

USTVARIMO BOLJŠI SVET V NAS SAMIH

Tina Cipot,

vodja službe za odnose z javnostmi, Lidl Slovenija

Povzetek: Ker velja, da je treba najprej pomesti pred lastnim pragom, v Lidlu Slovenija veliko pozornosti namenjamo projektom, v katerih aktivno sodelujejo naši zaposleni. Njihova prizadevanja združujemo pod pobudo 'Ustvarimo boljši svet', kamor spadajo tudi aktivnosti za zunanje javnosti v okviru zdravega, zelenega in odgovornega podjetja. Naši sodelavci se pridružujejo številnim dobrotelnim akcijam, ali pa jih predlagajo tudi sami, obenem pa nesebično pomagajo tudi v lokalni skupnosti, ko je pomoč najbolj potrebna. Kar nekaj jih deluje v okviru ambasadorjev zdravja in druge usmerjajo na poti zdravega in bolj kakovostnega življenja. Prek njih k sodelovanju pri družbeno odgovornih aktivnostih vabimo in spodbujamo tudi naše kupce in širšo javnost, saj verjamemo, da lahko skupaj že z majhnimi, a učinkovitimi koraki, ustvarimo boljši svet.

Ključne besede: Ustvarimo boljši svet, ambasadorji, zaposleni, sodelovanje, spodbuda

CREATING A BETTER WORLD INSIDE OUT

Abstract: Everyone has to sweep their own porch first. In Lidl Slovenia, we do that by devoting a lot of attention to the projects, which actively involves our employees. Their efforts are combined under the sustainable initiative 'Creating a Better World', which also includes our activities as a healthy, green and responsible company for other publics. Our coworkers join various humanitarian actions and also suggest them. At the same time, they selflessly help local community at times, when help is most needed. A lot of them also act as health ambassadors and guide others to gain a more healthy and quality way of life. With cooperation of our employees, we also encourage our customers and general public to act socially responsibly. We believe, that with small, but effective steps, together we can achieve a better world.

Key words: Creating a Better World, ambassadors, employees, cooperation, encouragement

V Lidlu Slovenija izjemno veliko pozornost in skrb namenjamo družbeno odgovornemu poslovanju. Zato smo sredi leta 2013 zasnovali projekt, s katerim smo pod eno streho združili družbeno odgovorne prakse podjetja. Poimenovali smo ga Ustvarimo boljši svet, z njim pa želimo dolgoročno utrjevati svoje delo kot zeleno, zdravo in odgovorno podjetje. Ker velja, da je treba pomesti tudi pred lastnim pragom, v Lidlu Slovenija še posebej veliko pozornosti namenjamo projektom, v katerih aktivno sodelujejo naši zaposleni. Načrtovanje in poročanje sloni na komunikaciji z zaposlenimi preko internih kanalov – internega časopisa, intraneta in sestankov.

O projektu Ustvarimo boljši svet

Projekt Ustvarimo boljši svet ima tri stebre, na katerih slonijo »zeleno«, »zdravo« in »odgovorne« prakse podjetja Lidl Slovenija.

Steber »Lidl, zeleno podjetje«

Temelji na naj sodobnejši tehnologiji pridobivanja toplotne energije, s katero smo v letu 2013 opremili več kot 80 odstotkov svojih trgovin. V okviru projekta Zelena poslovalnica smo se lotili zmanjšanja porabe električne energije z zamenjavo razsvetljave v hladilnih skrinjah s svetili LED, ki so varčnejše in učinkovitejše, ter z zamenjavo svetil na zunanjih površinah z varčnejšimi. Zavedamo se, da se veliko električne energije porabi tudi za vzdrževanje nizke temperature v hladilnih omarah z mlečnimi in mesnimi izdelki, ki so zaradi boljšega dostopa kupcev do živil, odprte. Zaradi narave naše dejavnosti se za popolno zaprtje omar za mlečne in mesne izdelke ne moremo odločiti, zato izgubo hladu zmanjšujemo z zavesicami in uporabo najbolj učinkovitih in naprednejših rešitev za hlajenje izdelkov. Skrinje s svežim mesom in skrinje za zamrznjena živila smo zaprli s prozornim pokrovom, kar po eni strani omogoča popoln pregled ponudbe v njih, po drugi pa zmanjšuje vpliv »zunanje« temperature in omogoča zmanjšanje porabe električne energije za vzdrževanje stalne nizke temperature.

