



Castorama. Razem najlepiej.

Raport Odpowiedzialnego Biznesu Castorama Polska 2023 / 2024





23 / 24

- **Wstęp**

- **Otwieramy się na więcej**

- **O Castorama Polska**

- **Współpracownicy**

Cele odpowiedzialnego biznesu

Stabilny zespół

Dialog jako część kultury organizacyjnej

Badanie zaangażowania

Bezpieczeństwo i rozwój

Rozwój

Różnorodność

- **Planeta**

Cele odpowiedzialnego biznesu

Emisje i energia

Transport

Materiały i odpady

Drzewa i papier

- **Klienci**

Cele odpowiedzialnego biznesu

Produkty o mniejszym negatywnym
wpływie na środowisko

Usługi wspierające zrównoważony dom

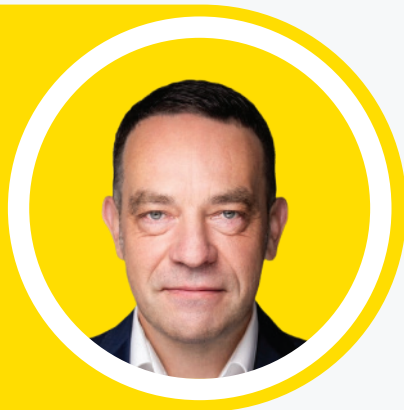
Współpraca z dostawcami

- **Społeczności lokalne**

Cele odpowiedzialnego biznesu

Fundacja Castorama

Program Majsterkowo



Sławomir Rogowiec

Przewodniczący Komitetu Odpowiedzialnego Biznesu
Dyrektor Pionu Klientów Profesjonalistów
i Odpowiedzialnego Biznesu

Szanowni Czytelnicy,

Z przyjemnością przedstawiamy najnowszy raport dotyczący działań i osiągnięć Castorama Polska w zakresie zrównoważonego rozwoju.

Od prawie 30 lat towarzyszymy mieszkańcom Polski w budowie, remoncie i urządzeniu ich domów i mieszkań. Dzisiaj nasza oferta to dobrana odpowiednio gama produktów, usług oraz profesjonalne doradztwo. Jesteśmy największą w Polsce siecią sklepów typu Home Improvement i częścią Grupy Kingfisher, która posiada ponad 1300¹ sklepów w 8 krajach, w tym ponad 100 w Polsce.

Castorama to firma z misją

Z pełnym zaangażowaniem podchodzimy do odpowiedzialności za środowisko, rozwijania myślenia o odpowiedzialnym biznesie oraz wspierania lokalnych społeczności. Wspólna troska o domy i mieszkania Polek i Polaków jest dla nas priorytetem. Tworząc i udoskonalając produkty i rozwiązania, kierujemy się troską o planetę. Nie bez znaczenia pozostaje dla nas ekonomiczny aspekt oferowanych przez Castoramę rozwiązań.

Zarówno w Grupie Kingfisher, jak i w Castorama Polska działamy w oparciu o strategię odpowiedzialnego biznesu. To dla nas kompas działania. Dzięki takiemu podejściu, jako lider branży, budujemy reputację i zdobywamy lojalność klientów.

Pracownicy Castorama mają świadomość walorów środowiskowych oferowanych przez nas marek własnych (Own Exclusive Brands) i cieszymy się, że klienci sieci coraz częściej wybierają właśnie te marki, które są odpowiedzialne i transparentne.

Razem z naszymi klientami, Partnerami i Pracownikami czynimy wysiłki w celu budowania satysfakcji każdego klienta.

Konsekwencja w działaniu

Począwszy od 2016 roku konsekwentnie redukujemy swoje negatywne oddziaływanie na środowisko i wzmacniamy pozytywny wpływ.

Efekty mówią same za siebie – od znaczącej redukcji emisji CO₂, przez wprowadzenie zrównoważonych produktów, po liczne inicjatywy społeczne i środowiskowe.

W niniejszym raporcie chcemy podsumować ostatnią dekadę intensywnych działań, kiedy to przechodziliśmy jako firma znaczącą transformację. Był to czas wdrażania innowacyjnych i ekologicznych rozwiązań, które przyczyniają się do ochrony środowiska, wspierania lokalnych społeczności oraz promowania odpowiedzialnego zarządzania. Dlatego od lat, będąc częścią Grupy Kingfisher raportujemy nasze postępy w zakresie zrównoważonego rozwoju, a ten raport traktujemy jako kolejny krok w kierunku transparentności i wdrażaniu nowych wymogów raportowania ESG.

Na drodze do zrównoważonego rozwoju

Nie zwalniamy, mamy ambitne plany na przyszłość, które obejmują zarówno rozwój omnichannelowego podejścia do obsługi klienta, opierającego się coraz bardziej na nowoczesnych rozwiązaniach technologicznych, jak i dalsze działania na rzecz ograniczania naszego wpływu na środowisko. Nie zmieniamy naszego zaangażowania w redukcję emisji CO₂ i inwestujemy w efektywność energetyczną naszych budynków, ograniczając zużycie energii i ich emisyjność oraz utrzymujemy dotychczasowe praktyki w zrównoważonym transporcie.

Będziemy także wspierać naszych dostawców, zarówno lokalnych, jak i globalnych w procesie dekarbonizacji.

Dotrzymujemy naszych zobowiązań w obszarze odpowiedzialnego biznesu autentycznie, odważnie i innowacyjnie, nieustannie otwierając się na więcej!



Otwieramy się na więcej

Kierunki zrównoważonego rozwoju Castorama w Polsce wyznacza Strategia Odpowiedzialnego Biznesu Kingfisher, która jest dopasowana do celów biznesowych całej grupy. Chcemy rozwijać biznes z zachowaniem najwyższej troski o 4 kluczowe filary: Pracowników, Planetę, Klientów i Społeczności lokalne. Wyznaczyliśmy sobie ambitne i mierzalne cele, które na bieżąco monitorujemy.

Jednym z nich jest zobowiązanie podjęte w 2022 roku do osiągnięcia zeroemisyjności naszych operacji do 2040 roku. Już teraz nasze działania przynoszą wymierne efekty – w 2023 roku udało nam się zredukować emisję o 67% w porównaniu do roku bazowego 2016.

Fundamenty odpowiedzialnego biznesu

Bezpieczeństwo pracowników

Odpowiedzialne pozyskiwanie surowców

Prawa człowieka

Odpady i recykling

Etyczne postępowanie

Ocena istotności i zapewnienie zgodności

Nasze cztery priorytety



Planeta

Pomożemy w walce ze zmianami klimatycznymi i staniemy się Forest Positive.

Nasze zobowiązanie:

Pomoc w walce ze zmianami klimatycznymi poprzez redukcję emisji dwutlenku węgla z naszej działalności, produktów i łańcuchów dostaw; kontynuacja naszej drogi do bycia Forest Positive, koncentrując się na odpowiedzialnym pozyskiwaniu surowców i inwestowaniu w projekty leśne.

Nasze cele:

- ❖ Zredukować emisję zakresu 1 i 2 o 38% do roku 2025/26 oraz emisję zakresu 3 o 40% na milion funtów obrotu do roku 2025.
- ❖ Osiągnąć zerową emisję netto z naszej działalności do roku 2040/41.
- ❖ Stać się Forest Positive do roku 2025/26.
- ❖ Pozyskiwać 100% zrównoważonego drewna i papieru do naszych produktów i katalogów do roku 2025/26.



Klienci

Sprawiamy, że domy naszych klientów stają się bardziej ekologiczne, zdrowsze i przystępne cenowo.

Nasze zobowiązanie:

Pomagamy klientom tworzyć bardziej ekologiczne, zdrowsze domy – takie, które są zasobooszczędne, wykorzystują przyjazne dla planety materiały i są wolne od szkodliwych chemikaliów.

Nasze cele:

- ❖ 60% sprzedaży Grupy ma pochodzić z naszych Zrównoważonych Produktów Domowych (SHP) do roku 2025/26, w tym 70% sprzedaży produktów naszej własnej marki (OEB).



Współpracownicy

Będziemy firmą bardziej włączającą.

Nasze zobowiązanie:

Będziemy firmą bardziej włączającą, poprzez likwidowanie barier w zatrudnieniu i awansie oraz rozwijanie umiejętności.

Cele Grupy Kingfisher:

- ❖ Poprawa równowagi płci do 35% kobiet na stanowiskach kierowniczych wyższego szczebla i 40% kobiet na stanowiskach menedżerskich do roku 2025/26.
- ❖ Zapewnienie dla ponad 20 000 pracowników ukończenia stażu, praktyk zawodowych lub uzyskanie formalnych kwalifikacji do roku 2030/31.



Społeczności

Poprawiamy złe warunki mieszkaniowe.

Nasze zobowiązanie:

Będziemy przekazywać nasze produkty, wiedzę i czas, aby pomóc ludziom w społecznościach lokalnych, którym pomagamy, i których potrzeby mieszkaniowe są najpilniejsze.

Nasze cele:

- ❖ Pomóc do roku 2025/26 ponad dwóm milionom ludzi, których potrzeby mieszkaniowe są najpilniejsze.

Strategia

Castorama Polska opiera swoją Strategię Odpowiedzialnego Biznesu „Powered by Kingfisher”, na 4 priorytetowych filarach, które stanowią podstawę rozwoju firmy.



Planeta

Przeciwdziałanie zmianom klimatycznym poprzez redukcję emisji, ograniczanie odpadów oraz dbanie o dobrostan lasów.



Klienci

Pomoc w tworzeniu zdrowszych i bardziej przyjaznych środowisk mieszkaniowych, w przystępnej cenie.



Współpracownicy

Tworzenie przyjaznego środowiska pracy, w którym każdy czuje się integralną częścią większego zespołu i jest doceniany za to jaki jest.



Społeczności

Działanie na rzecz poprawy warunków mieszkaniowych osób w potrzebie oraz niesienie pomocy organizacjom społecznym, znajdującym się w trudnej sytuacji finansowej.

Te działania wpisują się w następujące Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ:



Cel 13: Działania w dziedzinie klimatu: Przeciwdziałanie zmianom klimatycznym poprzez redukcję emisji CO₂, ograniczanie odpadów oraz dbanie o dobrostan lasów.

Cel 12: Odpowiedzialna konsumpcja i produkcja: Promowanie recyklingu i gospodarki obiegu zamkniętego, a także wprowadzanie zrównoważonych produktów.



Cel 11: Zrównoważone miasta i społeczności: Pomoc w tworzeniu zdrowszych i bardziej przyjaznych środowisk mieszkaniowych, oferując rozwiązania w przystępnej cenie.

