

BILLA vydává novou Zprávu o udržitelnosti a potvrzuje v ní dodržování svých závazků na poli společenské odpovědnosti

4.12.2024 - | BILLA

Obchodní řetězec BILLA vydává novou Zprávu o udržitelnosti, v níž rekapituluje své společenské a environmentální závazky a mapuje dosahování svých cílů na poli udržitelnosti. Uvědomuje si nejen svoji odpovědnost vůči společnosti a dopad své činnosti na životní prostředí, ale i to, že dvěma třetinám zákazníků záleží na udržitelném chování obchodních řetězců.

V nejnovější Zprávě o udržitelnosti BILLA mapuje čtyři prioritní oblasti, na něž se ve své strategii udržitelnosti zaměřuje, a to odpovědné výrobky, spotřeba energie, klima a životní prostředí, zaměstnanci a společenská odpovědnost. *„Uvědomujeme si dopad naší činnosti na životní prostředí i na život lidí okolo nás, včetně našich zaměstnanců. Proto neustále hledáme cesty, jak snižovat naši uhlíkovou stopu, přispívat ke snižování dopadu naší činnosti na životní prostředí, podporujeme naše zaměstnance, zákazníky i potřebné ve všech oblastech jejich životů. Cílem naší zprávy je přistupovat k našemu podnikání odpovědně, a snad i inspirovat ostatní k životnímu stylu šetrnému k lidskému zdraví i životnímu prostředí,“* řekl u příležitosti vydání již druhé Zprávy o udržitelnosti Andreas Jüterbock, provozní ředitel BILLA Česká republika, a dodává: *„Rok 2023 byl rokem výzev i příležitostí. Globální dodavatelské řetězce se neustále vyvíjejí a obavy o klima jsou naléhavější než kdykoli předtím. Náš tým reaguje pružně a při každém kroku dbá na efektivitu, inovace a odpovědnost. BILLA Česká republika i nadále vytrvale usiluje o vytváření pozitivních a trvalých změn, ať už jde o snižování emisí uhlíku, zlepšování nakládání s odpady nebo získávání lokálních, udržitelnějších výrobků.“*

Jedním z významných témat aktuální Zprávy o udržitelnosti společnosti BILLA jsou úspěchy v oblasti energetické účinnosti. Díky investicím do obnovitelných zdrojů energie a optimalizaci spotřeby energie na svých prodejnách dosáhla významného pokroku ve snižování uhlíkové stopy. Výrazně k tomu přispívá také zavádění a rozšiřování nových a moderních technologií. Ať už jsou to digitální cenovky, samoobslužné pokladny nebo další technologie snižující či zcela eliminující spotřebu papíru, tonerů nebo energií. BILLA rovněž ukazuje směr, kterým se ubírá v rámci snižování spotřeby elektrické energie z veřejné sítě rozšiřováním fotovoltaických elektráren. Jen díky zavádění nových technologií, zejména díky efektivnějšímu systému řízení spotřeby elektrické energie a vytápění v posledních třech letech snížila provozní emise skleníkových plynů o 9,5 % a jen emise z vytápění klesly o 23,7 %.

Ve své aktuální zprávě BILLA rovněž potvrzuje dodržování svých závazků ve vytváření dobrých životních podmínek zvířat či dodržování závazku ukončení prodeje klecových vajec, živých kaprů či zábavní pyrotechniky.

Významnou roli v odpovědném chování hraje nakládání s odpady a boj proti plýtvání potravinami. I na tomto poli BILLA udělala významné pokroky, například zavedením prodeje tašek se zlevněným ovocem a zeleninou nebo posílením dodávek neprodaných produktů do potravinových bank.

„Udržitelnost je však pro nás cestou, nikoli cílem. I nadále se budeme věnovat adaptaci našich

strategií a vždy budeme usilovat o vlastní rozvoj. Tato zpráva představuje nejen kroky, které jsme učinili, ale také opětovné potvrzení našeho závazku k neustálému zdokonalování. Potenciál, který vnímáme, nás inspiruje k dosažení skutečných, pozitivních změn během následujících let. Společně utváříme budoucnost, která je nejen udržitelná, ale přívětivá pro všechny. Děkuje všem, kteří jsou na této cestě s námi,” říká ke zprávě Andreas Jüterbock.

U příležitosti vydání Zprávy o udržitelnosti si BILLA nechala udělat průzkum, jak lidé vnímají udržitelné chování obchodních řetězců. Z průzkumu vyplynulo, že 2/3 respondentů (67 %) záleží na tom, zda se obchodníci, u nichž nakupují, chovají udržitelně. Důraz na odpovědné chování řetězců pak kladou především ženy (73,9 %).

Sami zákazníci se pak chovají udržitelně a využívají možností, které jim řetězce dávají. Tři čtvrtiny lidí (73 %) alespoň občas nakupují zlevněné ovoce a zeleninu a 69 % lidí nakupuje občas zlevněné potraviny s blížícím se datem spotřeby, přičemž plná čtvrtina lidí je nakupuje pravidelně (26 %).

<https://www.billa.cz/tiskove-zpravy/billa-vydava-novou-zpravu-o-udrizitelnosti>