Zavezali smo se tudi k doslednemu ločevanju odpadkov in zmanjševanju izpustov CO₂, saj s sistemskim naročanjem blaga skrbimo tudi za to, da so naše tovarne poti čim bolj optimizirane, kar pomeni, da eno tovorno vozilo oskrbi več poslovalnic na svoji poti. Pohvalimo se lahko, da je izkoriščenost naših vozil 99,6 % – to pomeni, da gredo vozila na pot skoraj povsem napolnjena – kar je močno nad povprečnim evropskim standardom.

K prizadevanjem za bolj zeleno okolje spodbujamo tudi naše zaposlene. Prek internega časopisa, posameznih projektov in aktivnosti jih nagovarjamo k okoljsko prijaznejšemu obnašanju, ki vključuje ločevanje odpadkov, zmanjševanje uporabe okoljskih virov, spodbujanje zmanjševanje tiskanja in podobno.

Steber »Lidl, odgovorno podjetje«

Temelji tako na odgovornem ravnanju znotraj kot zunaj podjetja. Pri našem poslovanju si prizadevamo za enakopravno obravnavanje in spoštljivo ravnanje v odnosih do sodelavcev, kupcev in poslovnih partnerjev.

Bistvo našega poslovanja so zadovoljni in zvesti kupci. Predstavljajo nam izziv, obenem pa tudi motivacijo za čim bolj učinkovito in prijazno poslovanje. V Lidlu smo se zavezali h kakovosti in varnosti naših izdelkov, kar zagotavljamo s strogo in sistematično notranjo kontrolo kakovosti. Pri tem sodelujemo z neodvisnimi in akreditiranimi laboratoriji za nadzor kakovosti. Ta je stalno nadzorovana še pred začetkom proizvodnje ter tudi po tem, ko je izdelek na naši polici.

Vsi naši dobavitelji sadja in zelenjave morajo tako imeti certifikat GLOBALGAP za sadje in zelenjavo, kar zagotavlja, da izpolnjujejo mednarodno priznan niz standardov, namenjen zagotavljanju dobre kmetijske prakse. Certifikat zagotavlja, da je bila v procesu pridelave zagotovljena dobrobit vseh sodelujočih: zdravje in varnost delavcev ter varstvo okolja, naravnih virov in živali.

K bolj kakovostni, strokovni, rodovitnejši in trajnostni pridelavi kave, kakava in čaja pridelovalce usmerjamo s programom za trajnostno pridelavo z UTZ certifikati. Osrednji cilj programa je, da pridelovalci dosežejo boljšo ceno za kakovosten pridelek, ob tem pa jim omogoča tudi usposabljanje tako s področja vodenja, varnosti in zdravja pri delu kot upravljanja z okoljem.

V Lidlu si želimo svojim kupcem tudi v prihodnosti ponujati kakovostne ribe, zato podpiramo načela trajnostnega ribištva in trajnostnih metod ribolova po metodi MSC (Marine Stewardship Council). Lidl je tudi eden prvih podpornikov in dolgoletni član mednarodnega programa nadzora za delfinom prijazen lov na tuna.

V Lidlu stremimo k temu, da bi bilo naše podjetje med najboljšimi delodajalci v naši deželi – s poštenim in spodbudnim nagrajevanjem in inovativnimi kadrovske projekti. Dijakom trgovskih šol omogočamo praktično usposabljanje v svojih prodajalnah, medtem ko študentom z dualnim študijem v tujini približamo številne značilnosti in vidike trgovskega poslovanja.

Močno se zavedamo, da lahko vse zastavljene poslovne in razvojne cilje uresničujemo le skupaj z motiviranimi in angažiranimi sodelavci. Zato smo oblikovali številne kadrovske projekte, s katerimi še dodatno oblikujemo stimulatивно in zdravo delovno okolje. Naše zaposlene vsako leto povabimo na skupni piknik, ob začetku šolskih počitnic pa bomo letos že drugič pripravili tudi počitniški tabor za otroke naših sodelavk in sodelavcev. Julija 2014 smo se ob prejetju osnovnega certifikata Družini prijazno podjetje zavezali, da bomo v treh letih uvedli kar 17 ukrepov s področja organizacije dela, politike informiranja in komuniciranja, razvoja kadrov, vodstvenih veščin in organizacije dogodkov tudi za družinske člane zaposlenih. Nekatere smo že uvedli, denimo, dodaten prosti dan za starše prvošolčkov, paket za novorojenčke ter družinski dan, ko omogočimo družinskim članom ogled podjetja in predstavitev našega delovnega okolja.

