ŚNIEŻKA SA

ŚNIEŻKA TRADE OF COLOURS

ZIELONY MA ZNACZENIE

Strategia Zrównoważonego Rozwoju Śnieżki 2023+

Spis treści

WPROWADZENIE 4
ZARZĄDZANIE ZRÓWNOWAŻONYM ROZWOJEM 5
REALIZACJA STRATEGII 7
FILARY I OBSZARY STRATEGII 8

FILAR I: ŚRODOWISKO 10

OBSZAR: ODPOWIEDZIALNOŚĆ ZA PRODUKT 12
OBSZAR: ODPOWIEDZIALNE ZAKUPY 14
OBSZAR: ZARZĄDZANIE WPŁYWEM NASZEJ DZIAŁALNOŚCI NA ŚRODOWISKO I KLIMAT 16

FILAR II: LUDZIE 20

OBSZAR: ZAANGAŻOWANIE I ROZWÓJ PRACOWNIKÓW 21
OBSZAR: BEZPIECZEŃSTWO I HIGIENA PRACY 24
OBSZAR: ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE 26

FILAR III: BIZNES 28

OBSZAR: COMPLIANCE 30
OBSZAR: CYBERSECURITY 32
OBSZAR: ZARZĄDZANIE RYZYKIEM 33
ANEKS 34

WPROWADZENIE

Strategia zrównoważonego rozwoju Śnieżki 2023+ (Strategia) prezentuje wizję zarządzania zrównoważonym rozwojem Śnieżki w perspektywie najbliższych lat, odnosząc ją do naszego modelu biznesowego. Jest odpowiedzią na rosnącą świadomość i oczekiwania konsumentów oraz partnerów biznesowych. Wynika z potrzeby dostosowania się do dynamicznych zmian rynkowych oraz nowych albo znajdujących się na końcowym etapie projektowania regulacji prawnych[1].

Strategia zrównoważonego rozwoju Śnieżki 2023+ to efekt wielomiesięcznych analiz i prac angażujących Zarząd, wyższą kadrę menedżerską i pracowników. Uwzględnia ona także oczekiwania naszych interesariuszy – w tym klientów, pracowników i akcjonariuszy.

Strategia jest również kolejnym etapem rozwoju i profesjonalizacji naszych działań, w tym w obszarach zarządczym, ochrony środowiska, pracowniczym, społecznym oraz relacji inwestorskich.

Zrównoważony rozwój wymaga od nas tego, abyśmy w naszych codziennych działaniach uwzględniali wpływ, jaki wywieramy na otoczenie i środowisko naturalne. Odpowiedzialne wdrożenie takiego podejścia do prowadzenia biznesu wymaga szeroko zakrojonych prac poszczególnych pionów i działów oraz zaangażowania naszych partnerów biznesowych (dostawców, odbiorców itd.).

Z tego powodu niniejsza Strategia jest strategią transformacji. Oznacza to, że w okresie przejściowym, tj. najbliższych kilku lat, poza realizacją wyznaczonych celów strategicznych i operacyjnych, równolegle będą się toczyć dalsze intensywne prace analityczne i wdrożeniowe, które pozwolą na rzetelne wyznaczenie kolejnych etapów zrównoważonego rozwoju Śnieżki.

Strategia została opracowana dla FFiL Śnieżka SA (spółka dominująca) oraz Śnieżka Trade of Colours sp. z o.o., które pełnią kluczowe role w obecnym modelu operacyjnym Grupy Śnieżka.

Docelowo zostanie nią objęta cała Grupa Kapitałowa Śnieżka, tj. wszystkie spółki w Polsce i za granicą wchodzące w jej skład.

1 projekt Dyrektywy CSRD dot. raportowania przez przedsiębiorstwa zagadnień dotyczących zrównoważonego rozwoju, Taksonomia UE oraz Rozporządzenie SFDR.

Proces opracowania Strategii

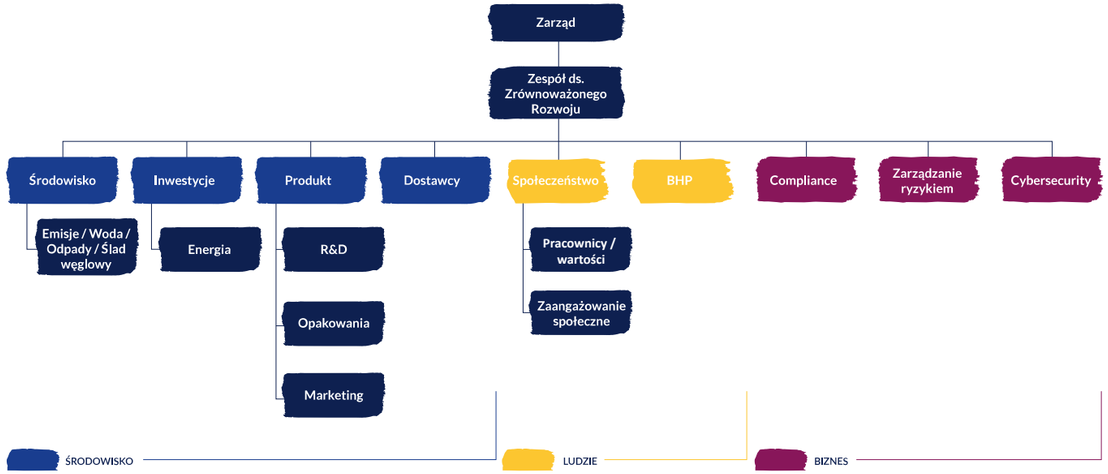
więcej: patrz Aneks

ZARZĄDZANIE ZRÓWNOWAŻONYM ROZWOJEM

Struktura zarządzania

W ramach procesu opracowywania **Strategii Zrównoważonego Rozwoju Śnieżki 2023+** stworzyliśmy schemat pokazujący, które jednostki organizacyjne w Śnieżce pełnią kluczową rolę w realizacji Strategii.

Struktura zarządzania zrównoważonym rozwojem w Śnieżce jest następująca:



Na tej bazie Zarząd firmy powołał wewnętrzny interdyscyplinarny **Zespół ds. Zrównoważonego Rozwoju**, składający się z członków kierownictwa najwyższego szczebla, którzy reprezentują obszary kluczowe dla realizacji Strategii. Zespół stanowi platformę dialogu wewnątrz organizacji w zakresie zrównoważonego rozwoju. Pełni również funkcję konsultacyjno-doradczą dla Zarządu w zakresie działań ESG i odpowiada za realizację celów Strategii oraz raportowanie danych niefinansowych.

Manager ds. ESG kieruje pracami Zespołu ds. Zrównoważonego Rozwoju i zapewnia systematyczny monitoring realizacji Strategii. Ponadto gwarantuje, zarządza i usprawnia wdrażanie zasad ESG oraz odpowiada za sprawozdawczość Śnieżki w zakresie zrównoważonego rozwoju na potrzeby przygotowania raportów giełdowych.

Raportowanie

Śnieżka raportuje dane niefinansowe w oparciu o przeprowadzoną analizę istotności. Dane te są raportowane w postaci wskaźników własnych tworzonych w oparciu o standard GRI. Przygotowujemy się do raportowania zgodnie z nową dyrektywą CSRD.

