***Załącznik nr 4***

Przykładowy kwestionariusz ankiety do Raportu

**Strategie i polityki środowiskowe**

Sekcja A: Posiadanie strategii zrównoważonego rozwoju z uwzględnieniem kwestii środowiskowych

1. Czy firma ma jakiekolwiek polityki środowiskowe lub strategię zrównoważonego rozwoju dla organizacji? Czy firma ma ustalone stanowiska w kwestiach środowiskowych np. zmiana klimatu, utrata różnorodności biologicznej, zanieczyszczenie środowiska?
2. Czy firma ma dedykowany zespół, jednostkę, dział lub pracownika do nadzorowania zrównoważonych praktyk?
3. Czy firma ma politykę „zielonych” zamówień?
4. Czy firma ma ustalone KPI dotyczące ich zobowiązań w kwestii środowiska i zrównoważonego rozwoju w różnych działach? Np. czy firma mierzy swoje emisje, w jakich zakresach – Scope 1 – 2- 3; czy firma ma cele redukcji emisji określone w czasie?
5. Czy są publicznie dostępne polityki i stanowiska firmy w kwestiach związanych ze środowiskiem?

Sekcja B: Raportowanie niefinansowe – kwestie dotyczące środowiska przyrodniczego

1. Czy firma posiada dedykowaną sekcję poświęconą wpływowi na środowisko przyrodnicze w swoich raportach? Jak często wydawane są takie raporty?
2. Czy firma używa standardu zewnętrznego (np. GRI) lub raporty są audytowane zewnętrznie, a jeśli tak – przez kogo?
3. Czy firma planuje rozpocząć/kontynuować raportowanie swoich działań na rzecz środowiska przyrodniczego? Jeśli tak, to kiedy/z jaką częstotliwością?
4. Czy firma raportuje swój wpływ do CDP (Carbon Disclosure Project)?
5. Czy firma wyznaczyła cele redukcji emisji GHG, np. wg zaleceń SBTI?
6. Czy firma publikuje i komunikuje interesariuszom, w tym konsumentom swoje raporty niefinansowe?

Sekcja C: Zobowiązania do realizacji celów krajowych i międzynarodowych

1. Czy firma zadeklarowała udział w realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ tzw. SDGs? Jeśli tak, to jakich?
2. Czy firma raportuje lub udostępnia informacje dotyczące postępów w realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju?
3. Czy firma wyznaczyła ramy czasowe na realizację swoich zobowiązań wobec Celów Zrównoważonego Rozwoju? Jeśli tak to do kiedy?
4. W jaki sposób firma przygotowuje się do wdrożenia dyrektywy SUP w Polsce?

Sekcja D: Kwestie społeczne

1. Czy firma posiada politykę dotyczącą przestrzegania praw człowieka i/lub praw pracowniczych?
2. Czy polityka firmy dotycząca przestrzegania praw człowieka i/lub praw pracowniczych odnosi się do całego łańcucha dostaw? Jeśli nie, to jaki jest zakres jej zastosowania?

**Zrównoważone pozyskiwanie surowców i zrównoważone produkty**

Sekcja A: Surowce oraz produkty marek własnych

1. Czy firma pozyskuje surowce i materiały dla swoich marek własnych z certyfikowanych źródeł? Jeśli nie, proszę pominąć pytanie 2

Prosimy wskazać certyfikowane surowce, w tym dla produktów:

1. RSPO (wszystkie produkty zawierające olej palmowy)
2. FSC (produkty zawierające drewno, papier, karton i/lub z nich wykonane)
3. MSC/ASC (ryby i owoce morza dziko żyjące i hodowlane)
4. MSC/ASC (produkty zawierające ryby i owoce morza dziko żyjące i hodowlane)
5. RTRS (soja i produkty ją zawierające)
6. GOTS (tekstylia)
7. Better Cotton Initiative (bawełna i produkty ją zawierające)
8. Rainforest Alliance (kawa)
9. Rainforest Alliance (inne produkty – jakie?)
10. Europejski certyfikat ekologiczny, zielony listek (warzywa, owoce)
11. Europejski certyfikat ekologiczny, zielony listek (nabiał, jaja, mięso)
12. Europejski certyfikat ekologiczny, zielony listek (inne produkty – jakie?)
13. Inne certyfikaty (jakie produkty?):
14. Ile procent produktów poszczególnych marek własnych jest certyfikowanych?