Cel 3: Dobre zdrowie i jakość życia: Poprawa warunków mieszkaniowych, co przekłada się na lepsze zdrowie i samopoczucie klientów.



Cel 8: Wzrost gospodarczy i godna praca: Tworzenie przyjaznego środowiska pracy, w którym każdy jest doceniany za swoją unikalność.

Cel 5: Równość płci: Promowanie różnorodności i inkluzji w miejscu pracy.



Cel 1: Koniec z ubóstwem: Działanie na rzecz poprawy warunków mieszkaniowych osób w potrzebie oraz wspieranie organizacji społecznych znajdujących się w trudnej sytuacji finansowej.

Cel 10: Mniej nierówności: Wsparcie dla lokalnych społeczności i organizacji charytatywnych, co pomaga zmniejszać nierówności społeczne.

Te cztery filary stanowią stabilną konstrukcję codziennie uzupełnianą działaniami pracowników Castorama, bo „razem budujemy przyszłość – naszą i naszych klientów”



Komitet Odpowiedzialnego Biznesu

Za wdrażanie Strategii Odpowiedzialnego Biznesu odpowiada Komitet Odpowiedzialnego Biznesu, składający się z przedstawicieli wszystkich działów, ponieważ tylko dzięki zaangażowaniu całej organizacji, możemy mieć pewność, że wdrażane działania będą skuteczne i wspierające biznes i planetę.

Komitet Odpowiedzialnego Biznesu

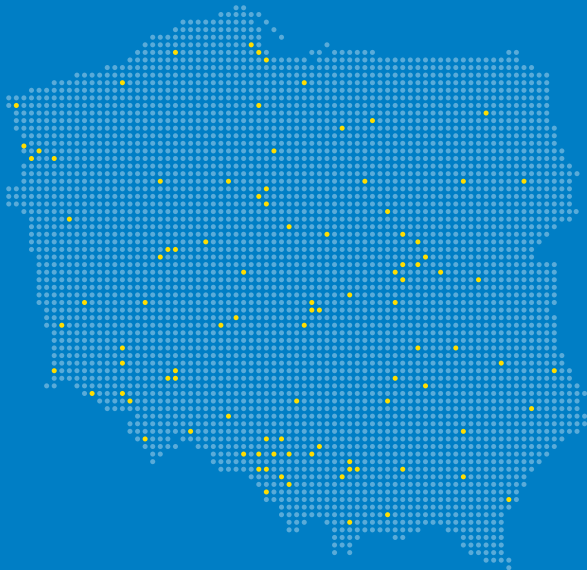




castorama

O Castorama Polska

Nasze sklepy



Castorama w liczbach

	2013/2014	2023/2024
Liczba sklepów	72	102
Liczba transakcji	50,4 mln	327,9 mln
Przychody netto ze sprzedaży (PLN)	5,5 mld zł	9,0 mld zł
Kapitały własne (PLN)	6,2 mld zł	6,2 mld zł

Castorama w Polsce

W Polsce Castorama rozpoczęła działalność w 1994 roku jako spółka handlowa, a w 1997 roku doszło do otwarcia pierwszego sklepu w Warszawie przy ulicy Popularnej. Od tego momentu firma rozwija swoją ofertę, wprowadzając innowacyjne rozwiązania i dbając o zrównoważony rozwój.

Castorama, będąca częścią międzynarodowej grupy Kingfisher plc, **jest liderem w branży DIY** (ang. „Do It Yourself”) i Home Improvement w Polsce. Firma obsługuje miliony klientów rocznie, generując imponującą liczbę transakcji.

Różnorodny asortyment produktów o najwyższej jakości spełnia potrzeby zarówno profesjonalistów, jak i amatorów-majsterkowiczów. Firma stale wprowadza innowacyjne rozwiązania i technologie, aby ułatwić klientom realizację projektów DIY. Oferta wzbogacona jest też szeroką gamą kompleksowych usług, takich jak serwis, montaż, projektowanie kuchni i łazienek oraz fachowe doradztwo. Dzięki dostępności oferty zarówno stacjonarnej, jak i online, klienci otrzymują wsparcie na każdym etapie realizacji ich projektów remontowo-budowlanych.

Wiodąca pozycja Castorama na rynku polskim, zaangażowanie w tworzenie wyjątkowej oferty oraz działania na rzecz klientów, pracowników i społeczności zostały wielokrotnie docenione w konkursach i rankingach branżowych. Sieć została uhonorowana m.in. prestiżową nagrodą **"Oscar Marketingu"** za innowacyjne podejście do komunikacji z klientami i budowania wizerunku.

W obszarze zarządzania zasobami ludzkimi Castorama znalazła się w czołówce pracodawców dbających o inkluzję i różnorodność.

W 2022 roku sieć zajęła 6. miejsce w kategorii handel detaliczny w rankingu Forbes Polska. Zestawienie wyróżniło 300 firm działających w Polsce, które tworzą przyjazne i angażujące środowisko pracy oraz wspierają rozwój zawodowy pracowników.

W 2023 roku firma otrzymała nagrodę „BLIX AWARDS Wybór Konsumentów 2023” w kategorii Dom i Ogród za dostarczanie najwyższej jakości produktów i usług. Rok później została wyróżniona nagrodą „BLIX AWARDS 2024” jako najbardziej prospołeczna sieć handlowa, zaangażowana nie tylko w działania społeczne, ale także środowiskowe.

Castorama aktywnie uczestniczy w inicjatywach branżowych i społecznych jako członek organizacji, które promują zrównoważony rozwój, odpowiedzialność biznesową oraz współpracę międzynarodową. Firma jest aktywnym członkiem Polskiej Organizacji Handlu i Dystrybucji (POHID), Polsko-Brytyjskiej Izby Handlowej, Konfederacji Lewiatan oraz Forum Odpowiedzialnego Biznesu, co pozwala jej współtworzyć standardy odpowiedzialnego zarządzania i działać na rzecz rozwoju branży budowlanej, remontowej i dekoracyjnej.

asortyment

ponad 60

obecność w miastach

ponad 50 tys.

2281

produkty GREENSTAR

ponad 12 tys.

liczba pracowników

ponad 25 tys.

Zrównoważone Produkty dla Domu

*środowiskowo przyjazne, posiadają cechy, które są zrównoważone i/lub przynoszą zrównoważone korzyści naszym klientom i ich domom.



Współpracownicy





Karolina Urbańska

Dyrektorka ds. Personalnych

Jesteśmy przykładem firmy, która czerpiąc ze swojej bogatej, blisko 30-letniej tradycji na polskim rynku, potrafi z otwartością podchodzić do zmian i elastycznie na nie odpowiadać. Doświadczamy na własnej skórze zmian demograficznych, czyli wkraczania nowych pokoleń zarówno na rynek pracy, jak i rynek konsumentów oraz wyzwań i możliwości, jakie to za sobą niesie także dla naszych zespołów. Doświadczamy zmian w postawach i nawykach klientów i adaptujemy nasze strategie w obszarze personalnym, by jak najlepiej przygotować naszych menadżerów i zespoły na te wyzwania. Nie omijają nas też zmiany technologiczne, które „oswajamy” dla Castoramy dzięki kompetencjom naszych współpracowników. Bogactwo doświadczeń, stażu, historii to przede wszystkim bogactwo kompetencji i solidny fundament do rozwijania naszej firmy przez kolejne lata.

Razem tworzymy włączające środowisko pracy, które stwarza możliwości do rozwoju i czerpie z różnorodności

Fundamentem dobrej współpracy, atmosfery oraz efektywnego zarządzania firmą są ludzie – pracownicy, którzy są jej ambasadorkami i ambasadorami. W Castorama odpowiedzialność za wspólny dom rozpoczyna się w świadomości każdego z ponad 12 tysięcy zatrudnionych, którzy wyznają wspólne wartości (jakość, wspólnota, prostota, pokora, otwartość) i których łączy wspólne DNA.

Poprzez kampanie informacyjne i edukacyjne oraz szkolenia firma buduje i wzmacnia przyjazne i etyczne środowisko pracy, w którym każdy może czuć się dobrze, a licznymi inicjatywami szkoleniowymi i rozwojowymi stwarza możliwości wzrastania razem z firmą – zarówno osobom, które niedawno dołączyły do jej zespołu, jak i pracownikom z wieloletnim stażem.

Castorama kładzie nacisk na tworzenie **otwartego i włączającego środowiska pracy**, które wspiera różnorodne talenty oraz daje każdemu pracownikowi – niezależnie od wieku czy pełnionej roli – zrozumienie i docenienie. Firma aktywnie promuje idee zrównoważonego rozwoju oraz odpowiedzialności społecznej wewnątrz organizacji. Działania te są dostrzegane zarówno przez rynek, organizacje pozarządowe, jak i samych pracowników.

W 2024 roku Castorama została **wyróżniona w IV edycji badania Diversity IN Check**, organizowanego przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu, za tworzenie inkluzywnego środowiska pracy oraz zaangażowanie w zarządzanie różnorodnością.

Firma regularnie bada opinie na temat podejmowanych działań związanych z odpowiedzialnym biznesem wśród swoich pracowników w ramach corocznego badania zaangażowania. Wysoki wynik eNPS na poziomie 70 w obszarze działań na rzecz zrównoważonego rozwoju świadczy o dużej świadomości oraz pozytywnej ocenie inicjatyw podejmowanych przez Castoramę.

DNA castorama



Koncentruję
się na Kliencie



Dbam o Ludzi



Otwieram
się na nowe



Wspieram
różnorodność



Dbam o rezultaty

Cele odpowiedzialnego biznesu

Castorama jako część Grupy Kingfisher realizuje strategię, która ma na celu tworzenie firmy inkluzywnej, eliminującej bariery w zatrudnieniu i awansie oraz zorientowanej na edukację pracowników.



Celem spółki jest dążenie do poprawy równowagi płci w szczególności na stanowiskach menadżerskich, co wpisuje się w długofalowe cele Grupy Kingfisher w tym zakresie.

W roku 2025/26 Grupa chce osiągnąć co najmniej:

35%

kobiet na stanowiskach
kierowniczych
wyższego szczebla

40%

kobiet na stanowiskach
menedżerskich

castorama

Od momentu wydania ostatniego Raportu Odpowiedzialnego Biznesu zespół powiększył się o niespełna 2 tys. pracowników (dokładnie: 1967). Wskaźnik rotacji w roku raportowym (2023/2024) wyniósł 12% (10 lat temu wynosił 11%) – pomimo wzrostu zatrudnienia i wielu zmian na rynku rotacja w firmie jest na stabilnym poziomie.