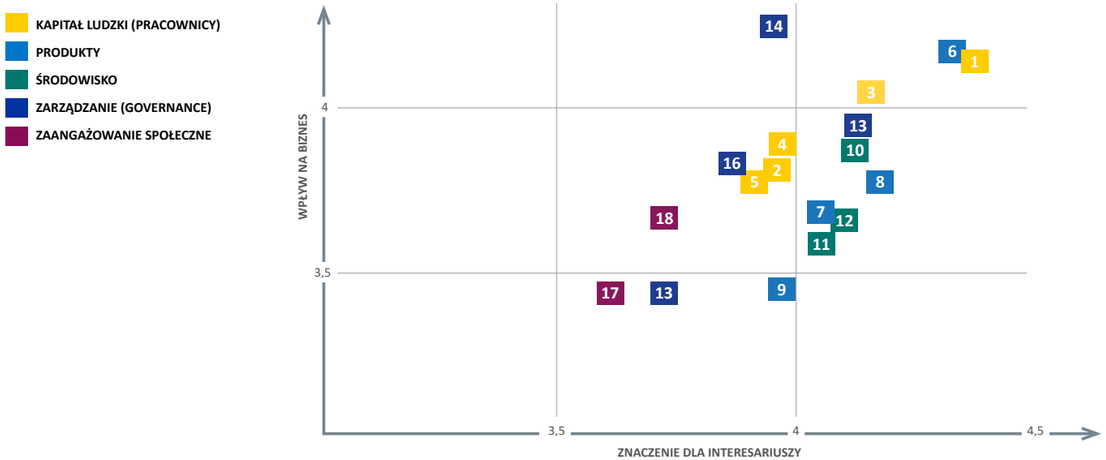
Nasi interesariusze

W ramach prac nad Strategią dokonaliśmy pogłębionej oceny oraz rewizji naszej mapy interesariuszy. Podczas warsztatu strategicznego z dyrektorami oraz Zarządem Śnieżki – w oparciu o przygotowaną wcześniej listę kluczowych grup interesariuszy – przeprowadziliśmy proces dialogu społecznego i na jego podstawie opracowaliśmy analizę wpływu i zainteresowania.

Realizacja dialogu umożliwiła także opracowanie tzw. matrycy istotności. To schemat, który prezentuje jednocześnie, które kwestie są kluczowe (w ocenie interesariuszy) dla zrównoważonego rozwoju Śnieżki, a które my oceniamy jako istotne dla długofalowego rozwoju i budowania wartości przez naszą organizację. W trakcie dialogu dodatkowo pozyskaliśmy szereg pogłębionych opinii i oczekiwań interesariuszy. Elementy te stanowiły jedną z podstaw określenia celów strategicznych i operacyjnych w ramach niniejszej Strategii.

Wśród kluczowych kwestii ESG interesariusze zewnętrzni wymienili zarówno aspekty pracownicze, produktowe, jak i środowiskowe. Poniżej prezentujemy TOP 5 kwestii ESG o największym wpływie na biznes:

- Dbałość o bezpieczeństwo i higienę pracy.
- Bezpieczny skład produktów.
- Równe traktowanie i poszanowanie różnorodności.
- Gospodarka odpadami (aspekt środowiskowy o najwyższym wpływie na biznes).
- Etyka biznesu: uczciwe praktyki konkurencyjne oraz zapobieganie korupcji i nadużyciom.



W celu efektywnej realizacji Strategii, do każdego z priorytetowych obszarów przypisaliśmy:

- **Odpowiedzialność** – na poziomie konkretnej jednostki organizacyjnej.
- **Cele strategiczne** – określające wizję i nadrzędny cel w danym aspekcie.
- **Cele operacyjne** – odnoszące się do poszczególnych celów strategicznych, będące konkretnymi działaniami do realizacji, określonymi w czasie, posiadającymi przypisane mierniki ilościowe bądź jakościowe.

Poziom realizacji celów (w tym sukcesy i wyzwania w danym obszarze) będzie monitorowany i prezentowany Zarządowi Śnieżki podczas cyklicznych spotkań statusowych. Weryfikacja realizacji celów będzie odbywać się w cyklu rocznym.

Pomocniczo do każdego z obszarów priorytetowych przypisaliśmy kluczowe wskaźniki Global Reporting Initiative (GRI) odnoszące się do danego zagadnienia. Standardy GRI stanowią uznany międzynarodowy standard raportowania zagadnień zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnego biznesu.

Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ

Wprowadzając w życie założenia nowej strategii, realizujemy wybrane Cele Zrównoważonego Rozwoju. Dzięki temu stajemy się częścią inicjatywy globalnej, dążącej do poprawy jakości życia społeczności i przeciwdziałania negatywnym skutkom zmiany klimatu. Śnieżka włącza się również w realizację poniższych 5 spośród 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ na 2030 rok.

Strategia w liczbach

3 FILARY: ŚRODOWISKO, LUDZIE I BIZNES

9 OBSZARÓW PRIORYTETOWYCH

21 CELÓW STRATEGICZNYCH

71 CELÓW OPERACYJNYCH

WSPIERA 5 CELÓW ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

FILARY
I OBSZARY STRATEGII

W Śnieżce wierzymy, że kolory mają znaczenie, a kolor zielony w sposób symboliczny wyraża nasze przywiązanie do działań zgodnych ze zrównoważonym rozwojem. 3 filary, 9 obszarów priorytetowych, 21 celów strategicznych i 71 celów operacyjnych. Tymi liczbami można podsumować **Strategię Zrównoważonego Rozwoju Śnieżki 2023+**.

FILAR I: ŚRODOWISKO

Jesteśmy odpowiedzialni za wpływ naszej działalności na środowisko i klimat

Odpowiedzialność za produkt w jego cyklu życia jest na stałe wpisana w DNA naszego modelu biznesowego. Począwszy od pomysłu, przez analizy badawczo-rozwojowe, dobór dostawców i proces zakupowy, kontrolę jakości, produkcję, sprzedaż oraz komunikację i finalnie – użytkowanie.

Wpływ na środowisko, a także zdrowie i bezpieczeństwo użytkowników oceniamy już na etapie projektowania produktu i określania składu recepturowego. Starannie dobieramy surowce w oparciu o specyfikację, wpływ na otoczenie, oczekiwane parametry oraz dostępność. W ramach procesu zakupowego analizujemy naszych dostawców pod kątem spełniania kryteriów ESG. Z kolei na etapie produkcji stawiamy duży nacisk na efektywność i optymalizację zużycia mediów (woda, energia).

Obszary priorytetowe

Odpowiedzialność za produkt – gwarantujemy wysoką jakość i dokładamy wszelkich starań, by nasze produkty wraz z opakowaniami miały pozytywny wpływ na zdrowie i bezpieczeństwo klientów.

Odpowiedzialne zakupy – wzmacniamy zrównoważony rozwój w łańcuchu dostaw.

Wpływ działalności na środowisko i klimat – minimalizujemy nasz ślad środowiskowy.

FILAR II: LUDZIE

Jesteśmy odpowiedzialni za pracowników i realizujemy działania na rzecz lokalnych społeczności

Siłę naszej organizacji stanowią pracownicy. Ich zaangażowanie i kreatywność są podstawą nowych konceptów i rozwiązań, które sprzyjają budowaniu przewag konkurencyjnych. Dlatego naszym priorytetem jest budowanie kultury bezpieczeństwa i ciągły rozwój naszego zespołu.

Filar „Ludzie" obejmuje również współpracę i wsłuchiwanie się w potrzeby mieszkańców społeczności, w sąsiedztwie których funkcjonujemy. Na co dzień dbamy o bycie „dobrym sąsiadem" i rzetelnym pracodawcą, a kreując własne inicjatywy społeczne sprzyjamy minimalizowaniu wykluczenia społecznego w zdefiniowanych przez nas obszarach.

Obszary priorytetowe

Zaangażowanie i rozwój pracowników – stawiamy na zaangażowanie i rozwój pracowników w bezpiecznym, różnorodnym oraz inkluzywnym rodowisku pracy.

Bezpieczeństwo i higiena pracy – budujemy kulturę bezpieczeństwa.

Zaangażowanie społeczne – realizujemy projekty społeczne w oparciu o nasze kompetencje oraz angażujemy się w rozwój lokalnych społeczności.