Prosimy wskazać % certyfikowanych produktów marek własnych:

1. RSPO (wszystkie produkty zawierające olej palmowy)
2. FSC (produkty zawierające drewno, papier, karton i/lub z nich wykonane)
3. MSC/ASC (ryby i owoce morza dziko żyjące i hodowlane)
4. MSC/ASC (produkty zawierające ryby i owoce morza dziko żyjące i hodowlane)
5. RTRS (soja i produkty ją zawierające)
6. GOTS (tekstylia)
7. Better Cotton Initiative (bawełna i produkty ją zawierające)
8. Rainforest Alliance (kawa)
9. Rainforest Alliance (inne produkty – jakie?)
10. Europejski certyfikat ekologiczny, zielony listek (warzywa, owoce)
11. Europejski certyfikat ekologiczny, zielony listek (nabiał, jaja, mięso)
12. Europejski certyfikat ekologiczny, zielony listek (inne produkty – jakie?)
13. Inne certyfikaty (jakie produkty?)
14. Czy firma ma cel, a jeśli tak to jaki w zakresie zwiększania udziału procentowego produktów marek własnych pochodzących ze zrównoważonych źródeł w najbliższej przyszłości?
15. Jakie są TRZY główne kryteria, które firma bierze pod uwagę, kiedy/jeśli planuje pozyskiwać surowce będące składnikami produktów marek własnych w sposób zrównoważony?
16. Czy firma zobowiązała się do uzyskania 100% certyfikowanego zrównoważonego oleju palmowego w swoich produktach?

Jeśli tak, to do kiedy?

1. Czy w przypadku innych produktów marek własnych, które nie są certyfikowane, wymagane jest od dostawców przedstawienie zapisów dotyczących identyfikowalności pochodzenia produktu jako części kryteriów zamówienia?
2. Czy firma posiada w swoim portfolio gotowe produkty wegetariańskie i wegańskie (zamienniki produktów odzwierzęcych)?
   1. Czy zamienniki są dostępne w stałej ofercie?
   2. Jaki jest procent udziału tych produktów w asortymencie?
   3. Jaka jest relacja ceny do odpowiedników produktów odzwierzęcych?
   4. Czy te produkty są dodatkowo eksponowane/promowane?
   5. Czy te produkty są dodatkowo sprawdzane pod kątem zrównoważonego pozyskania surowców? Jakie są TRZY główne kryteria, które firma bierze pod uwagę w przypadku oceny, czy surowce są zrównoważone?
3. Czy firma ma zidentyfikowane kluczowe surowce, które wykorzystywane są w produktach marek własnych?

Sekcja B: Produkty marek producentów ”zewnętrznych”

1. Czy firma sprzedaje w swoich sklepach inne certyfikowane marki i produkty?

*Proszę podać certyfikaty produktów (np. RSPO, FSC, MSC, ASC, europejski certyfikat ekologiczny, zielony listek itp.) dla analogicznych produktów, jak wymienione w Sekcji A. pyt. 1*

1. Jaki jest docelowy udział procentowy produktów pozyskiwanych/produkowanych w sposób zrównoważony?
2. Czy firma posiada kodeks postępowania dostawców, który obejmuje dostarczanie produktów pozyskiwanych/produkowanych w sposób zrównoważony? Jakie TRZY główne kryteria stosuje firma, żeby zidentyfikować, czy produkty są zrównoważone (np. w zakresie łamania praw człowieka/pracy dzieci/testów na zwierzętach/przeciwdziałaniu wylesianiu, przeciwdziałanie osuszaniu torfowisk, ograniczenia zużycia środków ochrony roślin, ograniczenia zużycia nawozów mineralnych).

