



**STRATEGIA ZRÓWNOWAŻONEGO
ROZWOJU INTERSPORT Polska S.A.**

Spis treści

1.	Cel raportu.....	3
2.	Charakterystyka i profil firmy	3
3.	Wizja i misja firmy INTERSPORT w oparciu o idee zrównoważonego rozwoju.	6
4.	Spółeczna Odpowiedzialność Biznesu – działania realizowane przez Spółkę	7
	4.1. Działania prospołeczne i wpływ na lokalne społeczności	7
	4.2. Polityka równych szans w zakresie zatrudnienia i przestrzeganie praw pracowniczych	9
	4.3. Przestrzeganie praw konsumentów	16
	4.4. Ochrona środowiska	17
	4.5. Współpraca z podwykonawcami i dostawcami.....	19
5.	Inwestycje w odniesieniu do Strategii Zrównoważonego Rozwoju.....	20
6.	Podsumowanie.....	23

1. Cel raportu

Celem raportu jest analiza dotychczasowych osiągnięć firmy INTERSPORT Polska pod kątem Społecznej Odpowiedzialności Biznesu, czyli efektywnej strategii zarządzania, która poprzez prowadzenie przez firmę dialogu społecznego na poziomie lokalnym z różnymi grupami interesariuszy przyczynia się do wzrostu konkurencyjności Spółki na poziomie globalnym oraz kształtuje jej warunki dla zrównoważonego rozwoju społecznego i ekonomicznego.

2. Charakterystyka i profil firmy

Firma INTERSPORT Polska S.A. obecna jest na polskim rynku od wiosny 2006 roku, jednakże swoimi korzeniami sięga 22 – letniej tradycji polskich sklepów MAKS SPORT oraz 52 – letniego doświadczenia sieci INTERSPORT na świecie.

Historia polskiej spółki, która stanowi dziś wyłącznego partnera GRUPY INTERSPORT w Polsce sięga 1988 roku, kiedy to trzy osoby fizyczne założyły Przedsiębiorstwo SKI-SURF sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie, uruchamiając jednocześnie sklep z artykułami żeglarskimi. Rok później nastąpiła zmiana nazwy oraz umowy spółki w wyniku przystąpienia do niej nowego wspólnika. Od tamtej pory firma funkcjonowała pod nazwą Przedsiębiorstwo Usługowe MAKS Sp. z o. o.

Ogromna skala popytu na artykuły sportowe umożliwiła rozszerzenie asortymentu o sprzęt do uprawiania innych dyscyplin, co zapoczątkowało szybką ekspansją przedsiębiorstwa.

Przełomowy dla rozwoju firmy okazał się rok 1998, kiedy została podjęta decyzja o otwarciu pierwszego specjalistycznego sklepu sportowego na powierzchni 1228 m², oferującego w jednym miejscu sprzęt niezbędny do uprawiania wszystkich popularnych w Polsce dyscyplin sportu. Salon został zlokalizowany w nowo otwartym Centrum Handlowym Zakopianka, będącym wówczas jednym z nielicznych tego typu obiektów w Krakowie.

W październiku 2005 r. MAKS SPORT pozyskał inwestora strategicznego – spółkę wchodzącą w skład Grupy INTERSPORT, tj. największej na świecie grupy w zakresie sprzedaży artykułów sportowych. Podpisano umowę sublicencyjną i inwestycyjną

z INTERSPORT Deutschland eG (IDE). Efektem podpisania Umów Licencyjnych było przyznanie naszej spółce na terytorium Polski wyłącznego prawa do:

- używania znaku towarowego INTERSPORT,
- sprzedaży produktów oznaczonych markami własnymi INTERSPORT,
- tworzenia sieci franczyzowej pod nazwą INTERSPORT.

Kolejnym niezmiernie ważnym wydarzeniem w historii naszego przedsiębiorstwa był debiut giełdowy, który miał miejsce w dniu 11 lipca 2006 r. na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Spółka została dobrze wyceniona przez dom maklerski i wzbudziła zainteresowanie wśród inwestorów. Debiut giełdowy zakończył się sukcesem.

Na dzień 31 grudnia 2010 roku sieć INTERSPORT Polska posiada 29 sklepów sportowych w 17 największych miastach Polski: czterech w Warszawie i Poznaniu, trzech w Krakowie i Wrocławiu, dwóch w Gdańsku i Łodzi oraz po jednym salonie w Bielsku-Białej, Białymstoku, Bytomiu, Bydgoszczy, Częstochowie, Gdyni, Katowicach, Płocku, Sosnowcu, Opolu i Zakopanem. Łączna powierzchnia sprzedaży wynosi obecnie ponad 31 tys. m².

Spółka INTERSPORT może pochwalić się licznymi nagrodami i wyróżnieniami. Rok rocznie jest laureatem „Gazel Biznesu” – rankingu organizowanego przez redakcję Pulsu Biznesu najszybciej rozwijających się firm, działających zgodnie z zasadami etyki biznesowej i prawa handlowego.

Spółka INTERSPORT Polska została nagrodzona przez firmę Dun & Bradstreet Poland certyfikatem "Przejrzysta Firma". Niniejsze wyróżnienie zdaniem jury świadczy o rzetelności publikowanych sprawozdań finansowych. Została zakwalifikowana do „Diamentów Forbesa” czyli Spółek w regionie małopolskim, które najszybciej zwiększały swoją wartość w latach 2005-2007. Lista Diamentów Forbesa opracowywana jest na podstawie szwajcarskiej metody wyceny wartości firm, uwzględniającej zarówno wyniki finansowe jak i wartość ich majątku. Metoda ta umożliwia zmierzenie potencjału przedsiębiorstw, przy uwzględnieniu wielkości realizowanych inwestycji oraz zdolności do powiększania sprzedaży i zysków.

Innowacyjność firmy INTERSPORT została potwierdzona poprzez udział w europejskim projekcie IMP³rove. Projekt ten stanowi europejską platformę zarządzania innowacjami w przedsiębiorstwach. Jest realizowany w ramach inicjatywy Komisji Europejskiej Europe INNOVA.

Rezultatem udziału INTERSPORT w projekcie była wszechstronna ocena poziomu zarządzania innowacjami w przedsiębiorstwie. Ocena bazuje na porównaniu z innymi firmami z krajów Unii Europejskiej w branży handlu detalicznego. Wyniki raportów wskazują jednoznacznie, iż INTERSPORT jest liderem w zarządzaniu innowacjami. Ocena oparta została na analizie czynników dotyczących: strategii innowacji, organizacji i kultury innowacji, procesu cyklu życia innowacji, czynników kluczowych oraz sukcesu zarządzania innowacjami. Poziom zarządzania innowacjami w INTERSPORT został oceniony bardzo wysoko – na 66%. Jest to wynik znacznie wyższy od średniej (47%).

INTERSPORT kieruje się w swojej działalności zasadami Społecznej Odpowiedzialności Biznesu, co znajduje również potwierdzenie w uczestnictwie w międzynarodowej Inicjatywie Global Compact.