FILAR III: BIZNES

Budujemy organizację opartą o efektywny system zarządzania i etykę biznesu

Podstawą skutecznego wdrażania zasad zrównoważonego rozwoju jest dobrze zorganizowany system zarządzania organizacją. Pozwala on minimalizować ryzyko i sprawia, że kluczowe decyzje podejmowane są w zgodzie z interesami firmy i jej interesariuszy. W rezultacie przyczynia się on do budowania wartości spółki w długim terminie.

Dlatego w naszej działalności dbamy o transparentność działań rynkowych i komunikacyjnych, zgodność z regulacjami (compliance) i etykę biznesu, co przekłada się na wysokie standardy współpracy z akcjonariuszami, partnerami handlowymi i kontrahentami. Rozwijamy także systemy informatyczne mające zapewnić cyfrowe bezpieczeństwo organizacji i danych naszych klientów oraz systemy kontroli wewnętrznej. Zarządzamy też ryzykiem w najważniejszych obszarach naszej działalności.

Obszary priorytetowe

Compliance – zapewniamy zgodność naszej działalności z przepisami prawa, regulacjami i standardami.

Cybersecurity – stawiamy na cyberbezpieczeństwo.

Zarządzanie ryzykiem – formalizujemy kompleksowe podejście do zarządzania ryzykiem, w tym ryzykiem klimatycznym.

FILAR I:
ŚRODOWISKO

OBSZAR

Odpowiedzialność za produkt

ODPOWIEDZIALNOŚĆ

Dyrektor ds. Rozwoju Produktu i Trade Marketingu

Będziemy rozwijać produkty o niskim wpływie na środowisko. Przeprowadzimy szczegółową analizę portfolio oraz produktów w opracowaniu i wprowadzimy klasyfikację według ich wpływu na środowisko.

Dążymy do wzrostu wartości sprzedaży produktów eko oznaczonych w kategorii o najmniejszym wpływie na środowisko do poziomu 50%. Chcemy, żeby te właściwości miały swoje potwierdzenie w certyfikatach czy deklaracjach, co ułatwi klientom wybór naszych produktów.

Ponadto położymy nacisk na produkty na bazie wody i zawierających wodę. Naszym celem jest zwiększenie sprzedaży tych produktów do 80%. Działania te znajdą odzwierciedlenie w planie komunikacji, który zakłada opracowanie autorskiej nazwy dla produktów o niskim wpływie na środowisko oraz przygotowanie planu komunikacji tych produktów. Komunikacja obejmie też informacje na temat opakowań i udział surowców z recyklingu w poszczególnych opakowaniach.

CELE STRATEGICZNE	CELE OPERACYJNE	MIERNIKI	DATA
Rozwój produktów o niskim wpływie na środowisko	**50% wartości sprzedaży pochodzi z produktów eko-oznaczonych** · Analiza portfolio wg wartości sprzedaży / marek / wielkości produkcji · Analiza obecnego portfolio oraz planów / projektów w opracowaniu	% wartości sprzedaży	**2030 r.**
	80% wartości sprzedaży pochodzi z produktów na bazie wody i zawierających wodę	% wartości sprzedaży	**2030 r.**
	Komunikacja produktów o niskim wpływie na środowisko: · Opracowanie nazwy dla produktów z grupy A · Opracowanie planu komunikacji produktów z grupy A · Opracowanie planu komunikacji dla pozostałych produktów · Naniesienie nowych deklaracji LZO na karty techniczne i etykiety nowych partii produktów · Komunikacja pochodzenia opakowania z recyklingu	Wdrożenie komunikacji na stronę www produktów oraz do Kart Technicznych Opracowanie planu komunikacji	**2023 r.**

Skorelowane, kluczowe wskaźniki GRI

- 301-1 Wykorzystywane materiały/surowce wg masy lub objętości
- 416-1 Kategorie produktów i usług, w przypadku których poddaje się ocenie ich wpływ na zdrowie i bezpieczeństwo
- 417-1 Obowiązki informowania i znakowania produktów i usług
- 417-2 Przypadki niezgodności z regulacjami dotyczące informacji i znakowania produktów i usług
- 417-3 Przypadki niezgodności z regulacjami dotyczące komunikacji marketingowej

OBSZAR

Odpowiedzialne Zakupy

ODPOWIEDZIALNOŚĆ

Dyrektor ds. Zakupów

RELACJE Z DOSTAWCAMI

Rozszerzymy system oceny dostawców o kryteria ESG. Ocenie zostaną poddani dostawcy strategiczni, kluczowi i podstawowi (zdefiniowani w ramach wewnętrznie przyjętej klasyfikacji). W zależności od wyniku oceny, rekomendowana będzie kontynuacja współpracy, wprowadzenie planu naprawczego czy zakończenie współpracy.

Wszystkie wymogi, w tym kryteria oceny, zostaną zawarte w nowo opracowanym Kodeksie dla dostawców, który zostanie następnie zakomunikowany obecnym dostawcom i będzie stałym elementem procesu zawierania nowych umów zakupowych.

Skorelowane, kluczowe wskaźniki GRI

- 308-1 Procent nowych dostawców, którzy zostali poddani weryfikacji pod kątem wpływu na środowisko
- 308-2 Negatywny wpływ na środowisko w łańcuchu dostaw oraz podjęte działania
- 414-1 Nowi dostawcy, którzy zostali dobrani pod kątem spełnienia kryteriów wpływu na społeczeństwo
- 414-2 Znaczący, rzeczywisty i potencjalnie negatywny wpływ społeczny w łańcuchu dostaw oraz podjęte działania

CELE STRATEGICZNE	CELE OPERACYJNE	MIERNIKI	DATA
Wdrożenie systemu oceny dostawców pod kątem ESG	Przyjęcie kryteriów ESG dla dostawców	Akceptacja Zarządu	2022 r.
	Spisanie w Strategii, Polityce i procedurach zakupowych zasad odnośnie do uwzględniania kryteriów ESG przy ocenie obecnych / nowych dostawców	Akceptacja Zarządu	2022 r.
	Opracowanie Kodeksu dla dostawców (konsultacja Kodeksu w kontekście dostawców niebezpośrednich)	Akceptacja Zarządu	2022 r.
	Opracowanie formularza samooceny ESG dla dostawców (dla dostawców bezpośrednich)	Akceptacja Zarządu	2022 r.
	Komunikacja systemu oceny dostawców pod kątem ESG	100% dostawców otrzymało informację i dokumenty	2022 / 2023 r.
	Wypełnione formularze samooceny ESG dla dostawców	Ustalony %	2023 r.

ZRÓWNOWAŻONE OPAKOWANIA

Dążymy do wykorzystywania zrównoważonych opakowań, tj. posiadających w składzie minimalny procent surowca pochodzącego z recyklingu. Poprzez dłuższe utrzymywanie materiałów w obiegu gospodarczym (wynikającym z koncepcji gospodarki o obiegu zamkniętym) ograniczamy nasz negatywny wpływ na środowisko.

Wybór opakowań będzie dokonywany w oparciu o aktualną analizę rynku i dostępną ofertę. W przypadku dostępności opakowań o większym udziale takiego surowca, będziemy dążyli do wybierania tych bardziej zrównoważonych – pod warunkiem pozytywnej oceny jakościowej i ekonomicznej danej oferty.

W miarę dynamiki zmian na rynku opakowań – wynikającej z postępu technologii, dostępności surowców i rozwoju oferty producentów w tym zakresie – cele i strategia Śnieżki w tym obszarze będą aktualizowane.