*Jeśli tak, jaka jest data dostosowania się dostawców do wymagań kodeksu?*

1. Czy firma inicjuje współpracę z dostawcami w zakresie pozyskiwania/wytwarzania produktów w sposób zrównoważony?
2. Czy firma posiada w swojej ofercie gotowe produkty wegetariańskie i wegańskie (zamienniki produktów odzwierzęcych)?
   1. Czy zamienniki są dostępne w stałej ofercie?
   2. Jaki jest procent udziału tych produktów w asortymencie?
   3. Jaka jest relacja ceny do odpowiedników produktów odzwierzęcych?
   4. Czy te produkty są dodatkowo eksponowane/promowane?
   5. Czy te produkty są dodatkowo sprawdzane pod kątem zrównoważonego pozyskania surowców? ? Jakie są TRZY główne kryteria, które firma bierze pod uwagę w przypadku oceny, czy surowce są zrównoważone?

Sekcja C: ekspozycja produktów

1. Czy firma posiada wyraźne oznakowanie produktów certyfikowanych oraz wyróżnia te produkty na półkach?
2. Jakie kryteria stosuje firma, określając produkty marek własnych jako „eko”/ „bio”/ „organic”? Czy takie same kryteria firma stosuje wobec produktów „eko” / „bio” / „organic” marek producentów „zewnętrznych”? Jeśli nie, jakie są to kryteria?

Sekcja D: Inne kryteria dotyczące produktów

1. Czy firma zna lokalizację/kraj pochodzenia świeżych produktów spożywczych (żywności) znajdujących się w sklepach?
2. Czy firma zna metody produkcji (np. stosowanie pestycydów) świeżych produktów spożywczych (żywności) znajdujących się w sklepach?
3. Czy firma zapewnia właściwe oznakowanie wszystkich świeżych produktów spożywczych (żywności)?
   1. Nazwa w języku polskim
   2. Kraj pochodzenia
4. Czy firma posiada standardy dotyczące owoców i warzyw w zakresie estetyki wyglądu? Jeśli tak, to jakie?
5. Czy firma posiada standardy dotyczące owoców i warzyw w zakresie stosowania nawozów mineralnych i stosowania środków ochrony roślin? Jeśli tak, to jakie?
6. Czy firma współpracuje z gospodarstwami/dostawcami w celu pozyskania "brzydkich/niedoskonałych" (tj. zniekształconych lub o niewłaściwym rozmiarze)świeżych produktów spożywczych?

*Jeśli nie, czy przedsiębiorstwo rozważyłoby w przyszłości zakup takich produktów?*