Global Compact jest Inicjatywą Sekretarza Generalnego ONZ, Kofi Annana, stanowiącą wezwanie skierowane do biznesu, aby w swojej działalności kierować się 10 podstawowymi zasadami z zakresu praw człowieka, praw pracowniczych, ochrony środowiska i przeciwdziałania korupcji. Global Compact promuje Społeczną Odpowiedzialność Biznesu.

Członkostwo w Inicjatywie Global Compact pozwala Spółce umacniać dążenia do ciągłego wzmacniania zasad Społecznej Odpowiedzialności Biznesu. INTERSPORT Polska chce w ten sposób wymieniać swoje doświadczenia z podobnie zorientowanymi przedsiębiorstwami i organizacjami, zacieśnić kontakty z innymi przedsiębiorstwami, instytucjami rządowymi, organizacjami pozarządowymi, pracowniczymi i międzynarodowymi oraz zwiększyć możliwości rozwoju poprzez stosowanie odpowiedzialnych społecznie strategii i praktyk. W ten sposób Spółka dąży do uzyskania pozycji lidera w swojej branży w kwestii odpowiedzialności wobec społeczeństwa.

3. Wizja i misja firmy INTERSPORT w oparciu o idee zrównoważonego rozwoju.

Profesjonalizm i pasja – to dwa słowa, które oddają to co wszyscy pracownicy ceną najbardziej. Naszą **misją** jest popularyzacja rodzinnego uprawiania sportu, promowanie wśród klientów, pracowników i partnerów aktywnego wypoczynku, mody na sport oraz sportowy styl spędzania wolnego czasu.

Dla INTERSPORT takie walory jak: dążenie do celu, optymizm i odwaga stanowią podstawy rozwoju. Celem firmy jest konsekwentne zwiększanie wartości rynkowej poprzez dynamiczny rozwój ogólnopolskiej sieci salonów, przy jednoczesnym poszanowaniu środowiska naturalnego i aspektów społecznych. Spółka chce dotrzeć ze swoją ofertą do klientów aktywnych zawodowo, odnoszących sukcesy, którzy chcą realizować swoje pasje życiowe poprzez aktywność sportową. Dlatego asortyment dobierany jest bardzo starannie, dbając o jego jakość, oferując towar na różnych poziomach cenowych i kładąc nacisk na profesjonalną obsługę klienta.

Strategia Zrównoważonego Rozwoju odgrywa w firmie INTERSPORT Polska znaczącą rolę w kształtowaniu sposobu myślenia o wzajemnych stosunkach pomiędzy przedsiębiorstwem, a innymi interesariuszami tzn: społeczeństwem, pracownikiem, klientem i zasobami środowiska przyrodniczego. Oznacza to podejście do kwestii rozwoju, przeciwstawiające się wąsko rozumianemu rozwojowi gospodarczemu, a skupiające dodatkowo na aspektach społecznych i ochronie środowiska naturalnego. Zgodnie z omawianą strategią, rozwój firmy zapewniający postęp gospodarczy, ma jednocześnie odpowiadać potrzebom dzisiejszego pokolenia, nie zagrażając z drugiej strony możliwościom pokoleń przyszłych.

Firma jest świadoma, iż każda działalność gospodarcza, w mniejszym lub większym stopniu wpływa na środowisko w którym żyjemy, a pewnych oddziaływań nie można wyeliminować w sposób całkowity. Jednakże postęp technologiczny, organizacyjny i legislacyjny sprawia, że mogą one zostać choć częściowo ograniczone.

INTERSPORT podjął zatem ważną decyzję, skutkującą realizacją zobowiązań etycznych, społecznych i ekologicznych wykraczających poza minimum wyznaczone obowiązującymi

normami prawa. Wiąże się to z korzyściami dla wszystkich zainteresowanych stron – przedsiębiorstwa, społeczności lokalnej, organizacji pozarządowych oraz lokalnych władz.

W dobie globalizacji wypracowanie i realizacja strategii zrównoważonego rozwoju stanowi konieczność dla firmy INTERSPORT, która pragnie się rozwijać, będąc jednocześnie postrzegana jako przedsiębiorstwo społecznie odpowiedzialne.

4. Społeczna Odpowiedzialność Biznesu – działania realizowane przez firmę INTERSPORT Polska S.A.

4.1. Działania prospołeczne i wpływ na lokalne społeczności

Spółka INTERSPORT Polska jest świadoma, jak ważne jest prowadzenie dialogu społecznego na poziomie lokalnym. Uczestnikami tego dialogu są dostawcy, partnerzy biznesowi, organizacje pozarządowe i klienci. Przynosi on obopólne korzyści: długotrwałą i rozwijającą się współpracę z tymi podmiotami, coraz lepszą znajomość marki, budowanie dobrej reputacji firmy oraz wsparcie działań sprzedażowych.

Inwestycje społeczne nadają biznesowy charakter działaniom społecznym oraz bezpośrednio łączą się z interesami i strategią naszej firmy. Realizowane programy stają się wynikiem analizy potrzeb przedsiębiorstwa i społeczności lokalnej, zakładając od początku korzyści, które muszą równoważyć się zarówno po stronie danej grupy społecznej jak i firmy.

W Spółce bardzo wysoko ceni się takie walory jak: rodzinne uprawianie sportu, aktywny wypoczynek, naturalna rywalizacja, dążenie do celu, optymizm i odwaga. Aby je propagować i dawać coraz szerszej rzeszy społeczeństwa możliwość wzięcia udziału w różnorodnych imprezach sportowych, INTERSPORT stał się ich aktywnym sponsorem.

W swoich dotychczasowych działaniach Spółka była **oficjalnym sponsorem drużyny kolarskiej INTERSPORT TEAM AZS PWR**. Dzięki wsparciu, drużyna miała możliwość brania udziału w licznych imprezach kolarskich i zdobywania trofeów sportowych.

Dodatkowo sponsorowała kilkanaście różnorodnych eventów sportowych do których należą m.in.: **XII Amatorskie Mistrzostwa Polski w Narciarstwie Alpejskim, Biegowym i Snowboardzie „INTERSPORT Family Cup”, Shanties - Międzynarodowy Festiwal**

Piosenki Żeglarskiej, XIII Mistrzostwa Polski Domów Dziecka w Pilce Nożnej i Koszykówce, XII Amatorskie Mistrzostwa Polski w Kolarstwie Górskim „INTERSPORT Family Cup”, Międzynarodowy Rajd Turystyczny, I Otwarte Mistrzostwa Pomorza na Ergometrze Wioślarskim – Gdańsk, INTERSPORT Grand Prix w Narciarstwie Zjazdowym i Snowboardzie.

