.	11,6% +11,6pp vs. 2020	●

Wszystkie wskaźniki z obszaru dobrego żywienia są zgodne z oczekiwaniami, za wyjątkiem wzrostu zawartości cukru na 100 gram produktu. Wynika to z wprowadzonych produktów linii Haps, czyli bakalii w czekoladzie, które istotnie wpływają na wartość tego wskaźnika. Produkty te będą podlegały dalszym analizom w ramach programu reformulacji. Rozpoczęliśmy również wprowadzenie systemu oznaczenia Nutri-Score na produktach marki własnej gotowych do spożycia lub podgrzania. Na koniec 2021 roku oznaczyliśmy ponad 16% produktów. Blisko 12% produktów miało Nutri-Score A lub B.

1.2 Przeciwdziałanie marnowaniu żywności

	Wynik 2021	Status 2021
-25% współczynnik strat żywności w operacjach własnych i sklepach do 2025 r.	1,7% +0,1pp vs. 2020	○
Zagospodarowanie min. 50% niesprzedanej żywności w operacjach własnych do 2025 r.	32% -1pp vs. 2020	○

Dostrzegamy rosnące wyzwanie związane z wpływem szybkiego wzrostu sieci na poziom marnowanej żywności. Rozpoczęliśmy prace nad długoterminową strategią minimalizacji strat żywności – w 2021 roku uruchomiliśmy pilotaż Dobrej Paczki – rozwiązania oferującego, za pomocą aplikacji Żappka, pełnowartościowy produkt z bliskim terminem przydatności do spożycia za połowę ceny.

1.3 Usługi ułatwiające zrównoważony styl życia

	Wynik 2021	Status 2021
Wzrost NPS klienta o 2 pkt co roku, do 2025 r.	50 +2 pkt vs. 2020	●
Zwiększenie liczby użytkowników aplikacji	8 mln +4,2 mln vs. 2020	●
5 nowych usług wspierających zrównoważony styl życia co roku do 2023 r.	9 +4 vs. 2020	●

Działania w obszarze rozwoju rozwiązań convenience przyniosły oczekiwane rezultaty: pozytywne doświadczenia zakupowe, bogata oferta dostosowana do potrzeb klientów, nowoczesne kanały sprzedaży i komunikacji, a także strategiczne podejście do zrównoważonego rozwoju wpłynęły na wzrost poziomu zadowolenia klientów o 2 pkt w stosunku do 2020 roku.

Oznaczenia: ○ nie zrealizowano założeń na 2021 r. ○ częściowo zrealizowano założenia na 2021 r. ● zrealizowano założenia na 2021 r.