1. Czy firma zatrudnia pracowników specjalnie przeszkolonych w zakresie zrównoważonego zaopatrzenia?

**Pytania dotyczące ryb i owoców morza oraz produktów je zawierających:**

1. Czy przedsiębiorstwo ma wewnętrzną politykę (polityki) dotyczącą zamówień na ryby i owoce morza? Jeśli tak, czy obejmuje ona tylko marki własne, czy również marki producentów „zewnętrznych”?
2. Czy polityka obejmuje działania minimalizujące następujące zagrożenia związane z łańcuchami dostaw żywności pochodzenia morskiego:
   1. Środowiskowe (np. przeławianie, inwazyjne metody połowowe). Jeśli tak, to jakie działania podejmuje firma?
   2. Społeczne (naruszenie praw człowieka, praca dzieci, niewolnictwo). Jeśli tak, to jakie działania podejmuje firma?
   3. Prawo (nielegalne, nieraportowane i nieuregulowane połowy). Jeśli tak, to jakie działania podejmuje firma?
3. Czy w portfolio ryb i owoców morza znajdują się gatunki zagrożone (tak/nie /nie wiem)? Jeśli tak, to jakie?
4. Czy firma umieszcza następujące informacje na etykietach/opakowaniach dla produktów ze świeżych ryb i owoców morza sprzedawanych w jej sklepach?
   1. Gatunek (nazwa polska)
   2. Gatunek (nazwa łacińska/naukowa)
   3. Obszary połowowe FAO w przypadku ryb i owoców morza dzikich/kraj pochodzenia w przypadku ryb i owoców morza hodowlanych
   4. Metoda połowowa
5. Jak głęboko firma jest w stanie wniknąć w łańcuch dostaw ryb i owoców morza (tj. rodzaj statku rybackiego, metoda hodowli, opakowanie, dostawca i/lub dystrybutor produktów z owoców morza)?
6. Czy firma prowadzi rejestr informacji na temat swoich produktów pochodzenia morskiego?
   1. Gatunek (nazwa polska)
   2. Gatunek (nazwa łacińska/naukowa)
   3. Obszary połowowe FAO w przypadku ryb i owoców morza dzikich/kraj pochodzenia w przypadku ryb i owoców morza hodowlanych
   4. Metoda połowowa lub hodowlana
7. Czy firma posiada system weryfikacji autentyczności informacji o produktach (z) ryb i z owoców morza (np. audyt lub postępowanie dostawców w celu śledzenia pochodzenia lub metod połowu)?
8. Czy firma korzysta przy zamówieniach ryb i owoców morza z rekomendacji zawartych w Poradniku Rybnym WWF (https://ryby.wwf.pl/)?

**Zrównoważone opakowania i zarządzanie odpadami**

Sekcja A: Plastikowe opakowania i produkty jednorazowego użytku

1. Czy firma śledzi roczną liczbę jednorazowych plastikowych toreb i opakowań wprowadzonych na rynek?
2. Czy firma planuje wprowadzić/rozszerzyć ofertę produktów, które można zapakować w opakowanie wielokrotnego użytku oraz wprowadzić automaty typu refill?
3. Czy firma ma cele w zakresie redukcji jednorazowych opakowań plastikowych? Jeśli tak to jakie są cele firmy? Dotyczy to opakowań (np. tzw. torby zrywki) na produkty sypkie i produkty na wagę, takie jak warzywa i owoce itp.
4. Czy firma zmniejsza udział „virgin plastic” w opakowaniach z tworzyw sztucznych? Jeśli tak, to jakie są założone cele (ilościowe, np. w procentach) oraz czas ich realizacji?
5. Czy firma dąży do zwiększenia udziału opakowań wytworzonych z materiałów nadających się do recyklingu? Jeśli tak, to jakie są założone cele (ilościowe, np. w procentach) oraz czas ich realizacji?
6. Czy firma dąży do zwiększenia udziału opakowań wytworzonych z materiałów powstałych z recyklingu Jeśli tak, to jakie są założone cele (ilościowe, np. w procentach) oraz czas ich realizacji?
7. Czy firma redukuje zużycie jednorazowych sztućców i opakowań plastikowych w gotowych daniach (dania sprzedawane w strefie gastronomicznej i na półkach)? Jeśli tak, to jakie są założone cele (ilościowe, np. w procentach) oraz czas ich realizacji?

Sekcja B: Projektowanie opakowań

1. Czy firma wdrożyła lub ma w planach wdrożyć ulepszenia w projektach opakowań w celu redukcji lub zoptymalizowania wykorzystania materiałów? Jeśli tak to jakie?
2. Czy firma posiada zalecenia lub wymagania w swoich markach własnych, aby używać w opakowaniach z papieru i/lub kartonu surowce mające certyfikat FSC lub pochodzące z recyklingu? Jeśli tak, to jakie są założone cele (ilościowe, np. w procentach) oraz czas ich realizacji?