Od kilku lat firma INTERSPORT Polska sponsoruje i organizuje **Mistrzostwa Polski Stałych Klientów INTERSPORT w Narciarstwie Alpejskim – INTERCUP** – Stali klienci mają możliwość uczestniczyć w zawodach indywidualnych, Pucharze Rodzin oraz w testach narciarskich 7 czołowych producentów nart. Ogłoszenie wyników i wręczenie nagród odbywa się tradycyjnie w karczmie góralskiej;

Firma wspiera w Krakowie **rekreacyjny klub sportowy dla dzieci i młodzieży obecnie pod nazwą INTERCLUB**. Poprzez prowadzenie zajęć z gimnastyki, jazdy na nartach i rowerze Spółka propaguje wśród społeczeństwa zdrowy, sportowy styl życia. Wraz ze wzrostem zainteresowania ofertą klubu wprowadzono również propozycję zajęć dla dorosłych. Stali klienci podczas tych zajęć mogą podnosić swoje umiejętności z jazdy na nartach, czy gimnastyki rekreacyjnej. Tradycyjnie również w sezonie zimowym i letnim organizowane są różnorodne zawody sportowe dla dzieci, młodzieży i dorosłych.

Spółka podejmuje wszelkie działania, w celu osiągnięcia pozytywnego wpływu na lokalne społeczności. Jednym z celów sieci INTERSPORT jest **polepszenie jakości życia mieszkańców dzięki wspieraniu aktywności sportowej i rekreacyjnej**.

Od kilku lat Spółka organizuje cykl turniejów piłkarskich dla dzieci i młodzieży **pod nazwą INTERSOCCER**. Na specjalnie przygotowanych do tego celu boiskach rozgrywane są mecze w siedmiu dużych miastach Polski: Gdańsku, Łodzi, Wrocławiu, Poznaniu, Krakowie, Warszawie, Katowicach. W sumie we wszystkich turniejach rokrocznie bierze udział prawie 3000 dzieci w wieku od 7 – 15 lat podzielonych na 4 kategorie wiekowe. Formuła meczy podobna jest do rozgrywek street soccera – zespół na boisku liczy 3 zawodników, czas gry 5 – 7 minut, mecz rozgrywany jest bez bramkarza. Zwycięskie drużyny z każdej kategorii wiekowej jadą na grupowy wyjazd na Ligę Mistrzów, a każdy z uczestników otrzymuje piłkę marki Adidas, która jest partnerem sprzętowym imprezy. Cykl edycji INTERSOCCER będzie kontynuowany do 2012 roku na podobnych zasadach.

Warto również wspomnieć, iż INTERSPORT Polska popularyzuje formę biegania w Polsce. W tym celu Spółka organizuje w Krakowie, Poznaniu i Warszawie masowe, amatorskie biegi uliczne na dystansie 5 km pod nazwą CRACOVIA INTERRUN i INTERRUN. W każdej edycji bierze udział ponad 4000 osób. Biegom przyświeca idea „Każdy krok zbliża nas do celu”. Cele są różne: dla zdrowia, aby spotkać znajomych, aby sprawdzić się na trasie 5 km itd. Trasa biegu to 5 lub 10 km, gdyż uczestniczą w nich nie tylko maratończycy, ale również rodziny, młodzież i osoby niepełnosprawne.

Na koniec należy podkreślić, iż dziedzina inwestowania społecznego w Spółce INTERSPORT Polska szybko się rozwija. Na bieżąco analizowane są różne możliwości zastosowania nowych typów zaangażowania. Prowadzone są badania na temat partnerstwa biznesu i społeczności lokalnych oraz jego wpływu na innowacyjność naszego przedsiębiorstwa.

4.2. Polityka równych szans w zakresie zatrudnienia i przestrzeganie praw pracowniczych

Firma INTERSPORT doskonale zdaje sobie sprawę z faktu, iż pracownicy są największym jej kapitałem i kluczową siłą napędową całej organizacji. Co więcej jesteśmy świadomi, że ich satysfakcja z pracy przekłada się wprost proporcjonalnie na wyniki i rozwój firmy. Wysoki poziom satysfakcji z pracy sprawia bowiem, że nasi pracownicy bardziej angażują się w realizowane zadania, bardziej identyfikują się z firmą, a co za tym idzie są mniej skłonni, aby ją opuścić. Wkładając większe zaangażowanie w pracę są bardziej produktywni, dzięki czemu wzrasta poziom świadczonych przez nich usług. To z kolei powoduje wzrost tak ważnej w dzisiejszych czasach lojalności klientów, którzy stanowią największą wartość niematerialną firmy. Te wszystkie czynniki wspólnie przyczyniają się do rozwoju przedsiębiorstwa i wzrostu przewagi konkurencyjnej na rynku.

Dbłość o pracowników w firmie INTERSPORT przejawia się wielopłaszczyznowo. Pierwszą z płaszczyzn jest ciągle **dążenie do szkolenia naszych pracowników**. Każda z osób zatrudnionych w naszej firmie interesuje się sportem i czynnie go uprawia – począwszy od sprzedawcy, z którym klient nawiązuje pierwszy kontakt, aż po członków Zarządu. Liczy się dla nas przede wszystkim pasja i profesjonalizm. Sport jest dla wszystkich sposobem na

życie, na realizowanie pasji, sposobem na działanie, dzięki któremu odnosi się sukcesy na innych płaszczyznach.

System szkoleń rozpoczyna się na poziomie jednostek handlowych. Ze względu na znajdujący się w nich towar o dużym stopniu zaawansowania technicznego prowadzi się szkolenia produktowe w każdym sezonie. Kierownicy jednostek handlowych zaopatrywani są na bieżąco w najnowsze katalogi i materiały multimedialne prezentujące nowe kolekcje oraz obowiązujące trendy i rozwiązania techniczne produktów znajdujących się w sprzedaży. Zadaniem kierowników jest przekazanie tych materiałów podległemu personelowi. Wybrani pracownicy sklepów biorą udział w wyjazdowych szkoleniach organizowanych przez dystrybutorów nart, rowerów, sprzętu trekkingowego i innych. Po odbytych szkoleniach przekazują zdobytą wiedzę swoim kolegom. Wytypowany pracownik czuwa nad całością szkoleń produktowych, tak aby wiedza o oferowanych produktach u wszystkich pracowników była na najwyższym poziomie. Pracownicy poddawani są okresowym testom kontrolnym, co skuteczniej mobilizuje do utrzymania poziomu wiedzy oraz pozwala na rozpoznanie i usunięcie niedoborów wiedzy o produktach. System ten zapewnia wysoki poziom obsługi i fachowe doradztwo dla klienta.

Dodatkowo przed sezonem zimowym na terenie każdego sklepu prowadzona jest seria szkoleń produktowych, podczas których osoby oddelegowane przez producentów lub przedstawicieli różnych marek towarów zapoznają pracowników sklepów INTERSPORT z zaletami i wadami poszczególnych modeli z bieżącej oferty katalogowej. Ponadto organizowane są wydarzenia rekreacyjno – turystyczne, w których mogą brać udział pracownicy, m.in. tzw. multitesty, gdzie pracownicy mogą osobiście przetestować sprzęt narciarski i rowerowy znajdujący się w ofercie sprzedaży INTERSPORTU. Testy narciarskie organizowane są na terenie Austrii i Polski. Zatrudnionym pracownikom umożliwia się bezpłatne wypożyczenie posiadanego w ofercie sprzedaży sprzętu narciarskiego. Działania te są czynione po to, aby pracownik posiadał również wiedzę praktyczną o oferowanych artykułach sportowych.