CELE STRATEGICZNE	CELE OPERACYJNE	MIERNIKI	DATA
Wykorzystanie opakowań zawierających w składzie określony % surowca pochodzącego z recyklingu	**Opakowania plastikowe** · co drugie opakowanie posiada minimum 10% udziału surowca z recyklingu	Udział surowca z recyklingu	2023 r.
	Opakowania metalowe · wybór opakowań posiadających minimum 50% udziału surowca z recyclingu	Udział surowca z recyklingu	2023 r.

Skorelowane, kluczowe wskaźniki GRI

- 301-1 Wykorzystywane materiały/surowce wg masy lub objętości
- 301-2 Zastosowane materiały z recyclingu
- 301-3 Procent odzyskanych materiałów ze sprzedawanych produktów i ich opakowań

OBSZAR

Zarządzanie wpływem naszej działalności na środowisko i klimat

ODPOWIEDZIALNOŚĆ

Dyrektor ds. Zapewnienia Jakości
Dyrektor ds. Technicznych i Inwestycji

Kluczowe aspekty naszego wpływu na środowisko to zużycie mediów – wody i energii, emisje gazów cieplarnianych (GHG) będące wynikiem działań produkcyjnych i logistycznych, a także poziom wytwarzanych odpadów.

Obszar ten w dużej mierze wymaga dalszych prac analitycznych i pomiarowych, które umożliwią nam wyznaczenie kolejnych ambitnych i mierzalnych celów w zakresie redukcji wody, energii i GHG. Na potrzeby niniejszej Strategii transformacji cele operacyjne dotyczą zatem przeprowadzenia konkretnych analiz i pomiarów w celu podjęcia decyzji inwestycyjnych o dłuższym horyzoncie czasowym.

ODPADY

– w ramach gospodarki odpadami koncentrujemy się przede wszystkim na odpadach przemysłowych, których zdecydowaną większość stanowią popłuczyny. Wdrożenie wybranego rozwiązania (z obecnie analizowanych) powinno przełożyć się na redukcję poziomu popłuczyn, jak również zużycia wody. Drugim priorytetem w ramach obszaru odpadów jest redukcja, niskiego już, poziomu odpadów kierowanych na wysypiska komunalne.

WODA

– przyjęliśmy trzy priorytety w obszarze gospodarki wodnej: ograniczenie poziomu zużycia wody przemysłowej (używanej do czyszczenia zbiorników produkcyjnych), analiza możliwości redukcyjnych w zakresie wody sanitarnej (wykorzystywanej w łazienkach czy kuchniach) oraz utrzymanie braku wycieków.

ENERGIA

– aby móc określić priorytetowe działania w zakresie redukcji zużycia, pierwszym krokiem będzie wdrożenie opomiarowania zużycia energii w podziale na lokalizacje, budynki oraz procesy. W oparciu o analizę danych zdefiniowane i wdrożone zostaną przedsięwzięcia dające największe efekty w zakresie efektywności energetycznej.

EMISJE

– w celu kompleksowego zarządzania naszą emisyjnością planujemy kontynuowanie pomiarów śladu węglowego w ramach zakresów 1 i 2 oraz rozpoczęcie pomiarów w ramach zakresu 3. Na podstawie zebranych danych – przy uwzględnieniu warunków zewnętrznych oraz planowanych przedsięwzięć inwestycyjnych opartych na audytach efektywności energetycznej, w kolejnych latach opracujemy cele redukcyjne i będziemy je sukcesywnie wdrażać.

FILAR I: ŚRODOWISKO

CELE STRATEGICZNE	CELE OPERACYJNE	MIERNIKI	DATA
Redukcja poziomu generowania odpadów	Analiza potencjału redukcji ilości odpadów przemysłowych Wdrożenie projektu popłuczyn mającego na celu redukcję ilości odpadów przemysłowych	Decyzja inwestycyjna Poziom redukcji ilości odpadów przemysłowych	2022 r.
	100% odpadów przemysłowych przekazywanych do recyklingu i ponownego wykorzystania	% odpadów przemysłowych przekazywanych do recyklingu i ponownego wykorzystania	2022 r.
	Udział odpadów komunalnych w całości odpadów Spółki na poziomie **poniżej 1%**	Udział odpadów komunalnych w całości odpadów Spółki	2023 r.
	Zmniejszenie do roku 2024 **o 30%** w stosunku do roku bazowego 2021 **ilości odpadów komunalnych kierowanych na wysypisko**		2024 r.
Zrównoważona gospodarka wodna	Analiza potencjału **redukcji zużycia wody przemysłowej** Analiza możliwych rozwiązań, wybór wariantu, zaplanowanie budżetu	Decyzja inwestycyjna Poziom redukcji zużycia wody przemysłowej w Lubzinie o 10%	2022 r.
	Wdrożenie wybranego rozwiązania mającego na celu redukcję zużycia wody przemysłowej: Wdrożenie ciśnieniowego płukania w Lubzinie mającego na celu redukcję zużycia wody przemysłowej Pilotażowy montaż zgarniaczy w zbiornikach w Lubzinie		2023 r.
	Analiza i zaprojektowanie **sytemu opomiarowania i monitorowania zużycia wody sanitarnej**	Decyzja inwestycyjna	2022 r.
	Realizacja sytemu opomiarowania i monitorowania zużycia wody, zbieranie danych, analiza możliwych rozwiązań, zaplanowanie budżetu	Poziom redukcji zużycia wody sanitarnej	2023 r.
	Brak zdefiniowanych wycieków	Liczba wycieków / rok	Od 2022 r.

Skorelowane, kluczowe wskaźniki GRI

Odpady

- 306-1 Generowanie odpadów i znaczące skutki związane z odpadami
- 306-2 Zarządzanie znaczącym wpływem związanym z odpadami
- 306-3 Wytworzone odpady
- 306-5 Odpady skierowane do utylizacji

Woda

- 303-1 Interakcja z wodą jako zasobem wspólnym
- 303-3 Pobór wody
- 303-5 Zużycie wody

CELE STRATEGICZNE	CELE OPERACYJNE	MIERNIKI	DATA
Zwiększenie efektywności energetycznej	Analiza i zaprojektowanie **sytemu opomiarowania i monitorowania zużycia energii (elektrycznej i cieplnej)**	Decyzje inwestycyjne	2022 r.
	Realizacja systemu opomiarowania i monitorowania zużycia energii		2023 r.
	Analiza potencjału redukcji zużycia energii elektrycznej i cieplnej	Decyzje w zakresie wyboru przedsięwzięć do wdrożenia	Od 2023 r.
	Zdefiniowanie i wdrożenie przedsięwzięć o krótkim okresie zwrotu, dające efekty w zakresie efektywności energetycznej: Realizacja procesu wymiany źródeł światła na energooszczędne (np. LED) Wymiana źródeł ciepła (wymiana mało efektywnego kotła gazowego lub montaż pomp ciepła)	Redukcja zużycia energii z oświetlenia Redukcja zużycia gazu	
	Analiza i wdrożenie **działań optymalizujących zużycie energii w procesach produkcyjnych**	Poprawa efektywności zużycia energii na 1 litr wyprodukowanej farby	Od 2023 r.
	Edukacja energetyczna pracowników		
Transformacja w kierunku zielonej energii	**Analiza** możliwości wykonania **instalacji PV w lokalizacjach** Pustków, Lubzina, Zawada i przygotowanie strony formalnoprawnej	Decyzja inwestycyjna	2022 r.
	Realizacja instalacji PV	Budowa farm fotowoltaicznych w 3 lokalizacjach	Od 2023 r.
Zarządzanie oraz redukcja emisji GHG	**Ustalenie celów redukcyjnych dla Zakresu 1 i 2** (w oparciu o plany w zakresie energii)	Akceptacja Zarządu	2023 r.
	Pozyskiwanie danych od dostawców w Zakresie 3	Określony zbiór danych do dostarczenia przez dostawców	od 2023 r.
	Ustalenie celów redukcyjnych dla Zakresu 3	Akceptacja Zarządu	2024 r.