2013/2014

Wielkość zatrudnienia

2023/2024

Liczba pracowników			
	Kobiety	Mężczyźni	Łącznie
do 30 lat	672	1436	2108
30-50 lat	3558	5525	9083
50 lat i więcej	453	779	1232
Łącznie	4683	7740	12423

Liczba nowozatrudnionych pracowników			
	Kobiety	Mężczyźni	Łącznie
do 30 lat	211	376	587
30-50 lat	200	287	487
50 lat i więcej	19	32	51
Łącznie	430	695	1125

Wskaźnik zatrudnienia nowych pracowników			
	Kobiety	Mężczyźni	Łącznie
do 30 lat	31,40	26,18	27,85
30-50 lat	5,62	5,19	5,36
50 lat i więcej	4,19	4,11	4,14
Łącznie	9,18	8,98	9,06

Stabilny zespół

Castorama to ponad 12 tysięcy pracowników reprezentujących co najmniej cztery pokolenia i tworzących stabilny zespół, gdzie długość zatrudnienia wynosi średnio ponad 9 lat.

Połączenie tak różnych doświadczeń życiowych w jednym środowisku pracy jest wyzwaniem, ale także szansą na budowanie miejsca, które sprzyja innowacyjności i zaangażowaniu.

W firmie wdrażane są inicjatywy, które umożliwiają pracownikom utrzymanie równowagi między życiem zawodowym a prywatnym, co przekłada się na ich jakość życia, motywację oraz efektywność.

Castorama zapewnia szeroki pakiet świadczeń wspierających dobrostan zespołu – od CastoRabatów (rabatów pracowniczych) i zniżek na świąteczne choinki po brak kaucji na wypożyczenie narzędzi w ramach usługi Castorent. Firma dba o zdrowie i aktywność fizyczną swoich pracowników, oferując pakiet medyczny Medicovert, dofinansowanie karnetów sportowych Multisport oraz organizując coroczne Mistrzostwa Sportowe Castorama, dodatkowo zachęcając pracowników do aktywności fizycznej. Firma oferuje także pakiety Multilife, wspierające rozwój i równowagę życiową. Każdy Pracownik objęty jest ubezpieczeniem na życie (które może rozszerzyć) oraz ma możliwość uzyskania ubezpieczenia NNW dla dzieci.

Świadczenia są wdrażane we współpracy z Radą Pracowników, która, działając poprzez zespoły robocze, aktywnie angażuje się w ich doskonalenie, aby jak najlepiej odpowiadały realnym potrzebom zespołu.



Liczba odejść wśród pracowników			
	Kobiety	Mężczyźni	Łącznie
do 30 lat	131	490	621
30-50 lat	264	531	795
50 lat i więcej	26	52	78
Łącznie	421	1073	1494

Wskaźnik rotacji pracowników			
	Kobiety	Mężczyźni	Łącznie
do 30 lat	19,49	34,12	29,46
30-50 lat	7,42	9,61	8,75
50 lat i więcej	5,74	6,68	6,33
Łącznie	8,99	13,86	12,03

Zespoły robocze Rady Pracowników



Wynagrodzenia
i benefity



Szkolenia
i rozwój



Handel, logistyka
operacje



Dobry
pracodawca

Dialog jako część kultury organizacyjnej

Dialog społeczny jest mocno osadzony w kulturze Castorama, co znajduje odzwierciedlenie w działalności [trzech Rad Pracowników](#) reprezentujących wszystkie 3 spółki Castorama Grupy Kingfisher działające w Polsce. Najdłużej funkcjonująca Rada, licząca 95 osób, składa się z przedstawicieli każdego sklepu, wybieranych w drodze demokratycznych wyborów. Warto podkreślić, że instytucja Rady Pracowników powstała już w 2005 roku, czyli przed uchwaleniem ustawy o informowaniu pracowników i prowadzeniu z nimi konsultacji. Regionalni Przedstawiciele Rady tworzą Komitet Rady Pracowników, z którymi firma współpracuje najbliżej.

Obszary działania oraz rozwoju organizacji poddawane są dyskusji w ramach czterech zespołów roboczych: „Wynagrodzenia i benefity”, „Handel, logistyka, operacje”, „Szkolenia i rozwój”, „Castorama Dobry Pracodawca”. Castorama współpracowała z Radą Pracowników w różnych obszarach, takich jak: konsultacje i testy nowej odzieży roboczej oraz obuwia ochronnego, zmiany wprowadzone w systemie wynagrodzeń w 2022 roku, określenie zakresu usług i standardu świadczeń w ramach opieki zdrowotnej, funkcjonowanie Zakładowego Funduszu Świadczeń Socjalnych oraz rozwój benefitów dostępnych na platformie kafeteryjnej. W obszarze operacyjnym, we współpracy z Przedstawicielami Pracowników, opracowywane są usprawnienia dotyczące procesów sklepowych, funkcjonowania systemów oraz metod pracy.

Badanie zaangażowania

Castorama regularnie przeprowadza badanie zaangażowania [„Twoje zdanie się liczy”](#), które pozwala lepiej zrozumieć potrzeby i oczekiwania pracowników. Jednym z kluczowych elementów otwartego dialogu w firmie jest polityka otwartych drzwi, dzięki której pracownicy mają stały dostęp do przełożonych, co sprzyja otwartej komunikacji i szybkiemu rozwiązywaniu problemów.

Od lat funkcjonuje i jest systematycznie [wzmacniana kultura „SpeakUp”](#), m.in. poprzez zapewnienie pracownikom anonimowego kanału do zgłaszania nieprawidłowości w środowisku pracy, naruszeń prawa oraz polityk i procedur obowiązujących w firmie. Dodatkowo, w grudniu 2024 roku firma wdrożyła procedurę dokonywania zgłoszeń wewnętrznych zgodnie z ustawą o ochronie sygnalistów. Każde zgłoszenie jest dokładnie analizowane w toku postępowania wyjaśniającego, a osoba zgłaszająca otrzymuje zawsze informację zwrotną. W roku finansowym 2023/2024 firma otrzymała 100 zgłoszeń, które zostały odpowiednio przeanalizowane.

Od 2016 roku w firmie działa [polityka antydyskryminacyjna i antymobbingowa](#), która w grudniu 2024 roku, na podstawie kilkuletnich doświadczeń, została zastąpiona Polityką przeciwdziałania dyskryminacji, mobbingowi oraz innym niepożądanym zjawiskom w środowisku pracy. Wszystkie te działania, wraz z akcjami informacyjnymi, inicjatywami edukacyjnymi oraz szkoleniami, mają na celu zapewnienie bezpiecznego i sprawiedliwego środowiska pracy oraz budowanie zaufania, które ma przekładać się na większe zaangażowanie i lojalność pracowników.



Bezpieczeństwo

Firma troszczy się o utrzymanie najwyższych standardów BHP we wszystkich swoich sklepach. Pracownicy mają dostęp do najlepszych narzędzi i rozwiązań, które zapewniają im nie tylko bezpieczeństwo, ale także komfort podczas pracy. Firma wdraża szereg działań i procedur mających na celu minimalizowanie ryzyka wypadków oraz promowanie kultury bezpieczeństwa, w tym m.in. poprzez: regularne szkolenia dla pracowników, (obowiązkowe i dodatkowe), odpowiednią odzież roboczą oraz sprzęt ochronny, taki jak obuwie robocze, kaski, rękawice i inne akcesoria BHP. Wysoki poziom bezpieczeństwa jest również widoczny w sklepach, gdzie odpowiednie zabezpieczenia, takie jak prowadnice przed wózkami jezdniowymi, chronią zarówno pracowników, jak i klientów.

Działania w zakresie BHP uregulowane są procedurami i politykami dotyczącymi bezpieczeństwa, które są aktualizowane na bieżąco. W organizacji działają Komisje ds. BHP, które monitorują i analizują sytuację w zakresie BHP, a także wprowadzają odpowiednie działania prewencyjne.

Inicjatywy

Dzień Bezpieczeństwa: coroczne wydarzenie mające na celu zwiększenie świadomości i promowanie bezpiecznych praktyk w miejscu pracy, z uwzględnieniem potrzeb różnych grup pracowników.

Zazwyczaj każdego roku firma wybiera temat przewodni, istotny dla biznesu, np. ręczne prace transportowe. W trakcie tej inicjatywy odbywają się praktyczne sesje, podczas których pracownicy uczą się, jak unikać zagrożeń i reagować w sytuacjach awaryjnych, prezentacje i wykłady prowadzone przez różnych ekspertów z obszarów BHP, medycyny pracy, ratownictwa. Stałą częścią tego dnia są symulacje sytuacji awaryjnych, które pomagają pracownikom zrozumieć procedury ewakuacyjne i poprawić ich reakcje w rzeczywistych sytuacjach. Podsumowaniem dnia są konkursy i testy, w których pracownicy mogą wziąć udział i zdobyć atrakcyjne nagrody.

Dzień Bezpieczeństwa to nie tylko okazja do nauki, ale także do budowania silniejszej, bardziej zintegrowanej społeczności pracowników, którzy wspólnie dbają o swoje bezpieczeństwo i dobrostan.



Podsumowanie szkoleń
w Castorama Polska

Pula szkoleń obowiązkowych: BHP,
kodeks postępowania itp.

Szkolenia w zakresie rozwoju
kompetencji dostosowane do danego
stanowiska

Szkolenia w formie stacjonarnej
i e-learningowej

Łącznie: **353 829** godzin szkoleniowych

Średnio **28,5 h** szkoleniowej
przypadającej na pracownika

Rozwój

Szkolenia to obszar, do którego firma przywiązuje szczególną uwagę. Mając na względzie ponad 40% pracowników, którzy pracują w Castorama 10 lat lub dłużej, firma podejmuje liczne inicjatywy szkoleniowe i rozwojowe, które z jednej strony pozwalają pracownikom lepiej i efektywniej wykonywać swoje obowiązki, z drugiej zaś – rozwijają ich kompetencje zarówno specjalistyczne, merytoryczne czy produktowe, jak i tzw. miękkie – z obszaru obsługi klienta, komunikacji, współpracy czy zarządzania zespołem (dla menadżerów).

Poprzez szkolenia Castorama zapoznaje pracowników z nowo wdrażanymi w firmie rozwiązaniami (jak np. wdrożenie marketplace), systemami czy programami (nowe usługi dla klientów, w tym projektowanie czy montaż) – dążąc nie tylko do budowania wiedzy niezbędnej do zapewnienia jak najlepszej obsługi klientom, ale także budując w ten sposób świadomość całego zespołu na temat zmian zachodzących w firmie oraz kierunków jej rozwoju.