Sekcja C: Łańcuchy dostaw

1. Czy firma współpracuje obecnie z jakimikolwiek dostawcami w celu redukcji, ponownego wykorzystania i recyklingu opakowań z tworzyw sztucznych używanych podczas transportu?
2. Czy firma angażuje się w jakiekolwiek biznesowe platformy/inicjatywy lub współpracę z organizacjami pozarządowymi w celu przeciwdziałania zanieczyszczeniu środowiska tworzywami sztucznymi?

Prosimy wymienić jakie*.*

Sekcja D: Zasada 3R (Reduce, Reuse, Recykle)

1. Czy firma stosuje w swoich sklepach praktyki 3R (redukuje ilość odpadów, wprowadza wielorazowe opakowania, segreguje odpady). Jeśli tak, to jakie?
2. Czy firma posiada w swoich sklepach miejsca zbiórki odpadów nadających się do recyklingu?
3. Jakiego rodzaju surowce do recyklingu są zbierane w sklepach?

Proszę wymienić :

1. Czy firma posiada system kaucyjny lub inny podobny system?
2. W jaki sposób firma realizuje obowiązki związane z wprowadzeniem na rynek opakowań:
   1. współpraca z organizacją odzysku
   2. opłata marszałkowska
   3. samodzielnie
3. Czy firma posiada w sprzedaży jednorazowe artykuły z tworzyw sztucznych (w tym plastikowe torby, plastikowe sztućce i słomki)?
4. Czy firma planuje stopniowe wycofywanie/ograniczenie sprzedaży jednorazowych przedmiotów z konwencjonalnych tworzyw sztucznych?

Jakie to przedmioty? Do kiedy planuje się je wycofać?

1. Czy firma planuje zastąpienie tych przedmiotów niekonwencjonalnymi tworzywami sztucznymi?

Jeśli tak, jaki jest harmonogram?

Sekcja E: Redukcja odpadów wewnątrz organizacji

1. Czy firma posiada systemy segregacji i pomiaru dla wszystkich rodzajów odpadów generowanych przez poszczególne sklepy/centra dystrybucyjne (tj. tworzywa sztuczne i odpady organiczne/żywnościowe)
2. Czy pracownicy są regularnie szkoleni w zakresie segregacji odpadów w sklepach/centrach dystrybucji?
3. Czy firma rejestruje ilość dla każdego rodzaju i objętości odpadów?

Sekcja F: marnowanie żywności

1. Czy firma uczestniczy w programach darowizn żywności?

Prosimy opisać program/-y (maksymalnie 5 zdań na każdy program).

1. Czy firma ma podpisaną umowę z organizacją pozarządową w kwestii przekazywania żywności z bliskim terminem przydatności do spożycia zgodnie z wymogami ustawy o przeciwdziałaniu marnowaniu żywności?
2. Jakie są inne inicjatywy, w które firma angażuje się, aby ograniczyć marnowanie żywności?

Proszę opisać inicjatywy (maks. 5 zdań dla każdej inicjatywy) oraz wymienić ich partnerów (jeśli dotyczy)

1. Czy firma ma jakieś inne strategie zapobiegania marnowaniu żywności? Jakie?
2. Czy firma ma standard postępowania z produktami o bliskiej dacie przydatności do spożycia? Co firma robi z takimi produktami.