Personel każdego sklepu przechodzi stałe, cykliczne kursy prowadzone przez wewnętrzny dział szkoleń i rekrutacji z zakresu technik sprzedaży oraz znajomości asortymentu sprzedażowego. Kadra zarządzająca, w szczególności kierownicy, również podnoszą swoje kwalifikacje. Cykl szkoleń menadżerskich obejmuje tematykę z zakresu zarządzania

personalem, czasem pracy, komunikowania, motywowania, zasad skutecznej rekrutacji itp. W celu obniżenia kosztów, część szkoleń jest współfinansowana przez Unię Europejską, a część wykonywana jest w systemie wewnętrznym. Szkolenia te poświęcone są bieżącym problemom wynikającym m. in. z prawa pracy, w tym zagadnieniu motywowania pracowników oraz skutecznej organizacji czasu pracy. Celem szkoleń jest pomoc kierownikom w osiągnięciu maksymalnego zadowolenia klienta poprzez skuteczne zarządzanie podległym personelem i fachową obsługę.

Dlatego przychodząc do salonu INTERSPORT klient może być pewny, iż uzyska fachową poradę od specjalisty. Nie bez powodu INTERSPORT nosi miano LIDERA W OBSŁUDZE KLIENTA. A jak wiadomo grono zadowolonych klientów przekłada się na sukces firmy.

Firma INTERSPORT popiera indywidualny rozwój zainteresowań swoich pracowników w różnych formach. Wielu z nich ma na swoim koncie wybitne osiągnięcia sportowe. Często, będąc pracownikiem obsługującym stoisko narciarskie w salonie, dana osoba jest równocześnie certyfikowanym instruktorem narciarstwa lub byłym zawodnikiem. Pracownicy obsługujący stoiska „piłka nożna”, „bieganie” – są często członkami klasowych i ligowych klubów i w czasie wolnym od pracy biorą udział w maratonach. Spółka opracowała specjalny program „**AKTYWNA KADRA**”, dzięki któremu pracownicy ze szczególnymi osiągnięciami sportowymi mogą liczyć na wsparcie finansowe i sprzętowe z ramienia firmy.

Przykład „aktywności sportowej” daje pracownikom Zarząd INTERSPORT. Patrząc na Prezesów Spółki... cóż, w zasadzie nie ma dyscypliny, ani dziedziny sportu, której by nie uprawiali: surfing, bieganie, jazda na rowerze, nie wspominając już o posiadanych stopniach i uprawnieniach: np. Kapitana Żeglugi Bałtyckiej, Instruktora Narciarskiego (standard), czy o takich wyczynach jak kwalifikowane przejście grani głównej Pirenejów, czy ubiegłoroczny rejs Prezesa Zarządu wokół Przylądka Horn.

Osobną inicjatywą wspierającą aktywność sportową środowiska są testy narciarskie organizowane co roku przez INTERSPORT. W testach biorą udział eksperci, pracownicy oraz nasi klienci. Dzięki temu wszyscy mają okazję poznać najnowsze kolekcje przygotowane przez producentów nart, pojeździć, wymienić swoje doświadczenia i uwagi na tematy związane nie tylko z narciarstwem. Takie wzajemne spotkania służą podnoszeniu poziomu obsługi klienta i budowaniu pozytywnego wizerunku firmy wśród pracowników.

Drugą płaszczyzną, na którą firma zwraca szczególną uwagę w polityce kadrowej jest **równość wszystkich pracowników**. INTERSPORT Polska dąży do realizacji działań zgodnie z obowiązującym prawem, przepisami oraz ogólnie przyjętymi standardami równych możliwości zatrudnienia, a także tymi dotyczącymi zróżnicowania i zakazu molestowania. W firmie INTERSPORT **wszyscy pracownicy są sobie równi** – niezależnie od płci, wieku, rasy, orientacji seksualnej, religii, wyznania, koloru skóry, pochodzenia etnicznego, czy upośledzenia wszyscy mają równe szanse na kreowanie swojej własnej ścieżki rozwoju. Liczy się natomiast profesjonalne i odpowiedzialne podejście do wykonywanych obowiązków.

Przy równym traktowaniu wszystkich pracowników, firma dąży jednocześnie do promowania kultury zróżnicowania – co powinno być rozumiane jako poszanowanie wartości i wyznań, opinii, doświadczeń i prawa każdego pracownika do własnego zdania.

Rozumiana przez pryzmat dwóch powyższych przesłanek **polityka kadrowa ma na celu zapewnienie najwyższych standardów równego traktowania i równych szans wszystkim pracownikom**. Firma wprowadziła zasadę równości, mającą swój wyraz w oferowaniu równych szans wszystkim pracownikom, co jest widoczne w braku jakiegokolwiek dyskryminacji w procesie naboru, przy awansach czy rezygnacji z pracy. Prowadzona polityka równych szans nie ogranicza się w firmie INTERSPORT wyłącznie do równego traktowania kobiet i mężczyzn. Stosowane są równe szanse zatrudnienia również w odniesieniu osób niepełnosprawnych, absolwentów, czy pracowników po 50 roku życia. INTERSPORT wierzy w to, że każdy ma równe szanse rozwoju, a poprzez oferowane szkolenia będzie miał również możliwość zdobycia wiedzy i profesjonalnych umiejętności.

Przy wykorzystaniu dofinansowania z Unii Europejskiej został opracowany w firmie projekt uformowania wszystkich zależności personalnych oraz zadaniowych poprzez wdrożenie nowoczesnych procedur zarządzania sprzedażą.

Podczas procesu rekrutacji firma stosuje takie same kryteria zarówno wobec kobiet, jak i mężczyzn. Kobiety mają takie same szanse na zatrudnienie jak mężczyźni, a ich kwalifikacje i umiejętności weryfikowane są za pomocą ogólnie przyjętych kryteriów dla danego stanowiska pracy, jednakowych w przypadku wszystkich kandydatów, bez względu na płeć, wiek i inne czynniki.

Proces rekrutacji przeprowadzany jest według zasad i metod opracowanych przez Zarząd. W procesie rekrutacji dokonywana jest analiza rynku pracy w miejscowości, w której ma być otwarty nowy sklep oraz dopasowanie progów wynagrodzeń do obowiązującego regulaminu wynagradzania, z uwzględnieniem wymagań lokalnego rynku pracy. Upublicznienie informacji o rekrutacji następuje poprzez ogłoszenie w prasie i na stronach internetowych ze szczególnym określeniem wymagań dla poszczególnych stanowisk; oprócz ogólnych kompetencji ważna jest znajomość branży sportowej oraz czynne uprawianie (w ramach hobby) dowolnej dyscypliny sportowej. Rekrutacja pracowników odbywa się trójfazowo. Przy wyborze pracowników stosowane są testy psychologiczne z wykorzystaniem metody NEO-FFI lub innej. Analizę tych testów przeprowadza uprawniona osoba posiadająca doświadczenie (np. psycholog). Jednym z elementów procesu rekrutacyjnego jest szkolenie wybranych pracowników w jednym z naszych sklepów przez okres minimum 2 tygodni w celu zapoznania potencjalnych kandydatów z zasadami, warunkami i standardami pracy. Po tym okresie następuje egzamin wyselekcjonowanych kandydatów, obejmujący ocenę umiejętności i przygotowania zawodowego oraz predyspozycji do wykonywania pracy na danym stanowisku. Spółka nie korzysta z usług firm doradztwa personalnego i cały proces rekrutacji przeprowadzają osoby zatrudnione w dziale szkoleń i rekrutacji INTERSPORT, co pozwala na dobór pracowników, których umiejętności i predyspozycje najlepiej odpowiadają oczekiwaniom.