Szkolenia odbywają się w formule online, e-learningowej oraz stacjonarnej. Łącznie w roku finansowym 2023/2024 pracownicy Castorama skorzystali z 353 829 godzin szkoleniowych, co stanowi aż 28,5h szkoleniowej średnio na pracownika.

Liczba godzin szkoleniowych zapewnionych pracownikom,
w podziale na kategorie pracownicze:



Kategoria pracownika	Łączna liczba pracowników		Szacunkowa liczba godzin szkoleniowych zapewniona pracownikom		Średnia liczba godzin szkoleniowych na pracownika	
	Kobiety	Mężczyźni	Kobiety	Mężczyźni	Kobiety	Mężczyźni
Kadra kierownicza (n-1)	7	25	149	763	21	31
Kadra kierownicza średniego szczebla	289	931	7507	27263	26	29
Pozostali pracownicy	4386	6777	104479	213667	24	32
Łącznie	4682	7733	112136	241693	24	31
Łącznie	12415		353829		28,5	

zatrudnione
kobiety

38%

15,5%



7,8%

01.2014

Luka
płacowa

01.2024

kobiety wśród kadry
wyższej kierowniczej

22%

kobiety wśród kadry
średniej kierowniczej

25%

34



137

2013/2014 Zatrudnieni 2023/2024
z niepełnosprawnościami

praktykanci w roku
finansowym 2023/2024

1316

Różnorodność

Różnorodność w odpowiedzialnych organizacjach stanowi kluczowy czynnik wpływający na innowacyjność, efektywność operacyjną oraz zdolność do adaptacji w dynamicznym środowisku biznesowym. Castorama, jako nowoczesna firma oparta na zasadach zrównoważonego rozwoju, postrzega różnorodność jako istotną wartość organizacyjną i przewagę konkurencyjną. Tworzy środowisko pracy, w którym każdy pracownik jest traktowany z szacunkiem, niezależnie od płci, wieku, orientacji seksualnej czy poziomu sprawności.

Liczba pracowników w podziale na płeć i wymiar czasu pracy



Wymiar czasu pracy	2013/2014			2023/2024		
	Kobiety	Mężczyźni	Łącznie	Kobiety	Mężczyźni	Łącznie
Pełny wymiar czasu pracy (pełen etat)	2806	6514	9320	4196	7695	11891
Niepełny wymiar czasu pracy (niepełen etat)	922	214	1136	487	45	532
Łącznie	3728	6728	10456	4683	7740	12423

Już w 2012 roku Castorama jako jedna z pierwszych firm w Polsce dołączyła do grona sygnatariuszy Karty Różnorodności, zobowiązując się do aktywnego promowania polityki równości i przeciwdziałania dyskryminacji w miejscu pracy. Współpracując z organizacjami takimi jak Diversity Hub, firma angażuje się w inicjatywy wspierające inkluzywność i budowanie środowiska pracy opartego na wzajemnym szacunku.

Aby skutecznie realizować te założenia, Castorama regularnie organizuje szkolenia rozwijające kompetencje liderów i całych zespołów w zakresie zarządzania różnorodnością. Inwestując w edukację i świadomość pracowników, firma wzmacnia swoją pozycję jako odpowiedzialny pracodawca, który aktywnie kształtuje nowoczesne standardy rynku pracy.



Wsparcie dla osób z niepełnosprawnościami: Firma aktywnie zwiększa zatrudnienie osób z niepełnosprawnościami, tworząc dla nich przyjazne i dostępne środowisko pracy. W latach 2023/2024 firma zatrudniała 137 osób z niepełnosprawnościami, co stanowi znaczący wzrost w porównaniu z 34 osobami zatrudnionymi dziesięć lat wcześniej.

Różnorodność wiekowa: pracownicy w organizacji reprezentują cztery pokolenia. Castorama daje szansę młodym talentom o czym świadczą liczby: w latach 2023/2024 dano możliwość odbycia praktyk i stażu 1316 osobom. Jednocześnie firma wykorzystuje doświadczenie i ekspertyzę starszych pracowników angażując ich do programów mentoringowych.

Działania na rzecz różnorodności i inkluzji są integralną częścią strategii biznesowej, bo w świadomości zespołu jest przekonanie, że tworzenie otwartego i wspierającego środowiska pracy przynosi korzyści nie tylko pracownikom, ale także całej organizacji oraz klientom.

Inicjatywy



Wsparcie dla Osób Neuroatypowych

Wprowadzenie „cichych godzin” w sklepach, aby osoby neuroatypowe mogły robić zakupy w bardziej komfortowych warunkach.



Kampania „Razem Silniejsi”

Kampania edukacyjna mająca na celu promowanie wartości różnorodności i budowanie otwartego środowiska pracy.



Warsztaty Majsterkowo

Organizowanie warsztatów Majsterkowo dla dorosłych osób z niepełnosprawnościami, które umożliwiają rozwijanie zdolności manualnych i kreatywności w przyjaznym otoczeniu.



Program „Inclu(vi)sion”

Współpraca z Fundacją Aktywizacja w ramach programu „Inclu(vi)sion”, który ma na celu wzrost zatrudnienia osób z niepełnosprawnościami i wypracowanie Standardu Inkluzyjnego Pracodawcy.



Planeta





Kinga Sowik

Dyrektorka ds. Odpowiedzialnego
Biznesu Castorama Polska

W Castorama chcemy nie tylko ograniczać wpływ naszego biznesu na środowisko, ale także pomagać w tworzeniu przyjaznych ludziom i planecie warunków mieszkaniowych. Jednym z naszych kluczowych celów jest dekarbonizacja.

W ramach prowadzonych działań redukujemy nasz ślad węglowy (dotąd zredukowany o 67%) – produkujemy i kupujemy zieloną energię, poprawiamy efektywność energetyczną naszych budynków oraz udoskonalamy rozwiązania transportowe. Obecnie posiadamy 74 instalacje fotowoltaiczne o łącznej mocy 5,2MW. Rozwijamy także Program Efektywności Energetycznej dla naszych klientów – to ponad 2000 produktów, które w realny sposób wspierają poprawę jakości powietrza w Polsce.

Bierzemy odpowiedzialność za środowisko

Od lat Castorama systematycznie identyfikuje i analizuje swój wpływ na środowisko, koncentrując się na kluczowych obszarach takich jak zużycie energii i paliw, materiałów, wykorzystanie zasobów naturalnych (w tym drewna) oraz generowanie odpadów.

W ciągu ostatniej dekady Castorama wdrożyła szereg rozwiązań prośrodowiskowych. Wprowadzone inicjatywy miały na celu redukcję emisji CO₂, oszczędność energii oraz promowanie produktów ekologicznych. Proces transformacji w kierunku energooszczędności i redukcji zasobochłonności, zarówno w operacjach, jak i w produktach oferowanych klientom, stanowił wyzwanie, jednak osiągnięte wyniki potwierdzają zdolność firmy do skutecznego działania w tym zakresie. Między innymi w ciągu ostatnich dziesięciu lat udało się zredukować emisje CO₂ z zakresu 1 i 2 o 67%, a emisje z zakresu 3 o 41,6% na każdy milion funtów obrotu.

Dbanie o planetę to dla firmy nie tylko ogólne idee, ale także konkretne, oddolne inicjatywy realizowane w sklepach, które w skali 12 tysięcy pracowników i 107 lokalizacji przynoszą efekt domina, przekładając się na konkretne wyniki, takie jak redukcja emisji, zmniejszenie ilości odpadów, oszczędności operacyjne oraz poprawa jakości oferty, w tym upowszechnianie w ofercie certyfikowanego drewna i papieru oraz ponad 29 tysięcy produktów spełniających kryteria zrównoważonego rozwoju jako tzw. Zrównoważone Produkty dla Domu (SHP).

Priorytety dla działań na rzecz środowiska:



Demokratyzacja

Ułatwianie dostępu do ekologicznych rozwiązań dla domu, poprzez zrównoważone i przystępne cenowo produkty oraz rozwijanie usługi wspierających prośrodowiskowe nawyki konsumenckie.



Dobrostan

Pomoc klientom w poprawianiu swoich warunków mieszkaniowych bez szkody dla środowiska.



Dekarbonizacja

Zmniejszanie własnego śladu węglowego, produkcję i kupno zielonej energii oraz dbanie o poprawę jakości powietrza w całym kraju poprzez kompleksowe rozwiązania w ramach programu Efektywności Energetycznej.

WPŁYW castorama



Emisja
i energia



Transport



Materiały
i odpady



Drzewo
i papier

Cele odpowiedzialnego biznesu



Kingfisher dąży do osiągnięcia zerowej emisji netto w Zakresie 1 i 2 do 2040 roku oraz do osiągnięcia zerowej emisji netto w Zakresie 3 w całym łańcuchu wartości do 2050 roku.



Firma planuje zapewnić 100% zakupu drewna i papieru do produktów i katalogów z odpowiedzialnych źródeł do roku 2025/26.



Grupa Kingfisher planuje osiągnąć do 2025/26 roku pozytywną gospodarkę leśną.