**Edukacja środowiskowa**

Sekcja A: działania wewnętrzne

1. Czy firma podejmuje wewnętrzne inicjatywy mające na celu ograniczenie swojego negatywnego wpływu na środowisko?
2. Jakie rodzaje działań związanych z poprawą wyników w zakresie ochrony środowiska prowadzi firma? Czy podejmując te działania firma stosuje konkretne podejścia np. SBTI, Water Stewardship itd.
   1. Redukowanie emisji gazów cieplarnianych
   2. Odpowiedzialne zarządzanie/gospodarowanie zasobami wodnymi
   3. Gospodarka obiegu zamkniętego
   4. Inne (prosimy wymienić)
3. Gdzie wdrażane są te rozwiązania:
   1. W siedzibie/biurze
   2. W sklepach
   3. W magazynach
   4. W transporcie
   5. Wśród dostawców
   6. Czy gdzieś jeszcze?
4. Czy firma ma w niektórych zakresach działalności wyższe wymagania środowiskowe niż przewiduje to prawo, np. zużycie pestycydów, wykorzystywanie wody? Jeśli tak, to w których obszarach i jakie są to wymagania?

Sekcja B: Zewnętrzne zaangażowanie

1. Czy firma angażuje się w działania minimalizujące negatywny wpływ na środowisko z lokalnymi społecznościami lub organizacjami pozarządowymi?

Prosimy podać przykład działań.

Czy wymienione partnerstwo/współpraca są działaniem ciągłym, w trakcie realizacji czy jest/była to jednorazowa akcja?

1. Czy firma zamierza nawiązać nowe partnerstwa lub zwiększyć skalę inicjatywy na rzecz ochrony środowiska? Jeśli tak, to jakie?
2. Do jakich organizacji/inicjatyw dołączyła firma? Np. POHiD, RSPO, FOB, Polski Pakt Plastikowy, PKZOP, RSPO, SBTI
3. Czy firma brała/bierze/będzie brała udział w okrągłych stołach na rzecz ochrony środowiska? Jeśli tak, to jakich?

Sekcja C: Komunikacja kwestii środowiskowych

1. Czy firma komunikuje swoje działania minimalizujące negatywny wpływ na środowisko opinii publicznej/konsumentom w następujących obszarach:
   * Redukowanie emisji gazów cieplarnianych
   * Odpowiedzialne zarządzanie/gospodarowanie zasobami wodnymi
   * Gospodarka obiegu zamkniętego
   * Redukcja/rezygnacja z jednorazowego plastiku
   * Zrównoważony olej palmowy
   * Zrównoważone pozyskiwanie papieru i produktów drewnianych
   * Zrównoważone rybołówstwo
   * Ograniczenie marnowania żywności
   * Rolnictwo ekologiczne - certyfikowane
   * Inne (prosimy wymienić)
2. Czy firma komunikuje swoje działania minimalizujące negatywny wpływ na środowisko swoim pracownikom w następujących obszarach:
   * Redukowanie emisji gazów cieplarnianych
   * Odpowiedzialne zarządzanie/gospodarowanie zasobami wodnymi
   * Gospodarka obiegu zamkniętego
   * Redukcja/rezygnacja z jednorazowego plastiku
   * Zrównoważony olej palmowy
   * Zrównoważone pozyskiwanie papieru i produktów drewnianych
   * Zrównoważone rybołówstwo
   * Ograniczenie marnowania żywności
   * Rolnictwo ekologiczne - certyfikowane
   * Inne (prosimy wymienić)
3. Czy wyżej wymienione kampanie są jednorazowe, sezonowe czy stałe?
4. Jakich kanałów komunikacji używa firma, aby dotrzeć z tym przekazem do konsumentów?
5. Jeśli obecnie nie są prowadzone żadne kampanie czy firma planuje rozpoczęcie (i kiedy?) komunikacji zewnętrznej w kwestiach:
   * Redukowanie emisji gazów cieplarnianych
   * Odpowiedzialne zarządzanie/gospodarowanie zasobami wodnymi
   * Gospodarka obiegu zamkniętego
   * Redukcja/rezygnacja z jednorazowego plastiku
   * Zrównoważony olej palmowy
   * Zrównoważone pozyskiwanie papieru i produktów drewnianych
   * Zrównoważone rybołówstwo
   * Ograniczenie marnowania żywności
   * Rolnictwo ekologiczne - certyfikowane
   * Inne (prosimy wymienić)