Energia

- 302-1 Zużycie energii wewnątrz organizacji
- 302-4 Zmniejszenie zużycia energii

Emisje

- 305-1 Bezpośrednie emisje gazów cieplarnianych (zakres 1)
- 305-2 Pośrednie emisje gazów cieplarnianych (zakres 2)
- 305-3 Inne pośrednie emisje gazów cieplarnianych (zakres 3)

FILAR II:
LUDZIE

OBSZAR

Zaangażowanie i rozwój pracowników

ODPOWIEDZIALNOŚĆ

Dyrektor HR

Podstawą do zarządzania zespołem Śnieżki są zaktualizowane w 2022 roku wartości organizacyjne spisane w Księdze Wartości. W oparciu o nie dążymy do tworzenia kultury zaangażowania i odpowiedzialności poprzez budowanie klimatu współpracy i rozwoju w różnorodnym, inkluzywnym środowisku pracy.

Wdrażane działania i narzędzia ukierunkowane będą zarówno na wewnętrzne procesy, dostępne rozwiązania, zasady wynagradzania oraz możliwości szkoleniowe i rozwojowe, a zarazem będą koncentrować się na pracownikach, badaniu ich potrzeb, weryfikacji języka komunikacji, oraz zwiększaniu zaangażowania i budowy poczucia współodpowiedzialności.

FILAR II: LUDZIE

CELE STRATEGICZNE	CELE OPERACYJNE	MIERNIKI	DATA
Tworzenie kultury organizacyjnej w oparciu o wartości	Opracowanie i komunikacja zaktualizowanej **Księgi wartości**	Zatwierdzenie **Księgi Wartości** przez Zarząd	2022 r.
	100% kadry kierowniczej objętej szkoleniem **100% pracowników przeszkolonych przez kierowników**	% kadry kierowniczej objętej szkoleniem % pracowników przeszkolonych przez kierowników-	2022 r.
	100% uprawnionych pracowników odbyło **rozmowy rozwojowe z przełożonymi** w oparciu o zaktualizowane wartości	% uprawnionych pracowników odbyło rozmowy rozwojowe z przełożonymi w oparciu o zaktualizowane wartości	Od 2023 r.
Budowa różnorodnego i inkluzywnego środowiska pracy	**Weryfikacja procesów wewnętrznych i komunikacji** pod kątem inkluzywności dla obszarów rekrutacji, onboardingu, szkoleń, aktywności employer branding	Spisane rekomendacje do wybranych procesów	Od 2022 r.
	100% pracowników objętych szkoleniem dotyczącym przeciwdziałania mobbingowi i dyskryminacji	% pracowników objętych szkoleniem	Od 2023 r.
	Utrzymanie rok do roku **porównywalności wynagrodzeń kobiet i mężczyzn** zatrudnionych na podobnych stanowiskach (wg grade'ów)	Skorygowana luka płacowa - różnica między przeciętnym wynagrodzeniem mężczyzn i kobiet, wyrażona jako procent przeciętnego wynagrodzenia mężczyzn wg kategorii zatrudnienia	Od 2022 r.
Zarządzanie zaangażowaniem i zadowoleniem pracowników	**Badanie poziomu zaangażowania i zadowolenia pracowników**: 100% pracowników objętych dostępem do badania Wypełnienie ankiety przez 80% pracowników	% pracowników objętych dostępem do badania % wypełnienia ankiety przez pracowników	Od 2023 r.
	Wdrożenie **programu Trenerów Wewnętrznych**	Zatwierdzenie programu przez Zarząd	Od 2022 r.

CELE STRATEGICZNE	CELE OPERACYJNE	MIERNIKI	DATA
Rozwój pracowników	**100% nowych pracowników, objętych onboardingiem i adaptacją**	**% pracowników z którymi przeprowadzono spotkania na podsumowanie onboardingu** **% pracowników, z którymi przeprowadzono spotkania na podsumowanie adaptacji**	Od 2022 r.
	Zwiększenie rok do roku **średniej liczby godzin szkoleń** przypadających na jednego pracownika	**Średnia liczba** godzin szkoleniowych przypadająca na jednego pracownika	Od 2022 r.
	Roczna realizacja **procesu Rozmów Rozwojowych**	Poziom realizacji procesu Rozmów Rozwojowych	Od 2023 r.
	Realizacja **70% celów rozwojowych**	Poziom realizacji celów rozwojowych przez pracowników (%)	Od 2024 r.
Utrzymanie niskiego poziomu rotacji pracowników	Utrzymanie rok do roku **wskaźnika dobrowolnych odejść pracowników** na poziomie poniżej 11% dla stanowisk liniowych	% dobrowolnych odejść na przestrzeni roku w podziale na stanowiska specjalistyczne i liniowe	Od 2022 r.

Skorelowane, kluczowe wskaźniki GRI

- 2-7 Pracownicy
- 401-1 Zatrudnienie nowych pracowników oraz rotacja
- 404-1 Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku przypadająca na pracownika
- 404-2 Programy rozwoju umiejętności menedżerskich i kształcenia ustawicznego, które wspierają ciągłość zatrudnienia pracowników oraz ułatwiają zarządzanie końcem kariery zawodowej
- 404-3 Procent pracowników otrzymujących regularne oceny swoich wyników oraz informacje rozwoju zawodowego, w podziale na płeć oraz kategorię pracowników
- 405-1 Różnorodność w najwyższym organie zarządzającym i w kadrze pracowniczej
- 405-2 Stosunek pensji podstawowej i wynagrodzenia kobiet i mężczyzn

OBSZAR

Bezpieczeństwo i higiena pracy

ODPOWIEDZIALNOŚĆ

Kierownik Działu Bezpieczeństwa Pracy

Bezpieczeństwo i higiena pracy naszych pracowników oraz bezpieczeństwo realizowanych procesów operacyjnych regulowane są w Śnieżce w ramach Systemu Zarządzania Bezpieczeństwem. Skupia się on na trzech warstwach zabezpieczeń: technicznych, organizacyjnych oraz zabezpieczeniach w instrukcje i procedury.

Kluczem do eliminacji zagrożeń, które mogą prowadzić do wypadków i awarii jest budowa kultury bezpieczeństwa poprzez szkolenia i uświadamianie, ale również ciągłe doskonalenie istniejących rozwiązań w oparciu o wnioski i obserwacje w wyniku stosowania procedur i kontroli.

Definicje wskaźników wypadków

Ww - wskaźnik częstości wypadkowej liczony jako:

$$Ww = \frac{\text{Liczba wypadków odnotowanych w danym okresie czasu}}{\text{Liczba pracujących (zatrudnienie średnie)}} \times 1000$$

Wc - wskaźnik ciężkości wypadków liczony jako:

$$Wc = \frac{\text{Łączna liczba dni niezdolności do pracy poszkodowanych w wypadkach przy pracy}}{\text{Liczba wypadków przy pracy /osób poszkodowanych/}}$$

CELE STRATEGICZNE	CELE OPERACYJNE	MIERNIKI	DATA
Budowanie kultury bezpieczeństwa i minimalizacja zagrożeń dla pracowników	Funkcjonowanie **Systemu Zarządzania Bezpieczeństwem** minimalizujące ryzyko wystąpienia wypadków	Wskaźniki wypadków: - wskaźnik częstości wypadkowej (Ww) - wskaźnik ciężkości wypadków (Wc)	2022 r.
	Szkolenia i uświadamianie - określenie programu szkoleniowego oraz zapewnienie szkoleń dla pracowników, oraz dla innych osób pracujących na terenie firmy, w tym podwykonawców. **Cele:** 100% pracowników przechodzi szkolenie wstępne ogólne oraz stanowiskowe 90% kadry kierowniczej objętej szkoleniem z pierwszej pomocy i obsługi AED 100% pracowników podwykonawców w Fabryce przechodzi szkolenie BHP	% Kart Szkolenia Wstępnego i stanowiskowego z zakresu Bezpieczeństwa i Higieny Pracy % kadry kierowniczej objętej szkoleniem z pierwszej pomocy % Oświadczeń o Przeszkoleniu Podwykonawcy	2023 r.
	Eliminacja potencjalnych zagrożeń poprzez **kontrole stanu bezpieczeństwa pracy i bezpieczeństwa pożarowego** przeprowadzane zgodnie z wykazem (raz na kwartał na każdym wydziale i raz na pół roku w magazynach). **Cel:** 100% wniosków pokontrolnych wdrożonych	% wdrożonych wniosków pokontrolnych	2022 r.