5 kroków Castorama
do zerowej emisyjności
(Zakres 1 i 2 gazów cieplarnianych)



Emisje i energia

Dążenie do neutralności klimatycznej jest jednym z kluczowych celów Castorama Polska. Dlatego podejmowane działania obejmują:

- ✓ **inwestycje w odnawialne źródła energii:** instalacje fotowoltaiczne, które obecnie znajdują się na niemal 70% sklepów. Dzięki temu firma znacząco zmniejsza emisje CO₂ związane z zużyciem energii elektrycznej,
- ✓ **poprawę efektywności energetycznej:** o 36% zredukowano zużycie energii elektrycznej pomimo budowy nowych sklepów,
- ✓ **wymianę źródeł ogrzewania we własnych operacjach:** w ciągu ostatnich 10 lat zredukowano o 16% zużycie gazu na cele grzewcze,
- ✓ **redukcję emisji w transporcie.**

Ślad węglowy w podziale na Zakres 1, 2 i 3



Emisja gazów cieplarnianych w Zakresie 1 i 2

Zakres emisji	Jednostka	2013/14	2023/24
Całkowite emisje CO ₂ e w Zakresie 1	tona	12 687,49	15 261,61
Całkowite emisje CO ₂ e w Zakresie 2 (w ujęciu market-based)	tona	-	6 908,56
Całkowite emisje CO ₂ e w Zakresie 2 (w ujęciu location-based)	tona	61 593,09	45 778,09
Całkowite emisje CO ₂ e w Zakresie 3	tona	-	2 332 695,8

Emisja gazów cieplarnianych w Zakresie 3 – Szczegóły według kategorii

Kategoria 1: Zakupione towary i usługi	tona	-	456 028,5
Kategoria 3: Działania związane z paliwami i energią	tona	-	17 959,60
Kategoria 4: Logistyka w zakresie wyższego szczebla łańcucha wartości	tona	-	8 655,36
Kategoria 5: Odpady generowane w wyniku prowadzonej działalności	tona	-	3 110,35
Kategoria 11: Użytkowanie sprzedanych produktów	tona	-	1 846 942,00



3 426 MWh

ilość wyprodukowanej energii przez panele fotowoltaiczne na dachach sklepów w 2024 roku



100%

zakupionej energii elektrycznej do zasilania nieruchomości Castorama pochodzi ze źródeł odnawialnych



rok 2040

cel dotyczący osiągnięcia neutralności klimatycznej w działalności operacyjnej (Zakres 1 i 2)



30%

tyle obiektów jest wyposażonych w pompy ciepła



38 kWh

o tyle energii mniej zużywa oświetlenie LED, zainstalowane we wszystkich sklepach

Inicjatywy

Castorama dokonuje istotnych zmian, aby do 2040 roku osiągnąć całkowitą neutralność emisyjną.
Inwestycje w odnawialne źródła energii:

- ✓ 74 instalacje fotowoltaiczne
- ✓ moc 5,2 MW
- ✓ w 2025 rozbudowa o kolejne 2 MW

Firma inwestuje w produkcję i zakup zielonej energii, poprawę efektywności energetycznej i instalację zrównoważonych rozwiązań we własnych budynkach. Wspiera także optymalizację procesów logistycznych pod kątem zmniejszania emisji CO₂ w łańcuchu dostaw.

Obecnie znaczną część zapotrzebowania energetycznego w większości sklepów i centrów dystrybucyjnych pokrywają źródła odnawialne, dzięki zainstalowanym panelom fotowoltaicznym. Wszystkie obiekty są wyposażone w systemy zarządzania budynkiem (BMS), które pozwalają na kontrolę zużycia energii. W centrach logistycznych zainstalowano urządzenia mieszające powietrze w wysokich halach, co pozwala na efektywniejsze ogrzewanie.

Zużycie energii	Jednostka	2013/14	2023/24
Energia elektryczna	kWh	78 829 070,00	50 812 147,62
Gaz ziemny	kWh	31 925 024,80	26 825 901,00
Diesel	litry	-	4 271,86
LPG/Propan na cele grzewcze	litry	808 076,90	60 168,00
LPG/Propan do wózków widłowych	kg	-	286 473,00
Ciepło sieciowe	kWh	8 334 543,60	8 725 459,08
Zużycie - energia el.wytwarzana bezpośrednio we własnych instalacjach fotowoltaicznych	kWh	-	1 627 896,11

Transport

Redukcja emisji to także usprawnianie procesów logistycznych i dekarbonizacja łańcucha dostaw.



90%

wózków widłowych użytkowanych
w budynkach Castorama działa na prąd



96%

dostaw z importu realizowanych jest transportem intermodalnym:
drogą morską i za pomocą transportu kolejowego zamiast ciężarówkami,
co przekłada się na redukcję około 2 000 ton emisji CO₂ (przy 50 000 ton
transportowanych produktów)



↓ 15%

zmniejszenie liczby przejazdów oraz emisji CO₂ dzięki efektywnemu
wykorzystaniu ładowności pojazdów w transporcie drogowym



2313 ton

tyle CO₂ nie trafiło do atmosfery dzięki optymalizacji
procesów logistycznych





Piotr Bober

Dyrektor ds. Jakości i Zrównoważonego Rozwoju

W DNA Castorama tkwi praktyczne podejście i dawanie narzędzi, aby samemu stworzyć lepsze otoczenie. Duża zmiana na lepsze może powstać z wielu małych działań – choćby takich jak wybór doniczki z przetworzonego materiału. Decyzja o realizacji projektu cyrkularnych doniczek to dla Castoramy "eko logiczny wybór", bo łączy to co dobre, czyli troskę o środowisko, z tym co praktyczne, gdyż daje konsumentom użyteczne narzędzia do zmiany na lepsze. Projekt cyrkularnych doniczek to część szerszych działań na rzecz zrównoważonych nawyków konsumenckich. Wyjątkowość tego projektu polega na wykorzystaniu własnych odpadów jako surowca do produkcji. To innowacyjne podejście zamyka obieg materiałów najkrótszą możliwą drogą, co jest rzadko spotykane w komercyjnej produkcji.

Materiały i odpady

Gospodarka obiegu zamkniętego to dla Castoramy w praktyce troska o zasobooszczędne projektowanie i produkcję produktów marek własnych oraz odpowiedzialne zarządzanie odpadami. W odpowiedzi na to wyzwanie, firma podejmuje szereg inicjatyw mających na celu efektywne zarządzanie odpadami zarówno wewnątrz organizacji, jak i wśród swoich klientów.

Od lat firma prowadzi współpracę z lokalnymi partnerami i dostawcami, którzy zapewniają odpowiednie przetwarzanie i utylizację odpadów, a oprócz tego aktywnie promuje zasady gospodarki o obiegu zamkniętym, które obejmują projektowanie produktów z myślą o trwałości i recyklingu, zmniejszenie zużycia zasobów oraz zamknięcie cyklu życia produktów poprzez ponowne wykorzystanie i regenerację materiałów.

W 2023/2024 roku do recyklingu zostało oddane prawie 60% wygenerowanych przez Castorama odpadów, a tylko 16% wszystkich odpadów trafiło na wysypisko.



Uruchomiony w 2024 roku program **Zero odpadów na wysypiska** to kolejny krok w kierunku doskonalenia gospodarki odpadowej, wynikający z dostrzeżenia obszarów wymagających dalszych optymalizacji. Jego celem jest poprawa dotychczasowych wyników w zakresie zmniejszania ilości odpadów trafiających na wysypiska, poprzez wprowadzenie bardziej efektywnych rozwiązań w obszarze recyklingu oraz ponownego wykorzystania surowców.



Inicjatywy

1. Kwiaty za elektrograty: we współpracy z Organizacją Odzysku Sprzętu Elektrycznego i Elektronicznego AURAEKO oraz MB Recycling od 2011 roku we wszystkich sklepach sieci Castorama prowadzona jest corocznie akcja „Kwiaty za elektrograty”, w ramach której każdy może przynieść zużyty sprzęt elektroniczny i w zamian otrzymać rośliny doniczkowe.

Od początku działania zebraliśmy 5963 tony.

Akcja ta ma na celu edukację na temat znaczenia segregacji odpadów dla środowiska. Zbierany jest niemal każdy rodzaj sprzętu elektronicznego i elektrycznego: od dużych i małych urządzeń AGD i RTV, przez elektronarzędzia, po baterie i telefony komórkowe.

W 2024 roku:

- ✓ zebraliśmy: 1100 ton elektroodpadów
- ✓ rozdaliśmy: 750 tys. sezonowych kwiatów (bratków i wrzosów)

2. Cyrkularne doniczki: Castorama zmierzyła się z wyzwaniem zagospodarowania 1500 ton odpadów rocznie w postaci folii. Globalna produkcja tworzyw sztucznych wynosi około 370 milionów ton rocznie, z czego znacząca część to folia wykonana z materiału LDPE. Zaledwie około 10% wszystkich tworzyw sztucznych trafia ponownie do obiegu.

W odpowiedzi na to wyzwanie, Castorama we współpracy z firmą Deko Eko oraz Stena Recycling opracowała estetyczny i trwały produkt – doniczki z materiałów pochodzących w całości z recyklingu LDPE. Jest to przykład praktycznego podejścia do tworzenia produktów o pozytywnym wpływie na środowisko.

3. Program Zero odpadów na wysypiska to inicjatywa mająca na celu znaczne ograniczenie, a nawet całkowite wyeliminowanie odpadów, które nie mogą być powtórnie przetworzone. W ramach projektu sieć udoskonala proces zarządzania odpadami w swoich sklepach oraz edukuje pracowników w zakresie odpowiedzialnego gospodarowania nimi. Celem jest zmniejszenie liczby odpadów trafiających na wysypiska, w tym szczególnie odpadów budowlanych – największej frakcji odpadów generowanej w sklepach Castorama.



sklepy w programie

42



zaangażowanych pracowników

4500+



frakcji odpadowych

11



czystego gruzu do końca 2024

810 ton





Wytworzone odpady

Odpady w podziale na sposób zagospodarowania	Jednostka	2013/14	2023/24
Całkowita ilość wytworzonych odpadów (składowanie, spalanie, recykling, inne metody)	Tona	26 606,51	31 263,51
Odpady kierowane na wysypiska	Tona	22 443,85	26 250,37
Odpady usunięte ze składowisk	%	84,35	83,96
Całkowita ilość odpadów poddanych recyklingowi	Tona	20 303,01	18 690,99
Odpady poddane recyklingowi (% wytworzonych odpadów)	%	76,31	59,79
Całkowita ilość odpadów składowanych i spalanych	Tona	6 303,50	8 256,03
Odpady składowane i spalane (% wytworzonych odpadów)	%	23,69	26,41

Szczegóły dotyczące unieszkodliwianych odpadów – spalanie z odzyskiem energii

Odpady w podziale na sposób zagospodarowania	Jednostka	2013/14	2023/24
Całkowita ilość odpadów przekazanych do spalania z odzyskiem energii	Tona	2 140,47	3 239,33
Odpady do spalania z odzyskiem energii (% wytworzonych odpadów)	%	8,04	10,36
Całkowita ilość odpadów poddanych spalaniu bez odzysku energii	Tona	0,19	3,56
Odpady do spalania bez odzysku energii (% wytworzonych odpadów)	%	0,00	0,01
Całkowita ilość odpadów usuniętych na składowisko	Tona	4 162,66	5 013,14
Odpady składowane na wysypiskach (% wytworzonych odpadów)	%	15,65	16,04

 - **30 tys.**

zasadzonych drzew przy współpracy
z Lasami Państwowymi

 - **94,6%**

tyle drewna i papieru w artykułach,
pochodziło w 2023 roku
z odpowiedzialnych źródeł

Wspólnie z Kampinoskim
oraz Słowińskim Parkiem
Narodowym, chronimy
ekosystemy leśne

Drzewa i papier

Castorama Polska od lat realizuje misję ochrony lasów i zrównoważonego zarządzania zasobami naturalnymi. Celem całej Grupy Kingfisher, w tym Castorama, jest osiągnięcie statusu firmy Forest Positive, czyli osiągnięcie pozytywnej gospodarki leśnej.