Podczas zatrudniania nowych pracowników oczekuje się od nich określonych kwalifikacji, umiejętności i doświadczenia zgodnych z profilem zawodowym stanowiska.

Z roku na rok wzrasta zatrudnienie w sieci INTERSPORT. Wzrost ten jest równomierny w poszczególnych grupach zatrudnienia – sprzedawców, kadry kierowniczej oraz pracowników administracji. Do wzrostu zatrudnienia przyczyniała się skuteczna realizacja przyjętych przez INTERSPORT planów rozwojowych. Przewiduje się dalszy wzrost zatrudnienia z uwagi na kontynuowanie strategii rozwoju sieci sklepów INTERSPORT i planowane w najbliższej przyszłości inwestycje.

Spółka dąży do **utrzymania stabilnego zatrudnienia**. Dokonywana jest regularna ocena pracowników, która przyczynia się również do utrzymania jakości oraz wydajności pracy na wysokim, stałym poziomie. W utrzymaniu efektywności pomagają obowiązujące metody oceny oraz przyjęte kryteria i obszary oceniania. System ten pozwala na sprecyzowanie

umiejętności pracownika, co umożliwia proponowanie zmiany rodzaju pracy lub stanowiska na takie, które najbardziej odpowiada jego predyspozycjom i umiejętnościom.

Czas pracy osób zatrudnionych **jest w miarę możliwości elastyczny**. Pracownice i pracownicy, przede wszystkim działu sprzedaży, mają możliwość samodzielnego ustalania godzin rozpoczynania i kończenia pracy. Skrócony dzień pracy lub wolny dzień w środku tygodnia znacznie ułatwia pogodzenie pracy zawodowej z życiem osobistym, zwłaszcza kobietom. Co bardzo ważne, z uwagi na podejście Zarządu firmy INTERSPORT kobiety nie muszą obawiać się informowania pracodawcy o planach powiększenia rodziny. Oczywiście jest to, że każdy ma prawo do życia osobistego i swobodnego podejmowania tak ważnych decyzji życiowych. Kobiety nie muszą zatem obawiać się utraty pracy, wręcz przeciwnie – informując pracodawcę o swoich planach z odpowiednim wyprzedzeniem mogą być pewne, że zastosowane zostaną odpowiednie rozwiązania organizacyjne, które pozwolą na pogodzenie planów zawodowych z osobistymi. Najczęściej w sytuacji takiej stosowany jest system zastępstw lub tymczasowego rozdzielenia pracy na kilka stanowisk. Po powrocie z urlopu macierzyńskiego lub wychowawczego kobiety mają możliwość skorzystania z pracy w niepełnym wymiarze czasu, w wybranych godzinach, w domu lub w trybie zadaniowym (w zależności od charakteru zajmowanego stanowiska). Wszelkie inne kwestie związane z godzeniem życia zawodowego z prywatnym pozostają otwarte i są wspólnie rozwiązywane przez pracownika i jego bezpośredniego przełożonego.

Pozytywne nastawienie do pracownika, elastyczny system czasu pracy oraz zdrowe podejście do wykonywanych zadań to czynniki, które wpływają na atmosferę w firmie, a w rezultacie na osiągnięte przez nią rezultaty.

Efektem wszystkich podjętych w ramach polityki kadrowej działań jest stworzenie tzw. „manuali”. **Manuale stanowią zbiór standardów, jakimi powinni posługiwać się pracownicy w obrębie sieci sklepów INTERSPORT**, dotyczących zachowania personelu, obsługi, podejścia do klienta, wystawiania i ekspozycji towarów oraz zasad mających na celu ujednolicenie wyglądu sklepów INTERSPORT. Ich zadaniem jest pomoc w ujednoliceniu kluczowych dla nas rozwiązań w całej sieci oraz utrzymania jednolitego poziomu we wszystkich ścieżkach zarządzania sprzedażą.

W celu zapewnienia stabilności personelu opracowane zostały **zasady wynagradzania**, które określa Regulamin Wynagradzania. Wynagrodzenie pracowników składa się z dwóch części:

z wynagrodzenia obligatoryjnego (zasadniczego) i wynagrodzenia fakultatywnego. System premii od sprzedaży motywuje pracowników do efektywnej pracy.

W odniesieniu do pracowników zatrudnionych na stanowiskach określonych w schemacie organizacyjnym obowiązują następujące systemy wynagradzania: czasowy, czasowo-premiowy, zadaniowy. Decyzję o zastosowaniu systemu wynagrodzenia dla grupy stanowisk pracy lub określonego stanowiska pracy podejmuje Zarząd oraz Kierownik dz. Personalnego.

Firma INTERSPORT, dążąc do ciągłego podnoszenia jakości życia swoich pracowników zorganizowała szeroko zakrojony **system świadczeń socjalnych**, funkcjonujący w oparciu o Regulamin Zakładowego Funduszu Świadczeń Socjalnych. Do korzystania z Funduszu są uprawnieni pracownicy i członkowie ich rodzin oraz renciści i emeryci. Fundusz przeznaczony jest na finansowanie:

- różnych form wypoczynku urlopowego i wakacyjnego,
- udziału w imprezach kulturalno – oświatowych i sportowo – rekreacyjnych, pomocy rzeczowej i finansowej,
- pożyczek udzielanych na cele mieszkaniowe.

Podsumowując warto podkreślić, że dbałość o pracownika firmy INTERSPORT przejawia się nie tylko w zorganizowaniu systemu ciągłych szkoleń, podnoszeniu kompetencji, równym, ale jednocześnie indywidualnym traktowaniu każdego pracownika, utrzymaniu stabilnego zatrudnienia, elastycznym czasie pracy, atrakcyjnym i przejrzystym systemie wynagrodzenia czy udzielanej pomocy socjalnej.

Każdy z pracowników sieci INTERSPORT jest świadomy misji, wizji i strategii firmy, z którymi w pełni się identyfikuje. **Osoba zatrudniona jest zaangażowana w proces rozwoju naszej firmy i świadoma swojego udziału w procesie zachodzących w firmie zmian.** Pracownicy angażowani są w różnego rodzaju obszary działalności firmy i dostrzegają swój wpływ na ogólny rozwój firmy. Zwracamy w tym celu szczególną uwagę na efektywną komunikację pomiędzy pracownikiem a przełożonym, ale także na jasność i klarowność misji przedsiębiorstwa oraz prestiż, który jest stopniowo budowany przez każdą z osób zatrudnionych w naszej firmie.