Skorelowane, kluczowe wskaźniki GRI

- 403-1 System zarządzania BHP
- 403-2 Identyfikacja zagrożeń, ocena ryzyka i dochodzenie w przypadku incydentów
- 403-4 Zaangażowanie, konsultacje oraz komunikacja z pracownikami w zakresie BHP
- 403-5 Szkolenia pracownicze w zakresie BHP
- 403-7 Zapobieganie i łagodzenie wpływów z obszaru BHP bezpośrednio związanychz charakterem działalności
- 403-8 Pracownicy objęci systemem zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy
- 403-9 Wypadki w miejscu pracy

OBSZAR

Zaangażowanie społeczne

ODPOWIEDZIALNOŚĆ

Dyrektor ds. Komunikacji Korporacyjnej i ESG

FFiL Śnieżka SA, jako spółka dominująca, ustala strategię, cele i priorytety zaangażowania społecznego dla całej Grupy Śnieżka.

Jako główne filary zaangażowania społecznego definiujemy:

Kolor – projekty społeczne i inne formy zaangażowania Grupy skupione są wokół jej wizji. W odniesieniu do działań na rzecz społeczeństwa przesłanie „Kolory mają znaczenie" oznacza „zmianę na lepsze", „inspirację" i „radość", obecne w życiu beneficjentów dzięki przedsięwzięciom realizowanym przez spółki Grupy i jej marki.

Lokalność – Spółki Grupy Kapitałowej angażują się w działania ważne z perspektywy mieszkańców ich lokalnych społeczności. Grupa Kapitałowa realizuje także działania w skali całego kraju, adresowane do jednostek publicznych zlokalizowanych w małych miejscowościach, czy w obszarach zagrożonych wykluczeniem społecznym.

Dzieci i młodzież – głównymi beneficjentami działań społecznych Grupy są dzieci i młodzież, ich rodziny i bezpośrednie otoczenie. Wsparcie dla nich realizowane jest głównie we współpracy z jednostkami publicznymi lub za ich pośrednictwem.

Elementem zaangażowania społecznego Śnieżki było także powołanie do życia Fundacji Śnieżka, która realizuje własne autorskie programy.

CELE STRATEGICZNE	CELE OPERACYJNE	MIERNIKI	DATA
Realizacja projektów społecznych w oparciu o kompetencje i marki Grupy Śnieżka	Przygotowanie założeń nowej odsłony projektu Koloratorium (5. Edycja jubileuszowa)	Akceptacja Zarządu	2023 r.
	Przeprowadzenie badania ewaluacyjnego wśród laureatów projektu	WPŁYW PROJEKTU Wyniki badania ewaluacyjnego	2023 r.
	Opracowanie **założeń i planów zaangażowania społecznego marek**	Liczba marek z opracowanymi założeniami / planami	2023 r.
	Opracowanie **Strategii wdrażania działań społecznych przez marki**	Spisane, ustalone zasady inicjowania działań społecznych przez marki	2023 r.
Wsparcie społeczności lokalnej w miejscu prowadzenia działalności	**Min. 1% zysku brutto** (przed opodatkowaniem z działalności kontynuowanej, z roku poprzedzającego) w danym roku stanowi **budżet na działania społeczne** (cykl 2-letni)	Budżet wykorzystany w danym roku	Od 2023 r.
Zaangażowanie pracowników w działania społeczne	Opracowanie założeń **pilotażowego programu wolontariatu kompetencji**	Akceptacja zarządu	2023 r.

Skorelowane, kluczowe wskaźniki GRI

413-1 Zakłady z wdrożonymi programami zaangażowania lokalnej społeczności, ocenami wpływu i programami rozwoju

413-2 Działania mające znaczący rzeczywisty i potencjalnie negatywny wpływ na społeczności lokalne

FILAR III:
BIZNES

OBSZAR

Compliance

ODPOWIEDZIALNOŚĆ

Coporate Governance Officer

Aktywnie realizujemy funkcję compliance, co wynika z dynamicznego otoczenia prawno-regulacyjnego. Świadomie zarządzamy ryzykiem braku zgodności, również z wewnętrznymi procedurami i regulacjami. Dodatkowo skupiamy się na realizacji działań w zgodzie z przyjętymi normami etycznymi i społecznymi, w tym w zakresie przeciwdziałania korupcji i nadużyciom. Nieustannie dążymy do zapewniania efektywności, spójności i transparentności dokumentacji Spółki.

Skorelowane, kluczowe wskaźniki GRI

- 2-15 Konflikt interesów
- 2-16 Komunikacja kwestii krytycznych
- 2-26 Mechanizmy zasięgania porady i zgłaszania wątpliwości
- 2-27 Zgodność z prawem i regulacjami
- 205-1 Operacje biznesowe ocenione pod kątem ryzyka wystąpienia korupcji
- 205-2 Komunikacja i szkolenia poświęcone politykom i procedurom antykorupcyjnym
- 205-3 Potwierdzone przypadki korupcji i podjęte działania
- 206-1 Kroki prawne podjęte wobec organizacji dotyczące przypadków naruszeń zasad wolnej konkurencji, praktyk monopolistycznych

CELE STRATEGICZNE	CELE OPERACYJNE	MIERNIKI	DATA
Aktywna realizacja funkcji compliance	**Monitoring i zapewnienie zgodności** z istniejącymi przepisami prawnymi, regulacjami wewnętrznymi i dobrowolnie przyjętymi standardami **Wdrażanie mechanizmów, mitygujących ryzyko braku zgodności**	Aktualizacja zapisów	2022 r.
	Weryfikacja oświadczenia Spółki w sprawie Dobrych Praktyk Spółek Notowanych 100% aktów wewnętrznych objętych elektronicznym systemem nadzoru i dokumentacji **Zapewnienie efektywność, spójności i transparentności dokumentacji Spółki** poprzez wdrażanie hierarchizacji aktów wewnętrznych oraz funkcjonowanie elektronicznego systemu nadzoru i zarządzania dokumentacją	% aktów wewnętrznych objętych elektronicznym systemem nadzoru i dokumentacji	2022 r.
	Weryfikacja oświadczenia Spółki w sprawie Dobrych Praktyk Spółek Notowanych	Aktualizacja zapisów	2023 r.
	Analiza konieczności **dostosowania Polityki wynagrodzeń Zarządu i Rady Nadzorczej do „Strategii zrównoważonego rozwoju Śnieżki"**	Aktualizacja zapisów Akceptacja RN	2023 r.
Zarządzanie obszarem przeciwdziałania korupcji i nadużyciom	**Funkcjonowanie mechanizmu zgłaszania naruszeń** Aktualizacja ścieżek zgłaszania naruszeń przy wdrożeniu Kodeksu Etycznego Wdrożenie dedykowanego narzędzia	Liczba zgłoszeń / rok	Od 2022 r. 2023 r.
	Edukacja w zakresie istniejących regulacji antykorupcyjnych Po wprowadzeniu polskiej ustawy o sygnalistach 100% przeszkolonej kadry kierowniczej 100% przeszkolonych pracowników	 % przeszkolonej kadry kierowniczej % przeszkolonych pracowników	 2023 r. 2023 r.