Odpowiedzialne pozyskiwanie surowców jest kluczowe dla ochrony środowiska. Dlatego w 2023/2024 **94,6%** (w 2021/2022 wynik sięgał 80,5%) drewna i papieru używanego w produktach sprzedawanych w Castoramie spełniało kryteria odpowiedzialnego zakupu, w tym **72,2% posiadało certyfikat FSC®**, **26,7% PEFC™***, a 1,1% pochodzi ze zweryfikowanych źródeł recyklingu.

Zobowiązanie do ochrony lasów obejmuje również inne materiały pochodzenia leśnego, takie jak kora, bambus, kokos, korek, rattan, guma, wierzba, soja, olej palmowy i skóra. Dbamy o to, aby pochodziły one z odpowiedzialnie zarządzanych źródeł, które nie przyczyniają się do wylesiania.

Castorama nieustannie dąży do poprawy standardów odpowiedzialnego pozyskiwania surowców i angażuje również dostawców w procesy certyfikacji i zbierania danych.

Działania w zakresie odpowiedzialnego wykorzystania surowców drzewnych dotyczą także działalności operacyjnej Castorama. W 2024 roku we wszystkich sklepach wdrożono m.in. usprawnienia w sektorze obsługi klienta, które znacząco przyczyniły się do ograniczenia zużycia papieru – osiągnięta roczna oszczędność papieru odpowiada zachowaniu lasu o powierzchni 2 hektarów.

Również działania komunikacyjne w Castoramie Polska i marketingowe prowadzone są za pomocą nowoczesnych form technologicznych z coraz mniejszym użyciem papieru. Jeśli drukowane są katalogi, wówczas wykorzystywany papier również spełnia powyższe standardy, co potwierdza 99,9% zgodności.

Bycie Forest Positive to misja i pasja,
bo „razem budujemy przyszłość”



*FSC, PEFC – certyfikaty potwierdzające pochodzenie papieru i tektury z odpowiedzialnych źródeł

Inicjatywy

1. W 2024 Castorama Polska dołączyła do ogólnopolskiego programu Re:Generacja, który skupia się na ochronie różnorodności biologicznej i odbudowie zagrożonych ekosystemów naturalnych w Polsce.

Program uruchomiony w 2021 roku przez UNEP/GRID-Warszawa, afiliowany przy Programie Organizacji Narodów Zjednoczonych ds. Środowiska, koncentruje się na ochronie i aktywnym wspieraniu polskich lasów oraz dzikich terenów w parkach narodowych, rezerwatach przyrody i obszarach Natura 2000.

W ramach programu Castorama Polska objęła opieką dwa parki narodowe – Kampinoski Park Narodowy i Słowiński Park Narodowy.

2. Projekt sadzenia młodych sosen Podlasie, Białogrądy – 7 tys. młodych sosen na terenie prawie 8 hektarów, 100 wolontariuszy ze sklepów i biura Castorama.

Przejrzystość danych – nasz priorytet

Firma przygotowuje się do wdrożenia dwóch kluczowych regulacji: European Union Deforestation Regulation (EUDR) oraz General Product Safety Regulation (GPSR). Obie odgrywają istotną rolę w ochronie bioróżnorodności oraz zapewnieniu bezpieczeństwa w łańcuchu dostaw.

Celem sieci jest zagwarantowanie, że oferowane produkty spełniają najwyższe standardy ochrony środowiska i bezpieczeństwa konsumentów. EUDR ma na celu minimalizację ryzyka związanego z wylesianiem i degradacją lasów, co przyczyni się do zrównoważonego zarządzania zasobami naturalnymi. Z kolei GPSR zapewnia, że produkty wprowadzane na rynek UE są bezpieczne dla konsumentów, co jest szczególnie istotne w kontekście globalizacji łańcuchów dostaw i dynamicznego rozwoju technologii.

W przyszłości firma planuje podjęcie działań związanych z opracowaniem i wdrożeniem polityk dotyczących materiałów skórzanych, bawełny oraz dobrostanu zwierząt. Ponadto przewidziano szkolenia dla dostawców w zakresie nowoczesnych form niewolnictwa oraz praw człowieka.



Klienci





Robert Wicha

Dyrektor Handlowy
Castorama Polska

Każde, nawet małe wybory mogą robić wielką różnicę. Dlatego w naszej ofercie stawiamy na Zrównoważone Produkty dla Domu, które pomagają oszczędzać wodę i energię lub są wykonane z bardziej przyjaznych planecie tworzyw. Już teraz stanowią one 40% naszej sprzedaży. Chcemy, żeby lepsze wybory były prostsze dla każdego – bo troska o planetę zaczyna się od codziennych decyzji, a lepszy dom to taki, który jest dobry nie tylko dla nas, ale i dla przyszłych pokoleń.

Klienci i ich potrzeby stanowią inspirację do tworzenia prośrodowiskowych i prospołecznych rozwiązań.

Ich satysfakcja i bezpieczeństwo są kluczowe dla sukcesu biznesowego Castorama. Dlatego sieć dba o poznanie i zrozumienie potrzeb klientów, ich zachowań i opinii, aby móc dostarczać produkty i usługi, które są na oczekiwanym przez nich poziomie. Kluczową rolę w tym procesie odgrywają doradcy w sklepach, którzy profesjonalnie wspierają klientów w ich projektach.

Castorama pomaga klientom tworzyć nie tylko nowoczesne, ale także bardziej ekologiczne, zdrowsze domy – takie, które są energooszczędne i zasobooszczędne, wykorzystują przyjazne dla planety materiały i są wolne od szkodliwych chemikaliów. Nie da się troszczyć o planetę nie zmieniając produktów i usług, które są oferowane przez sieć.

W tym obszarze jest jeden, bardzo konkretny cel – sprawić, żeby oferowane produkty były jak najbardziej przyjazne dla planety, począwszy od projektu do końca cyklu życia produktu włączając w to utylizację.

Cele odpowiedzialnego biznesu



60% sprzedaży Grupy Kingfisher ma pochodzić z naszych Zrównoważonych Produktów dla Domu (SHP) do roku 2025/26, w tym 70% sprzedaży produktów własnej marki (Own Exclusive Brands).

do 2025/2026 roku
udziału w sprzedaży mają
stanowić produkty SHP

60%

do 2025/2026 roku
udziału w sprzedaży mają
stanowić produkty marki OEB

70%

Dbamy o dobrobyt domów i środowiska

Każdy ma swoje gwiazdy! W Castorama Polska należą do nich produkty, które mają pozytywny wpływ na środowisko, czyli mają wpływ na oszczędność wody, energii, wykonane są z materiałów bezpiecznych dla środowiska lub pochodzących z recyklingu.

W ofercie sieci istotną rolę odgrywają produkty marek własnych o obniżonym śladzie środowiskowym, wytwarzane zgodnie z najwyższymi standardami zrównoważonego rozwoju – tzw. Zrównoważone Produkty dla Domu (Sustainable Home Products)

Zrównoważone Produkty dla Domu (SHP)

Sustainable Home Products (SHP) to produkty weryfikowane wewnętrznie przez Kingfisher według ustandaryzowanej metodologii. Produkty te są projektowane z myślą o zmniejszeniu zużycia zasobów, takich jak energia i woda, oraz o minimalizacji odpadów. Obecnie to ponad 28 tysięcy różnorodnych produktów.

W ramach SHP klienci mogą znaleźć produkty, które:



Oszczędzają energię: na przykład żarówki LED oraz urządzenia o wysokiej klasie energetycznej.



Oszczędzają wodę: baterie i prysznice z funkcją ograniczania przepływu wody.



Zmniejszają ilość odpadów: kompostowniki oraz produkty wykonane z materiałów pochodzących z recyklingu.



Wspierają zdrowy dom: farby o niskiej zawartości lotnych związków organicznych (VOC) oraz środki czystości na bazie naturalnych składników.



Oszczędzamy
wodę*

Wyniki, z których
jesteśmy szczególnie
dumni

27 tys.

produktów spełniających kryteria
Zrównoważonych Produktów
dla Domu (SHP) w FY23/24

41,4%

sprzedaży produktów
Zrównoważonych Produktów
dla Domu (SHP) w FY23/24



2281

produktów z oznaczeniem
Green Star w ofercie w FY23/24

Green Star

W ramach gamy Zrównoważonych Produktów dla Domu Castorama wprowadziła specjalne oznaczenie Green Star, które mają ułatwić klientom podejmowanie odpowiedzialnych wyborów. To gama rozwiązań o szczególnych korzyściach środowiskowych. Produkty ze znakiem Green Star mają wyróżniać się na półkach sklepowych i jasno wskazywać konsumentom, że są one szczególnie wartościowe dla planety. Charakteryzują się następującymi cechami:



Pomagają oszczędzać zasoby: na przykład urządzenia i akcesoria zmniejszające zużycie wody lub energii.



Wspierają bioróżnorodność: takie jak domki dla owadów, budki lęgowe oraz nasiona roślin przyjaznych dla pszczoł.



Zostały wykonane z odpowiedzialnych materiałów: obejmuje to drewno posiadające certyfikaty FSC/PEFC oraz produkty z recyklingu.



Ograniczają użycie chemikaliów: w tym ekologiczne środki czystości oraz alternatywy dla tradycyjnych nawozów i pestycydów.





Transformacja energetyczna a potrzeby społeczne

Sieć opiera swoją strategię produktową na równoważeniu dostępności produktów z koniecznością transformacji energetycznej, dbając o dostęp do korzystnych cenowo i niezbędnych źródeł energii, a z drugiej strony promując i rozwijając bardziej zrównoważone alternatywy, które w dłuższej perspektywie są korzystniejsze dla środowiska i społeczeństwa.

Firma dąży do tego, aby **produkty i usługi były dostępne dla jak najszerszego grona odbiorców**, niezależnie od ich możliwości finansowych czy miejsca zamieszkania. Takim newralgicznym produktem jest np. węgiel, a kluczowe wyzwanie – ubóstwo energetyczne, które dotyczy osób i gospodarstw domowych niezdolnych do pokrycia podstawowych potrzeb energetycznych, takich jak ogrzewanie czy dostęp do elektryczności.

Wycofanie tego produktu z oferty miałoby zatem swoje konsekwencje społeczne.

Odpowiedzialne pakowanie – czas na zmiany

Castorama angażuje się także we współpracę z dostawcami i partnerami branżowymi, aby wdrażać innowacyjne technologie oraz promować dobre praktyki w zakresie projektowania i wykorzystywania opakowań.