4.3. Przestrzeganie praw konsumentów

Mając na uwadze dobro klienta, firma INTERSPORT stosuje się do wszystkich obowiązujących na terenie Polski i Unii Europejskiej praw konsumenckich. Oznacza to, że zgodnie z obowiązującym prawem wspólnotowym, firma INTERSPORT zobowiązuje się do:

- udzielania jasnych, zrozumiałych i nie wprowadzających w błąd informacji dotyczących sprzedawanego towaru, które umożliwią kupującemu podjęcie właściwej decyzji o jego nabyciu lub rezygnacji z takiego zamiaru;
- wydania kupującemu towaru w stanie kompletnym, tj. ze wszystkimi elementami jego wyposażenia wraz z instrukcją obsługi, konserwacji i innymi dokumentami wymaganymi odrębnymi przepisami;
- poniesienia odpowiedzialności wobec nabywcy, jeśli towar konsumpcyjny w chwili wydania jest niezgodny z umową;
- ustosunkowania się w terminie 14 dni do żądania konsumenta w związku z niezgodnością towaru z umową. W przeciwnym razie zostanie przyjęte, że uznał on roszczenia za uzasadnione.

Poza gwarancją, która udzielana jest na dany towar, klientowi firmy INTERSPORT przysługują również inne prawa. Jeśli stwierdzi on niezgodność towaru z umową może żądać od naszej firmy nieodpłatnej jego naprawy lub wymiany na nowy. Wybór sposobu usunięcia niezgodności z umową należy do klienta.

Jeśli powyższe żądanie okaże się niemożliwe do zrealizowania albo będzie nieskuteczne – klient ma prawo domagać się albo stosownego obniżenia ceny albo odstąpienia od umowy.

INTERSPORT dba o swojego klienta oferując mu szeroki zakres produktów i usług. Dla przykładu warto wspomnieć, iż w celu zapewnienia klientowi najbardziej optymalnego wyboru wyposażenia narciarskiego, INTERSPORT organizuje narciarskie obozy testowe w Alpach austriackich, gdzie klienci w luksusowych warunkach hotelowych, pod opieką serwisantów i instruktorów mają możliwość zapoznania się z około 30 najnowszymi modelami nart wszystkich wiodących producentów sprzętu zimowego.

W każdej chwili pracownicy służą klientom swoją wiedzą i doświadczeniem w zakresie każdej dziedziny sportu. Udając się do salonu INTERSPORT klient może być zatem

przekonany, że zakupi nowoczesny sprzęt najwyższej jakości, będzie mógł skorzystać z usług dodatkowych firmy INTERSPORT, zostać członkiem systemu lojalnościowego dla stałych klientów pod nazwą „Dla Aktywnych”, uzyskując jednocześnie profesjonalną pomoc i obsługę.

4.4. Ochrona środowiska

Na przełomie ostatnich kilkunastu lat coraz więcej uwagi przy zarządzaniu działalnością przedsiębiorstw poświęca się kwestiom ochrony środowiska. INTERSPORT, zdając sobie sprawę z tego faktu, przestrzega licznych wymogów określonych w unijnych przepisach o ochronie środowiska. Ponadto ochrona środowiska ze strony przedsiębiorstw zależy również od dobrowolnego uznania tego obowiązku.

W INTERSPORT zarządzanie środowiskiem naturalnym traktowane jest jako ważny wycinek całokształtu zadań kierownictwa, który ma na celu stworzenie podstaw dla sytuacji, w której każdy pracownik będzie planował i wykonywał swoje zadania biorąc pod uwagę w jak największym stopniu ochronę środowiska naturalnego. Zarząd podejmuje wszelkie działania w ramach szeroko pojętych procedur i metod postępowania, które niezbędne są dla konsekwentnego zarządzania z uwzględnieniem ochrony środowiska.

Firma podejmuje wszelkie działania w celu zarządzania cyklem produktu tak, aby na wszystkich etapach (sprzedaży, użytkowania, degradacji) eliminować lub minimalizować negatywny wpływ na środowisko. W ten sposób firma prowadzi szeroko zakrojone działania zmierzające do ograniczenia powstawania odpadów, eliminowania marnotrawstwa zasobów pracy ludzkiej, zasobów i energii.

Wdrażanie tego typu strategii wymaga jednak od Spółki ciągłych inwestycji, wdrażania innowacyjnych technologii i zapewnienia edukacji, poczynając od szeroko rozumianego kierownictwa, po każdego pracownika INTERSPORTU.

Każdy z pracowników jest zatem świadomy w jaki sposób kierować swoją pracą, by w rezultacie nie wywoływała ona negatywnego wpływu na środowisko.

Warto podkreślić, iż ze względu na charakter prowadzonej działalności firma INTERSPORT minimalizuje swój wpływ na środowisko wieloma z możliwych sposobów. Z uwagi na pakowanie towarów w sklepach oraz sprowadzanie towarów z zagranicy, firma jest podmiotem zobowiązanym do zapewnienia odzysku i recyklingu odpadów opakowaniowych

i użytkowych w rozumieniu ustawy o opakowaniach i odpadach opakowaniowych z dnia 11 maja 2001 roku (Dz.U. Nr 63, poz. 638 z późn. zm.).

W związku z powyższym, INTERSPORT zawarł w dniu 29 grudnia 2005 roku umowę z Zakładem Gospodarki Komunalnej Organizacja Odzysku Biosystem S.A. z siedzibą w Krakowie, której przedmiotem jest zorganizowanie dla naszej firmy odzysku i recyklingu odpadów opakowaniowych i użytkowych.

Ochrona środowiska jest w dużej mierze uzależniona od technologii, jakie wykorzystujemy. Mając na uwadze ten fakt, firma INTERSPORT dąży do wprowadzania ciągłych innowacji (technologicznych, produktowych, procesowych). Spółka wybudowała innowacyjne na skalę światową centrum logistyczne w Cholerzynie. Realizacja tego projektu miała pozytywny wpływ na ochronę środowiska naturalnego. Wynika to m.in. z ograniczenia emisji spalin pochodzących z ruchu samochodów dostawczych, ograniczenia wykorzystania kartonowych opakowań, zużycia folii stretch, obciążenia infrastruktury komunikacyjnej centrum aglomeracji krakowskiej, efektywnego wykorzystania powierzchni magazynowej, a także w rezultacie – ograniczenia energo – i materiałochłonności.

Reasumując, należy zatem podkreślić, że polityka środowiskowa firmy INTERSPORT odzwierciedla zobowiązania przedsiębiorstwa w zakresie jego dostosowywania się do przepisów prawnych. Jest okresowo weryfikowana i dostosowywana do zmian otoczenia. Zarząd dokłada wszelkich starań, aby była zrozumiała dla wszystkich pracowników. Pracownicy powinni być świadomi własnej odpowiedzialności za stałe oraz skuteczne proekologiczne działanie swoje i firmy.