OBSZAR

Cybersecurity

ODPOWIEDZIALNOŚĆ

Dyrektor Transformacji Cyfrowej i IT

Kompleksowe podejście do zarządzania bezpieczeństwem cyfrowym wynika z rosnącej cyfryzacji w zakresie metod pracy, stosowanych narzędzi i systemów informatycznych Śnieżki. Szczególnie istotne są dla nas te systemy, które wymagają gromadzenia danych osobowych pracowników, klientów czy partnerów biznesowych.

Działania w tym obszarze skupiają się na budowaniu kultury bezpieczeństwa cyfrowego. Dotyczy to przede wszystkim kształtowania właściwych nawyków wśród pracowników poprzez uświadamianie, cykliczne szkolenia i inne działania edukacyjne z tego zakresu. Równie istotna jest realizacja przeglądów dojrzałości zarządzania bezpieczeństwem w GK Śnieżka obejmująca analizę, monitoring oraz rozwój polityk, procedur i innych dokumentów regulujących obszar cyberbezpieczeństwa.

CELE STRATEGICZNE	CELE OPERACYJNE	MIERNIKI	DATA
Kompleksowa ochrona przed cyber-przestępczością i zarządzanie bezpieczeństwem danych	**Przyjęcie Polityki w zakresie cybersecurity i bezpieczeństwa danych osobowych GK**	Akceptacja Zarządu	2022 r.
	Edukacja w zakresie cybersecurity, w tym ochrony danych 100% przeszkolonych pracowników **Szkolenie przypominające dla każdego pracownika raz na dwa lata** **Kwartalna publikacja biuletynu nt. IT Security**	% przeszkolonych pracowników % pracowników, którzy zrealizowali szkolenie przypominające raz na dwa lata Kwartalna publikacja biuletynu nt. IT Security	2023 r.
	Przegląd dojrzałości zarządzania bezpieczeństwem GK Śnieżka Identyfikacja słabych punktów w obszarze bezpieczeństwa IT w pozostałych spółkach GK Śnieżka w celu ich zabezpieczenia i eliminacji.	Skonsolidowany raport luk i rekomendacji dla całej Grupy Kapitałowej	2022 r.

Skorelowane, kluczowe wskaźniki GRI

418-1 Uzasadnione skargi dotyczących naruszenia prywatności klienta i utraty danych klientów

OBSZAR

Zarządzanie ryzykiem

ODPOWIEDZIALNOŚĆ

Zarząd

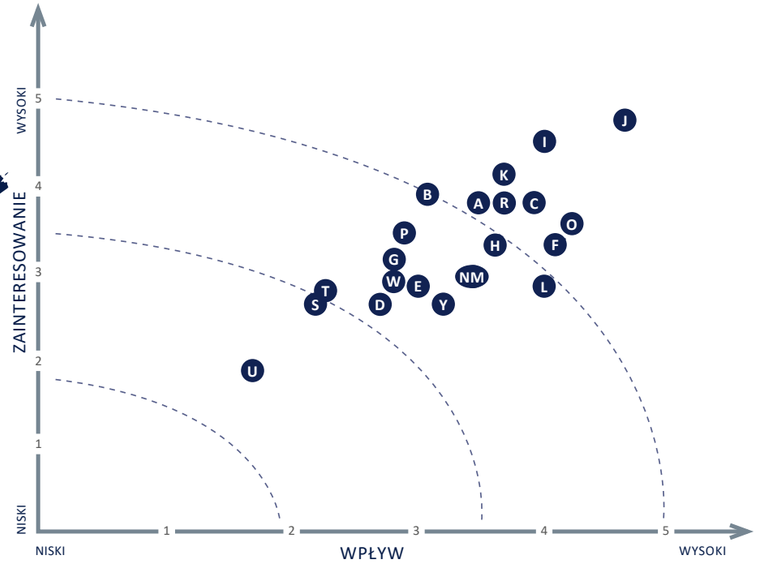
Planujemy sformalizować kompleksowe podejście do zarządzania ryzykiem, co obejmować będzie również tzw. „ryzyka niefinansowe", czyli związane ze wszystkimi aspektami zrównoważonego rozwoju. W ramach tych prac zostaną także przeanalizowane ryzyka związane z klimatem.

Zarządzanie ryzykiem powinno w jak największym stopniu zabezpieczyć organizację przed negatywnymi zdarzeniami (zarówno o charakterze zewnętrznym, jak i wewnętrznym) oraz zapewnić jej stabilny rozwój.

CELE STRATEGICZNE	CELE OPERACYJNE	MIERNIKI	DATA
Formalizacja kompleksowego systemu zarządzania ryzykiem	**Opracowanie nowej matrycy ryzyka** (z uwzględnieniem ryzyk w obszarach ESG), **odpowiedzialności, procedur postępowania i metod nadzoru**	Akceptacja Zarządu	2023 r.

Komunikacja z interesariuszami

Standardy w zakresie zarządzania informacjami i danymi dotyczącymi Śnieżki w relacjach z kluczowymi grupami interesariuszy reguluje wdrożona w 2019 roku **Polityka Informacyjna FFiL Śnieżka SA**, zaktualizowana w lutym 2022 roku. Polityka formułuje ramowe zasady m.in. w zakresie ochrony interesów organizacji w związku z komunikacją zewnętrzną, minimalizowania ryzyk wynikających z istotnej skali działalności oraz prowadzenia działalności w wielu lokalizacjach i na wielu rynkach.



A Akcjonariusze
B Analitycy domów maklerskich
C Banki
D Dostawcy usług (w tym odpady)
E Dostawcy usług logistycznych
F Dostawcy towarów/surowców
G Dziennikarze
H Giełda
I Instytucje nadzoru
J Kadra zarządzająca (w spółkach Grupy)
K Konkurenci rynkowi
L Konsumenci
M Liderzy opinii
N Użytkownicy social media i forów konsumenckich
O Odbiorcy B2B: rynek niezależny (sklepy), sieci DIY
P Pracownicy – potencjalni (obecni albo przyszli kandydaci do pracy w Spółce)
R Pracownicy
S Społeczeństwo (beneficjenci projektów)
T Społeczość lokalna
U Środowisko naukowe
W Władze lokalne
Y Wykonawcy

Standardy przyjęte przez FFiL Śnieżka SA są stosowane w spółkach zależnych, które wprowadziły swoje polityki informacyjne spójne z dokumentem obowiązującym w spółce dominującej.

Do każdej z grup interesariuszy podchodzimy indywidualnie, budując dostosowaną do jej potrzeb komunikację. Ważną rolę przypisujemy otrzymywanym informacjom zwrotnym – traktujemy je jako wskazówki pozwalające na bieżącą weryfikację podejmowanych działań na rzecz budowania trwałych i transparentnych relacji z interesariuszami. Ich budowanie stanowi wartość dla całej Grupy Kapitałowej Śnieżka.