Istotnym wyzwaniem dla całej branży handlowej jest nadmierna produkcja odpadów opakowaniowych. Plastikowe i jednorazowe materiały często trafiają na wysypiska lub na teren ekosystemów naturalnych, przyczyniając się do zanieczyszczenia gleby i wód oraz stanowiąc zagrożenie dla dzikiej przyrody.

Firma koncentruje się na poszukiwaniu i wdrażaniu bardziej zrównoważonych rozwiązań, które pozwolą na redukcję odpadów, jednocześnie spełniając najwyższe standardy jakości i bezpieczeństwa. W nadchodzących latach kluczowym celem jest rozwój ekologicznych alternatyw, takich jak opakowania biodegradowalne, materiały pochodzące z recyklingu oraz rozwiązania wielokrotnego użytku.



Usługi wspierające zrównoważony dom

Castorama to nie tylko produkty, to kompleksowe podejście do projektów budowlanych i remontowych. Dlatego firma inwestuje także w innowacyjne usługi, które wspierają konsumentów w bardziej odpowiedzialnych działaniach – wspierania gospodarki obiegu zamkniętego, poprawy efektywności energetycznej, czy świadomej konsumpcji.

Dzięki skoncentrowaniu na oczekiwaniach i potrzebach klienta, Castorama rozwija rozwiązania, które są zarówno ekologiczne, jak i ekonomiczne, przyczyniając się do ochrony środowiska i oszczędności zasobów oraz energii.

1. Castorefill: urządzenie wspierające działania proekologiczne promujące odpowiedzialne zakupy środków czystości wraz z pochodzącą z recyklingu plastikową butelką wielokrotnego użytku. Kolejne zakupy to tylko produkt.

Dzięki takiemu rozwiązaniu ograniczona jest ilość odpadów.

2. Program Efektywności Energetycznej, w ramach którego sieć oferuje wachlarz produktów i usług (oznaczonych symbolem „Czyste Powietrze”, np. efektywne źródła ciepła, fotowoltaika, izolacja termiczna, stolarka zewnętrzna, wentylacja mechaniczna), które pomogą klientowi skutecznie zmodernizować swój dom. Marka zapewnia kompleksowe wsparcie eksperckie, doradztwo oraz pomoc w usłudze montażu.

- ✓ **136 200zł** – maksymalna kwota dofinansowania w ramach programu **Czyste Powietrze**
- ✓ **2,5 tys.** – tyle produktów z oferty Castoramy jest oznaczona symbolem **Czyste Powietrze** (2023) i może podlegać dofinansowaniu
- ✓ **110** – liczba Ekspertów ds. Efektywności Energetycznej (grudzień 2024)
- ✓ **55** sklepów z ofertą efektywności energetycznej na koniec 2024 roku

Badanie Dom Jutra

- efektywność energetyczna oczami klientów Castorama

Przeprowadzone w 2023 roku badanie Dom Jutra miało na celu lepsze zrozumienie potrzeb klientów oraz dostosowania oferty firmy do rosnących oczekiwań związanych z efektywnością energetyczną i ekologicznymi inwestycjami.

W ramach badania, najbardziej zaangażowani pracownicy Castoramy wcielili się w rolę ankieterów-ochotników, przeprowadzając ponad **1500 ankiet** bezpośrednio w domach respondentów, a dodatkowe **300 ankiet** zostało zrealizowanych wśród stałych odbiorców newsletteru Castorama.

Kluczowe dane i wnioski z raportu:

1. Świadomość efektywności energetycznej

- ✓ 36% klientów dokładnie rozumie pojęcie efektywności energetycznej
- ✓ 33% aktywnie poszukuje informacji na ten temat
- ✓ Większość (90%) szuka informacji w internecie, ale tylko 35% na stronach rządowych

2. Zainteresowanie dofinansowaniami

- ✓ 75% klientów wykazuje zainteresowanie programem "Czyste Powietrze"
- ✓ 31% ubiegało się o dofinansowanie, ale 25% z nich napotkało bariery biurokratyczne (skomplikowane procedury oraz konieczność wkładu własnego)

3. Najczęściej stosowane rozwiązania energooszczędne

- ✓ Oświetlenie LED – 96%
- ✓ Termostaty – 72%
- ✓ Czujniki ruchu – 56%
- ✓ Zaawansowane technologie (pompy ciepła, systemy SMART) są nadal mało popularne.

Wnioski z raportu wskazują, że klienci Castorama potrzebują łatwiejszego dostępu do informacji na temat korzyści finansowych oraz możliwości dofinansowań związanych z modernizacją energetyczną. Choć zainteresowanie ekologicznymi inwestycjami jest wysokie, wiele osób napotyka bariery formalne, które utrudniają realizację planowanych działań.

W tej sytuacji Castorama ma szansę odegrać kluczową rolę jako doradca i edukator, wspierając klientów w podejmowaniu świadomych decyzji i ułatwiając im przejście przez proces modernizacji domów.





Współpraca z dostawcami

Castorama na co dzień **współpracuje z około 400 dostawcami**. Budowanie długotrwałych, partnerskich relacji jest kluczowym elementem strategii biznesowej. Takie działania przynoszą wzajemne korzyści, gdyż wsparcie dostawców, doskonalenie, współtworzenie procesów, edukacja, przekłada się na lepszą jakość produktów i usług oferowanych naszym klientom.

Relacje z dostawcami pozwalają na większą elastyczność i szybsze reagowanie na zmieniające się potrzeby rynku, przyczynia się do rozwoju lokalnych gospodarek i tworzenia miejsc pracy. Współpraca z lokalnymi przedsiębiorstwami znacznie skraca łańcuch dostaw, co przekłada się na niższe koszty i mniejszy ślad węglowy. Co ważne, aż 72% z grupy dostawców, stanowią polscy przedsiębiorcy.

Bliska współpraca prowadzi do wspólnego poszukiwania innowacyjnych rozwiązań oraz aktywnego wsparcia dostawców na różnych etapach transformacji, w tym w certyfikacji proekologicznych standardów.

Firma realizuje różnorodne programy pomocowe, oferując doradztwo w zakresie dostosowania się do nowych standardów.

Kraj dostawcy	Liczba produktów	Udział
Polska	41 122	72,3%
Chiny	6 538	11,5%
Włochy	2 519	4,4%
Hong Kong	2 255	4,0%
Niderlandy	1 124	2,0%
Niemcy	592	1,0%
Francja	506	0,9%
Wielka Brytania	310	0,5%
Indie	301	0,5%
Tajwan	290	0,5%
Pozostałe	1 332	2,3%



Kodeks dostawców



Ochrona praw człowieka



Dekarbonizacja w łańcuchu dostaw

- Firma od lat podejmuje zdecydowane kroki w celu zapewnienia zgodności produktów pozyskiwanych od dostawców, z najwyższymi standardami etycznymi i prawnymi.

Wszyscy dostawcy Castorama Polska są zobligowani do przestrzegania **polityk odpowiedzialnego biznesu**, które zobowiązują ich do przestrzegania określonych standardów etycznych. Proces weryfikacji dostawców odbywa się poprzez ich rejestrację w systemach takich jak SEDEX, Ecovadis bądź Amfori BSCI. Od dwóch lat każdy z dostawców musi być zarejestrowany w jednej z tych platform.

- Castorama przywiązuje szczególną wagę do ochrony praw człowieka, traktując ją jako kluczowy aspekt współpracy z dostawcami. Ochrona praw człowieka jest priorytetem. W ramach stworzonej matrycy kategorii produktowych i krajów, można identyfikować dostawców z krajów objętych sankcjami lub z krajów wysokiego ryzyka. Każdy nowy dostawca jest prowadzony przez proces weryfikacji. Obecnie w systemie istnieje około 400 dostawców.

- W 2024 Castorama, wraz z pozostałymi spółkami Grupy Kingfisher, postawiła sobie ambitne cele dotyczące redukcji **emisji pośrednich** (Zakres 3), które powstają w całym łańcuchu dostaw. Celem jest redukcja emisji o 46% do 2030 roku, w porównaniu do roku 2017/18, a finalnie osiągnięcie neutralności emisyjnej w 2050.

Część emisji CO₂ generowanych w Grupie Kingfisher oraz Castorama Polska stanowią właśnie emisje pośrednie związane z procesami produkcyjnymi (upstream) oraz użytkowaniem produktów przez klientów (downstream). To aż 90% całkowitych emisji CO₂ Grupy Kingfisher oraz 95,8% w Castorama Polska. Dlatego współpraca z dostawcami jest kluczowa dla realizacji wspólnych celów w zakresie ochrony klimatu.

W ramach działań mających na celu redukcję emisji po stronie dostawców, Castorama będzie koncentrować się na:

- ✓ stosowaniu materiałów o niskim śladzie węglowym przy wyborze produktów i projektowaniu,
- ✓ zaangażowaniu dostawców w redukcję emisji w górnych częściach łańcucha wartości oraz monitorowaniu postępów.

W 2024 roku sieć rozpoczęła program angażowania dostawców w dekarbanizację ich działalności operacyjnej. Firma realizuje różnorodne programy edukacyjne, oferując doradztwo w zakresie dostosowania się do nowych standardów o niższym poziomie emisyjności.

W przypadku 100 największych dostawców Grupy Kingfisher pod względem emisji Zakresu 3, celem jest stworzenie i wdrożenie planu dekarbonizacji zgodnego z Science Based Targets initiative (SBTi) do roku 2028.



Spółeczności lokalne



Paweł Świętochowski

Prezes Fundacji Castorama

Castorama to nie tylko marka, ale także siła napędowa zmian społecznych. Wierzymy, że biznes ma moc kształtowania rzeczywistości, a nasza rola nie kończy się na dostarczaniu produktów – to także zobowiązanie do budowania lepszego jutra. Nasze działania są ukierunkowane na rzeczywisty wpływ na otoczenie i dążenie do poprawy warunków życia tych, którzy tego najbardziej potrzebują.

Lokalne społeczności to najbliższe otoczenie sklepów Castorama, które firma aktywnie wspiera, pełniąc rolę dobrego sąsiada.

Dostrzegając potrzeby społeczne, Castorama stara się lepiej rozumieć wyzwania lokalnych społeczności i dynamicznie reagować na sytuacje kryzysowe. Dlatego angażuje się w działania pomocowe tam, gdzie są one najbardziej potrzebne, budując długoterminowe rozwiązania i inspirując innych do wspólnego działania. W ostatnich latach klęski żywiołowe, pandemia czy wojna w Ukrainie pokazały, jak ważna jest solidarność i szybka mobilizacja zasobów, co pozwoliło Castoramie skutecznie wspierać osoby w trudnych sytuacjach.