Pozytywny wpływ na środowisko naturalne ma również inne korzyści, do których zaliczyć należy m.in.: społeczną akceptację funkcjonowania przedsiębiorstwa, podniesienie renomy wśród klientów, podniesienie wiarygodności przedsiębiorstwa w oczach partnerów, motywacji załogi, minimalizację kosztów prowadzenia przedsiębiorstwa (np. poprzez minimalizację ilości i kosztu utylizacji wytwarzanych odpadów, ograniczenie zanieczyszczeń etc.), zdobycie przewagi nad konkurencją (firmy przodujące w nowoczesnych rozwiązaniach popierają zaostreżenie norm dotyczących ochrony środowiska), ułatwienie dostępu do kapitału, ułatwienie uzyskania zezwoleń na prowadzenie działalności, zwiększenie bezpieczeństwa pracy w przedsiębiorstwie, redukcję kosztów transportu, składowania i pakowania, tworzenie

nowych produktów i technologii lub nawet nowych rynków opartych na procesach przyjaznych środowisku.

4.5. Współpraca z podwykonawcami i dostawcami

Firma INTERSPORT również przy wyborze swoich dostawców oraz podwykonawców kieruje się szeroko rozumianymi zasadami zrównoważonego rozwoju. Spółka zwraca uwagę na fakt, czy firmy z którymi współpracujemy biorą w swej działalności pod uwagę kryteria środowiskowe. W ten sposób Spółka dąży do kształtowania i promowania polityki pro – środowiskowej.

Dostawcą usług transportowych firmy INTERSPORT była Spółka Raben Polska. W 2006 roku Raben uzyskał certyfikat potwierdzający zgodność **Systemu Środowiskowego z normą ISO 14001:2004**. ISO 14001 jest międzynarodowym standardem zarządzania środowiskowego. Określa on zasady nadzoru nad tymi działaniami, które mają wpływ na środowisko, tj. m.in. nad wykorzystaniem zasobów naturalnych, ściekami i odpadami przemysłowymi, zużyciem energii. Zakłada właściwe zdefiniowanie środowiska i określenie zasad takiego zarządzania działalnością środowiskową, by zapobiegać i chronić środowisko przed degradacją.

Firma Raben Polska ciągle doskonali skuteczność Zintegrowanego Systemu Zarządzania, wdrożonego zgodnie z wymaganiami ISO 9001:2000, ISO 14001:2004 i DS 3027E:2002. System Środowiskowy jest częścią **Zintegrowanego Systemu Zarządzania** obejmującego zarządzanie jakością, środowiskiem i bezpieczeństwem żywności. W kwestiach środowiskowych Raben zobowiązał się do doboru taboru, który w coraz mniejszym stopniu jest uciążliwy dla środowiska, do zapobiegania sytuacjom awaryjnym zagrażającym środowisku oraz minimalizowania wpływu ewentualnych awarii na środowisko, prowadzenia efektywnej gospodarki surowcami i odpadami oraz mediami, brania pod uwagę rozwiązań proekologicznych podczas projektowania nowych obiektów, a także podnoszenia świadomości pracowników, dostawców i partnerów podczas ochrony środowiska.

Uzyskany przez firmę Raben certyfikat oznacza, iż mające zastosowanie wymagania prawne i inne, do których spełnienia się zobowiązała, zostały wzięte pod uwagę przy ustanawianiu, wdrażaniu i utrzymywaniu jej systemu zarządzania środowiskowego.

Firma INTERSPORT zdaje sobie sprawę z faktu, iż zarządzanie łańcuchem dostaw jest obecnie jednym z kluczowych elementów promowania zrównoważonych wzorców produkcji i konsumpcji. Dlatego też współpracujemy wyłącznie z partnerami, którzy są świadomi swojego wpływu na środowisko i podejmują wszelkie działania w celu promowania zasad Społecznej Odpowiedzialności Biznesu.

5. Inwestycje w odniesieniu do Strategii Zrównoważonego Rozwoju

Firma INTERSPORT ukończyła zrealizować inwestycję polegającą na wdrożeniu innowacyjnej technologii EPC/RFID w Logistycznym Centrum Nowej Generacji, które powstało w Cholerzynie gm. Liszki.

Wszelkie plany poprzedzające podjęcie jakichkolwiek działań muszą być jednak zgodne z promowaną przez Spółkę polityką pro – środowiskową i równych szans. Dlatego też podjęte zostały szeroko zakrojone działania, aby nowa inwestycja będzie miała **pozytywny wpływ na środowisko naturalne**. Fakt ten potwierdzony jest kilkoma wskaźnikami, zaprezentowanymi poniżej.

- W wyniku realizacji inwestycji wdrożone zostały ekologiczne rozwiązania czerpania energii ze źródeł odnawialnych.

Na budynku Logistycznego Centrum Nowej Generacji zamontowano obiekty ogniw solarnych, a pozyskana za ich pomocą energia wykorzystana do ogrzewania ciepłej wody użytkowej. Umożliwia to zaoszczędzenie do 65% energii zużywanej w tym celu. Zaoszczędzenie każdej kilowatogodziny energii cieplnej zmniejsza emisję tlenku węgla od 0,56 do 1,1 kg, a także tlenku siarki i azotu.

- Zmiana lokalizacyjna i organizacyjna Logistycznego Centrum Nowej Generacji wpłynęła na ograniczenie emisji spalin pochodzących z ruchu samochodów dostawczych.

Spółka posiadała dwa niezależne centra logistyczne odległe od siebie o ok. 20 km, z czego jeden znajdował się w granicach administracyjnych miasta Krakowa. Samochód dostawczy, eksploatowany przez INTERSPORT do przewozu materiałów pomiędzy dwoma punktami kompletacyjnymi spalał 5720 l oleju napędowego rocznie.

Dzięki realizacji niniejszej inwestycji transport pomiędzy punktami kompletacyjnymi nie jest już konieczny. Punkty te zostały zastąpione przez jeden innowacyjny logistyczny kompleks wysokiego składowania. INTERSPORT mógł zrezygnować z użytkowania wspomnianego powyżej samochodu dostawczego. Wynikiem tego jest obniżenie spalania oleju napędowego z 5720 l rocznie do zera.

- INTERSPORT zużywał około 2 tys. kartonowych opakowań rocznie. W wyniku realizacji inwestycji firma INTERSPORT przestała zamawiać opakowania kartonowe.

Ich liczba spadła z około 2 tys. do zera. Zostały one zastąpione wysyłką w bardzo trwałych, wielorazowych pojemnikach plastikowych, stanowiących znaczne zmniejszenie obciążenia dla środowiska.

- W związku z ukończoną budową Logistycznego Centrum Nowej Generacji nie będzie już konieczności wysyłania palet euro pomiędzy poszczególnymi magazynami sieci INTERSPORT. Dzięki temu zmniejszono zużycie folii stretch z około 600 kg do max 100 kg rocznie, czyli o około 0,5 t rocznie.
- Inwestycja przyczyniła się do odciążenia infrastruktury komunikacyjnej centrum aglomeracji krakowskiej oraz do skrócenia czasu trwania operacji transportowych w związku ze skupieniem miejsca przeładunku w jednym punkcie.