Grupa interesariuszy	Sposoby zarządzania relacjami z grupą interesariuszy							
	Spotkania	Badania satysfakcji/ badania opinii	Szkolenia	Media społecznościowe	Konferencje i wydarzenia branżowe	Strona www	Komunikacja wewnętrzna	Kontakt tel./e-mail
Akcjonariusze	x	x				x		x
Analitycy domów maklerskich		x		x		x		
Banki	x	x				x		x
Dostawcy	x	x			x			x
Dziennikarze	x	x		x	x	x		x
Giełda						x		x
Instytucje nadzoru						x		x
Kadra zarządzająca	x		x				x	x
Konkurenci rynkowi	x			x		x		
Konsumenci	x	x		x		x		
Liderzy opinii		x		x		x		x
Użytkownicy social media i forów konsumenckich				x		x		
Odbiorcy B2B	x	x	x			x		x
Pracownicy (obecni)	x	x	x	x		x	x	x
Pracownicy (potencjalni)	x	x	x	x	x	x		x
Społeczeństwo (beneficjenci projektów)	x	x		x		x		x
Społeczność lokalna	x	x		x		x		
Władze lokalne	x	x		x		x		x
Wykonawcy	x	x	x	x		x		x

Proces opracowania Strategii

Proces opracowania Strategii obejmował 6 etapów. Kształt Strategii jest wypadkową analiz wewnętrznych (w poszczególnych pionach i działach Śnieżki), analiz zewnętrznych konsultantów, zaangażowania pracowników, kadry menedżerskiej oraz Zarządu, a także badania interesariuszy.

ETAP 1 ANALIZA DESK RESEARCH

Etap ten obejmował pogłębioną analizę stanu zastanego – dotychczas realizowanych działań, posiadanych dokumentów (polityk i procedur), systemu zarządzania ESG oraz modelu biznesowego. Dokonano również oceny otoczenia konkurencyjnego i regulacyjnego.

ETAP 2 WARSZTATY STRATEGICZNE

W ramach tego etapu zaangażowaliśmy Zarząd Śnieżki do określenia wizji i ambicji w zakresie możliwych kierunków i priorytetów Strategii, dokonaliśmy weryfikacji mapy interesariuszy oraz omówiliśmy plan wypracowania założeń Strategii.

ETAP 3 DIALOG Z INTERESARIUSZAMI

W oparciu o wypracowaną mapę interesariuszy – w tym analizę wpływu poszczególnych grup interesariuszy na Śnieżkę i ich zainteresowania naszą organizacją – określiliśmy kanały dotarcia do każdej z kluczowych grup interesariuszy oraz wyznaczyliśmy ich przedstawicieli do wywiadów pogłębionych.

Zrealizowaliśmy badanie ankietowe na próbie 350 osób – interesariuszy zewnętrznych, pracowników oraz przedstawicieli kadry zarządzającej. Dodatkowo z 17 osobami (analitycy, dziennikarze, dostawcy, odbiorcy, liderzy opinii, partnerzy społeczni, banki, władze lokalne) przeprowadziliśmy wywiady pogłębione. W rezultacie otrzymaliśmy informację na temat zainteresowania interesariuszy konkretnymi obszarami zrównoważonego rozwoju. Pozwoliło to również ocenić ich percepcję znaczenia poszczególnych kwestii dla Spółki (dla modelu budowy wartości, utrzymania konkurencyjności i realizowanej strategii). Całość została przełożona na matrycę istotności oraz wykorzystana w pogłębionej analizie jakościowej.

ETAP 4 ANALIZA WEWNĘTRZNA

Kolejnym krokiem było pogłębienie analizy wewnętrznej w zakresie modelu biznesowego. Dokonaliśmy analizy danych historycznych, segmentacji i innych zestawień w oparciu o opracowane, dedykowane dashboardy automatyzujące zbieranie i analizę danych ilościowych. Z kadrą kierowniczą poszczególnych jednostek organizacyjnych Śnieżki dokonaliśmy również weryfikacji możliwości strategicznych i operacyjnych.

Równolegle w organizacji zakończył się projekt analizy emisji gazów cieplarnianych w ramach Zakresu 1 i 2 (emisje bezpośrednie i pośrednie). Ponadto zaplanowano kalkulację emisji w ramach Zakresu 3 (dotyczy pozostałych emisji pośrednich, będących poza kontrolą organizacji), a także dokonano aktualizacji wartości organizacyjnych.

ETAP 5 USTALANIE CELÓW I KPI

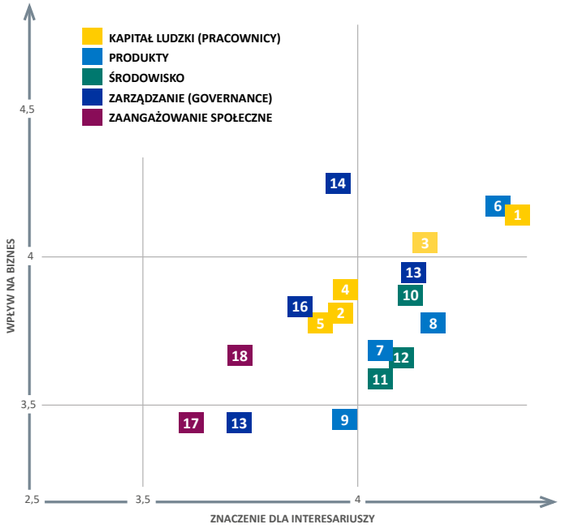
W oparciu o wszystkie dotychczasowe kroki – w ścisłej współpracy z kadrą kierowniczą poszczególnych jednostek organizacyjnych oraz Zarządem – określiliśmy istotność poszczególnych aspektów oraz ustaliliśmy i zweryfikowaliśmy listę możliwych działań. To finalnie przełożyło się na zdefiniowanie celów strategicznych i operacyjnych.

ETAP 6 AKCEPTACJA ZARZĄDU

W całym projekcie opracowania Strategii aktywny udział brał Zarząd Śnieżki, uczestnicząc w trzech warsztatach strategicznych, konsultując pomysły i wstępne kierunki w poszczególnych obszarach i finalnie akceptując niniejszą Strategię.

Matryca istotności

Wyniki badania ankietowego przeprowadzonego w ramach dialogu z interesariuszami posłużyły do opracowania matrycy istotności. Prezentuje ona jednocześnie, które kwestie są kluczowe (w ocenie interesariuszy) dla zrównoważonego rozwoju Śnieżki, a które my oceniamy jako istotne dla długofalowego rozwoju i budowania wartości przez naszą organizację. Matryca stanowiła punkt wyjścia do pracy na Strategią Zrównoważonego Rozwoju Śnieżki, w tym określania celów strategicznych.



MATRYCA ISTOTNOŚCI		ZNACZENIE DLA INTERESARIUSZY	WPŁYW NA BIZNES
1	Dbałość o bezpieczeństwo i higienę pracy	4,37	4,15
2	Równość wynagrodzeń i szans	3,93	3,80
3	Równe traktowanie i poszanowanie różnorodności	4,14	4,01
4	Satysfakcja i motywacja	3,99	3,89
5	Szkolenia i rozwój zawodowy	3,94	3,85
6	Bezpieczny skład produktów	4,36	4,16
7	Odpowiedzialność za cykl życia produktów	4,06	3,68
8	Redukcja lotnych związków organicznych (LZO) oraz emisji z użytych farb i lakierów	4,19	3,79
9	Zrównoważone opakowania	3,97	3,43
	Gospodarka odpadami	4,12	3,88
11	Ograniczanie zużycia wody	4,05	3,60
12	Redukcja zużycia energii i emisji gazów cieplarnianych (m.in. CO_2, tlenek azotu, metan)	4,09	3,66
13	Etyka biznesu: uczciwe praktyki konkurencyjne oraz zapobieganie korupcji i nadużyciom	4,06	3,94
14	Ochrona przed cyberprzestępczością i bezpieczeństwo danych	3,96	4,25
15	Promocja zasad i wartości zrównoważonego rozwoju wśród partnerów biznesowych	3,71	3,43
16	Transparentna komunikacja planów strategicznych Spółki w zakresie zrównoważonego rozwoju	3,88	3,81
17	Realizacja autorskich projektów społecznych, w tym edukacyjnych	3,60	3,44
18	Zaangażowanie w dialog z lokalną społecznością	3,72	3,69

ŚNIEŻKA SA

ŚNIEŻKA TRADE OF COLOURS

www.sniezkagroup.com