Sieć 107 sklepów Castorama w Polsce stanowi przestrzeń, gdzie lokalne potrzeby spotykają się z zaangażowaniem pracowników. Jako integralna część społeczności, pracownicy sklepów doskonale rozumieją wyzwania, z jakimi mierzy się ich otoczenie. **Castorama przekazuje to, co ma najlepsze – produkty, wiedzę i czas – by realnie poprawiać jakość życia.**



Poprzez **Fundację Castorama** oraz inicjatywy społeczne firma buduje mosty między biznesem a ludźmi, dla których stabilność i bezpieczeństwo to codzienne wyzwania.

Kluczowym elementem tej aktywności są liczne **inicjatywy wolontariackie** podejmowane przez pracowników oraz program **Majsterkowo** – warsztaty rozwijające umiejętności manualne dzieci z sąsiednich szkół i przedszkoli.

MALUJEMY RAZEM ŚWIAT

WOLONTARIAT
PRACOWNICZY
castorama



Zaangażowanie społeczne Castorama w ostatnich 6 latach



10 508

osób, które otrzymały wsparcie w poprawie warunków mieszkaniowych



320

zrealizowanych projektów



2950

pracowników zaangażowanych w formie wolontariatu pracowniczego



9,12 mln zł

przekazanych w formie darowizny przez Fundację Castorama



Działania Fundacji Castorama

Wsparcie w poprawie warunków mieszkaniowych

Od 2019 roku Fundacja Castorama aktywnie wspiera poprawę warunków mieszkaniowych osób znajdujących się w trudnej sytuacji życiowej. Jej pomoc obejmuje całą Polskę i koncentruje się na wsparciu w remontach, modernizacji oraz wykończeniu domów i mieszkań. Działania te realizowane są przy zaangażowaniu wolontariuszy Castorama, którzy aktywnie uczestniczą w procesie.

Misją Fundacji jest zapewnienie każdemu dostępu do bezpiecznego i komfortowego domu.



Dobry Dom. Lepszy Start w Dorosłość

Fundacja Castorama od lat angażuje się w pomoc dzieciom i młodzieży z pieczy zastępczej, rozumiejąc ich realne potrzeby i dążąc do poprawy ich warunków życia. Bazując na swojej misji oraz udzielanej pomocy z końcem 2024 roku powstał program "Dobry Dom. Lepszy Start w Dorosłość", który jest odpowiedzią na realne wyzwania, z jakimi mierzą się dzieci i młodzież w pieczy zastępczej.

Jego celem jest stworzenie bezpiecznych i komfortowych warunków życia oraz wsparcie rozwoju dzieci i młodzieży z pieczy zastępczej, pomagając im w osiągnięciu samodzielności.

Program jest strategicznym działaniem Fundacji w latach 2025 – 2027 w koalicji z fundacjami, takimi jak m.in.: Fundacja Ukochani, Fundacja Pankracy, Fundacja METAPOMOC.

Wolontariat pracowniczy w Castorama – zaangażowanie, które zmienia społeczności

Wolontariat pracowniczy stanowi integralną część strategii społecznej Castorama. Pracownicy mogą poświęcić **do 24 godzin rocznie** na wsparcie lokalnych inicjatyw, współpracę z organizacjami charytatywnymi oraz pomoc osobom dotkniętym katastrofami naturalnymi. W ciągu ostatnich sześciu lat przeznaczyli na te działania łącznie **47 tysięcy godzin**.

Pracownicy Castorama aktywnie uczestniczą w projektach odbudowy i modernizacji domów oraz placówek społecznych dla osób w trudnej sytuacji życiowej. Współpracują z lokalnymi organizacjami pozarządowymi przy inicjatywach charytatywnych i edukacyjnych oraz pomagają ofiarom katastrof naturalnych, m.in. w usuwaniu skutków powodzi w 2024 roku.

Dzięki zdobywanemu doświadczeniu wolontariusze działają coraz skuteczniej. Tworzą społeczność zaangażowanych osób, które wspólnie zmieniają otoczenie i budują trwałe relacje oparte na wspólnych wartościach.

Wolontariusze Castorama dla powodzi

Wolontariusze Castoramy są tam, gdzie są potrzebni. Jesienią 2024 roku, kiedy powódź nawiedziła Dolny Śląsk i Opolszczyznę 86 wolontariuszy z 26 lokalizacji w Polsce zaangażowało się w usuwanie skutków powodziowych. Wspólnie ze Stowarzyszeniem TRATWA czynili cuda – sprzątając i przywracając do życia lokale mieszkalne w Łądku-Zdroju i Stroniu Śląskim. Łącznie udało im się wesprzeć 50 domów oraz szkołę podstawową. Wolontariusze nie tylko udzielali fachowej pomocy, ale także po prostu byli... oferując wsparcie i rozmowy z lokalną społecznością, wiedząc, że czasem wystarczy być razem.



Program Majsterkowo

Majsterkowo to warsztaty rozwoju umiejętności manualnych, które prowadzone są na terenie sklepów dla grup zorganizowanych oraz rodzin podczas wydarzeń otwartych tj. Dzień Dziecka czy Mikołajki.

Ta inicjatywa kierowana do dzieci w wieku od 6 do 12 lat oraz nauczycieli ze szkół i przedszkoli, od dekady inspirowa młodych ludzi do majsterkowania i rozwijania umiejętności DIY. W trakcie warsztatów uczestnicy samodzielnie tworzą różnorodne konstrukcje – od użytecznych przedmiotów po ozdoby i zabawki. Podczas zajęć dzieci mają okazję nauczyć się podstawowych prac ręcznych, takich jak posługiwanie się młotkiem, wbijanie gwoździ, poznawanie różnych materiałów oraz przesadzanie kwiatków. Ozdabiają swoje prace, rozwijając zmysł estetyczny i tworząc oryginalne dekoracje.

To praktyczne umiejętności, które kształtują samodzielność, pomysłowość i sprawność manualną – cechy cenione zarówno dziś, jak i w przyszłości.

Majsterkowo w sklepach Castorama to:

- ✓ warsztaty dla szkół i przedszkoli
- ✓ pobudzenie pasji do tworzenia
- ✓ praktyczna nauka pracy z narzędziami
- ✓ poszerzenie umiejętności manualnych
- ✓ zachęcanie lokalnych społeczności do wspólnego majsterkowania

Przez ostatnie 10 lat Majsterkowo stało się częścią dzieciństwa setek tysięcy uczestników. Dzieci, które w poprzednich latach z zapalem malowały pierwsze drewniane konstrukcje, dziś są nastolatkami, a niektórzy z nich być może już majsterkują we własnych warsztatach lub wybierają techniczne ścieżki kariery.

Program nie tylko rozwija zdolności manualne i kreatywność, ale także kształtuje samodzielność, cierpliwość i umiejętność pracy zespołowej – cechy, które zostają na całe życie.

- **Olga Małek,**

Specjalistka ds. Odpowiedzialnego Biznesu w Castorama Polska



Majsterkowo w 2024 roku



prawie 50 tys.

uczestników warsztatów



ponad 200

instruktorów w całej Polsce



104

liczba sklepów z zajęciami Majsterkowo



20

otwartych wydarzeń, zorganizowanych
z lokalnymi partnerami



7

otwartych wydarzeń,
organizowanych centralnie



Spotkania organizowane są także okazjonalnie podczas lokalnych wydarzeń oraz w lokalnych placówkach publicznych, takich jak domy dziecka, ośrodki pomocy społecznej, domy opieki.

Sukces inicjatywy to efekt zaangażowania pracowników Castorama, dzięki którym Majsterkowo na stałe wpisało się w kalendarz działań edukacyjnych firmy. Z każdym rokiem program poszerza swoją skalę oddziaływania dzięki współpracy ze szkołami i lokalnymi samorządami z całej Polski.

Polityki
odpowiedzialnego
biznesu i zrównoważonego
rozwoju w Grupie
Kingfisher

Kontakt w sprawie raportu:

Kinga Sowik
Dyrektorka ds. Odpowiedzialnego Biznesu Castorama Polska
Kinga.Sowik@castorama.pl

Olga Matek
Specjalistka ds. Odpowiedzialnego Biznesu Castorama Polska
Olga.Matek@castorama.pl

odpowiedzialnybiznes@castorama.pl
Castorama Polska Sp. z o.o.
ul. Krakowiaków 78, 02-255 Warszawa

Zrównoważony rozwój jest komplementarnym elementem strategii biznesowej Castoramy w Polsce jak i całej Grupy Kingfisher. Firma dąży do harmonijnego łączenia celów biznesowych z odpowiedzialnością społeczną i troską o środowisko, co przekłada się na długoterminową wartość dla jej interesariuszy. Podejście zarządcze Kingfisher opiera się na transparentnym zarządzaniu, systematycznym monitorowaniu wpływu działalności oraz wdrażaniu działań zgodnych z międzynarodowymi standardami ESG (Environmental, Social, Governance). W celu skutecznego zarządzania kwestiami zrównoważonego rozwoju firma wdrożyła szereg polityk, które określają jej zobowiązania i standardy postępowania. Ich realizacja umożliwia minimalizowanie ryzyk, zwiększanie efektywności operacyjnej oraz budowanie zaufania wśród partnerów biznesowych, pracowników i społeczności lokalnych.

Poniżej przedstawiono kluczowe polityki dotyczące zrównoważonego rozwoju:



Środowisko

Polityka ochrony środowiska

Polityka pozytywnej gospodarki leśnej

Polityka zrównoważonych opakowań

Polityka dotycząca substancji chemicznych

Etyka i prawa człowieka

Polityka w zakresie praw człowieka

Standardy miejsca pracy w łańcuchu dostaw

Polityka dobrostanu zwierząt

Polityka przeciwdziałania dyskryminacji, mobbingowi i innym zjawiskom niepożądanym w środowisku pracy

Wewnętrzna procedura dokonywania zgłoszeń naruszeń prawa i podejmowania działań następnych

Zaangażowanie społeczne

Polityka zaangażowania społecznego

Jednocześnie Castorama Polska opracowuje i stosuje dodatkowe lokalne polityki i procedury, obejmujące m.in. kwestie zgłaszania naruszeń, ochrony sygnalistów, ochrony danych osobowych (RODO), usług cyfrowych, ujawniania informacji, a także działania na rzecz jakości obsługi klienta i ochrony jego prywatności.