Przeznaczone pod inwestycję działki położone są w bezpośrednim sąsiedztwie strefy lotniska w Balicach (ok. 0,5km), obwodnicy Krakowa (ok. 1km) z dogodnym dostępem do autostrady A4. Dostępność komunikacyjna zapewniona jest z drogi gminnej nr 85, biegnącej wzdłuż północnej granicy przedmiotowego terenu. Dostawy towarów od producentów, jak i przewozy do sklepów firmowych odbywają się z pominięciem tras wewnątrz miasta (z wyjątkiem dostaw do placówki w centrum Krakowa).

- Zastosowanie magazynu *miniload* wpłynęło na dużo bardziej efektywne wykorzystanie powierzchni magazynowej, co doprowadziło do zmniejszenia kubatury budynku niezbędnej do obsłużenia zakładanej rotacji towaru w stosunku do rozwiązań magazynowych manualnych.

Rozwiązanie strefy automatycznej magazynu *miniload* umożliwiło również ograniczenie wymogów oświetlenia oraz obniżenie parametru cieplnego w związku z odseparowaniem tej strefy od elementu ludzkiego.

- Ponadto, budowa Logistycznego Centrum Nowej Generacji spowodowała zdecydowanie bardziej ekonomiczne wykorzystanie energii.

Dawniej budynki dystrybucyjno – logistyczne INTERSPORT Polska S.A. były usytuowane w starych kilkudziesięcioletnich bazach magazynowych, miały bardzo niskie parametry izolacji cieplnej, a także energochłonny system ogrzewania i oświetlenia. Nowa konstrukcja hali zapewniła dużo wyższe parametry izolacji cieplnej lokalu, a z drugiej strony ekonomiczny system ogrzewania i oświetlenia.

- W wyniku realizacji inwestycji firma INTERSPORT kontynuuje politykę zapewnienia odzysku i recyklingu odpadów opakowaniowych i użytkowych w rozumieniu ustawy o opakowaniach i odpadach i odpadach opakowaniowych z dnia 11 maja 2001 r. (Dz.U. Nr 63 poz. 638 z późn. zm.) Firma INTERSPORT zamierza kontynuować współpracę z Zakładem Gospodarki Komunalnej Organizacja Odzysku Biosystem S.A. z siedzibą w Krakowie.
- W wyniku realizacji inwestycji firma INTERSPORT zwiększa nacisk na poczucie odpowiedzialności za wpływ działania centrum logistycznego na środowisko wśród swojego personelu.

Drugim niezmiernie ważnym aspektem, który był poruszony w momencie planowania nowej inwestycji, był jej **wpływ na politykę równych szans**. Zgodnie z prowadzoną przez nas Społeczną Odpowiedzialnością Biznesu, Logistyczne Centrum Nowej Generacji zostanie zaprojektowane "bez barier" dla osób z upośledzeniem ruchowym, w tym poruszających się na wózkach inwalidzkich. W ten sposób zlikwidowane są bariery architektoniczne. Stanowiska pracy są zorganizowane w sposób umożliwiający korzystanie z nich przez osoby poruszające się na wózkach. Wejście główne do budynku pozbawione jest stopni i dostępne poprzez rampę o maksymalnym nachyleniu 8%. Przy ścianie bocznej budynku zlokalizowane jest miejsce postojowe o wymiarach 3,6x5 m, dostosowane do potrzeb osób niepełnosprawnych. Powstała toaleta dla niepełnosprawnych, wyposażona w odpowiednią muszlę klozetową, umywalkę oraz poręcz. Poprzez zakup dodatkowego wyposażenia powstało pomieszczenie dla matki z dzieckiem. We wszystkich pomieszczeniach zaprojektowano jeden poziom podłogi. Dla osób mających problemy ze wzrokiem znacznym ułatwieniem w orientowaniu się w pomieszczeniu jest zróżnicowanie kolorystyczne elementów wystroju łazienek. Projekt przyczyni się do eliminacji dysproporcji płci na rynku pracy, poprzez równy dostęp do pracy kobiet i mężczyzn. Pełna automatyka, jaka jest

zastosowana przy użyciu innowacyjnej technologii EPC/RFID w Logistycznym Centrum Nowej Generacji umożliwia podjęcie pracy bez względu na płeć czy niepełnosprawność oraz umożliwia przyznawanie równego wynagrodzenia za taką samą pracę. Dowodem na to jest zatrudnienie w magazynie kobiet. W wyniku realizacji projektu przewidziana jest możliwość elastycznego czasu pracy, który znacznie ułatwi podjęcie pracy kobietom. W ten sposób zarówno kobiety i mężczyźni, mają równe szanse pracy i rozwoju oraz udziału w życiu gospodarczym. Ponadto, zorganizowane były szkolenia, które były konieczne ze względu na zmianę organizacji pracy. Wszyscy pracownicy, niezależnie od płci, rasy, niepełnosprawności, wieku czy orientacji seksualnej będą mieć do nich równy dostęp.

6. Podsumowanie

Na podstawie przedstawionych powyżej informacji, można bez wątpienia stwierdzić, iż firma INTERSPORT realizuje rozumianą wieloaspektowo Strategię Zrównoważonego Rozwoju.

Co więcej, kwestią bardzo ważną dla firmy INTERSPORT Polska jest rzetelne komunikowanie otoczeniu o wartościach, jakimi się kieruje. Spółka chce w ten sposób zniwelować dość powszechne w Polsce zjawisko, jakim jest brak promocji podejmowanych na tym polu działań przez przedsiębiorstwa. W ten sposób rozwój odpowiedzialnego biznesu w Polsce jest blokowany – wiele przedsiębiorstw nie informuje szerszego grona osób zainteresowanych o podejmowanych przez siebie działaniach proekologicznych i prospołecznych.

Firma INTERSPORT prowadzi szeroko zakrojone działania w kierunku promocji swoich działań na tym polu, kierując swój przekaz do różnych grup odbiorców. Wśród nich wyróżnić należy m.in.:

- publiczność na rynku – pracowników firmy, jej klientów, zrzeszenia konsumentów, dostawców, partnerów biznesowych, potencjalnych inwestorów;
- publiczność w miejscu pracy – pracowników, społeczności lokalne, władze lokalne;
- publiczność w społeczności lokalnej – odpowiednie lokalne instytucje i organizacje, władze lokalne, organizacje pozarządowe;

- publiczność zainteresowana ochroną środowiska – pracownicy, partnerzy w interesach, organizacje non profit, konsumenci, władze publiczne, szeroko rozumiana społeczność otaczająca firmę.

Spółka dąży do realizowania Społecznej Odpowiedzialności Biznesu różnymi drogami – poprzez pozytywny wpływ na społeczności lokalne, na ochronę środowiska naturalnego, ale także przestrzeganie praw konsumentów i pracowników.

Realizacja powyższej strategii pozwoli INTERSPORT Polska nie tylko zwiększyć poziom satysfakcji klienta z oferowanych usług i produktów, ale również pozyskać i utrzymać lojalnych klientów. Przyczyni się to w przyszłości do budowania pozytywnej reputacji firmy, zwiększania zaangażowania oraz efektywności pracowników jak również rozwijaniem pozytywnych stosunków z lokalną społecznością i władzami lokalnymi. Zaowocuje to z pewnością w przyszłości obustronnymi korzyściami.