Naši sodelavci se pridružujejo številnim dobrotelnim akcijam podjetja, ali pa jih predlagajo tudi sami, obenem pa nesebično pomagajo tudi v lokalni skupnosti, ko je pomoč najbolj potrebna. V lanskem letu smo organizirali prostovoljno delovno akcijo prenove objekta v mladinskem letovišču Zveze prijateljev mladine Vič-Rudnik v Pacugu, letos se bomo v še večjem številu ponovno podali tja. Pobude zaposlenih na tem področju vedno podrobno preučimo in jih vključujemo v naše delovne načrte, saj se zavedamo, da tudi s tovrstnimi akcijami skrbimo za pozitivno delovno okolje in ustvarjamo dvosmerno komunikacijo, ki temelji na spoštovanju in upoštevanju idej.

Steber »Lidl, zdravo podjetje«

Združuje predvsem aktivnosti za zaposlene na področju promocije zdravja v našem podjetju. Z različnimi projekti skrbimo za dobro delovno okolje, zaposlene izobražujemo o pomenu skrbi za zdravje in organiziramo razne športne dejavnosti. Velik poudarek dajemo zdravi prehrani, kar se vse bolj odraža tudi na naših trgovskih policah. Ne želimo namreč skrbeti samo za zdravje naših zaposlenih, ampak želimo prek cenovno dostopnih in kakovostnih izdelkov prispevati tudi k zdravju naših kupcev. Oblikovali smo tudi poseben dogodek »Zdrav obrok za srečo otrok«, ko vsako leto izbranim vrtcem doniramo zdrav zajtrk. Tudi letos bo temu tako.

Projekt za zaposlene »Promocija zdravja« združuje različne aktivnosti, od preventive, do varstva pri delu, rekreacije in soočanja s stresom. Kot cilje projekta smo si zastavili urejene in prijazne skupne prostore, odlično in spodbudno delovno vzdušje, športne dejavnosti in družabne dogodke, preprečevanje poškodb na delovnem mestu in izven delovnega časa, opuščanje kajenja in zdravo prehranjevanje. Dvakrat letno organiziramo poseben »dan zdravja«, ki ga obeležuje zdrav zajtrk za prav vse zaposlene v našem podjetju. Vsak tretji petek v mesecu pa imamo sadni dan, ko pripravimo posebne košare s sadjem za naše zaposlene.

Za uspešno izvajanje aktivnosti in povezovanje zaposlenih na področju promocije zdravja v Lidlu skrbi kar 70 ambasadorjev zdravja, ki delujejo po celi Sloveniji. To so zaposleni, ki jim je zdrav način življenja še posebej pomemben. Ostalim zaposlenim pomagajo, da so nenehno seznanjeni z idejami in programi v okviru promocije zdravja. Izvajajo različne akcije, predstavljalo nove teme na tem področju in dogodke ter tudi poročajo skrbniku projekta o izvedenih dodatnih aktivnosti – izleti posameznih ekip itd. Ambasadorji zdravja so odprti tudi za vse nove predloge in pobude, vsem zaposlenim pa stojijo ob strani s svojimi bogatimi izkušnjami in nasveti.

Zdravju v Lidlu namenimo kar svoj dan. Želimo namreč, da bi naši zaposleni dolgo ohranjali to bogastvo in ga še plemenitili. V ta namen na Lidlov dan zdravja pripravimo posebno presenečenje za zaposlene, ki jih nagovarja k bolj zdravemu in vitalnejšemu življenjskemu slogu, skozi vse leto pa organiziramo tudi izobraževanja in razne aktivnosti. Med drugim smo organizirali izobraževanja o varnosti in zdravju pri delu, prvi pomoči in gašenju

požarov. Pripravili smo tudi preventivne zdravstvene preglede za naše zaposlene in informativne zgibanke, prav vsem zaposlenim pa nudimo brezplačno cepljenje proti sezonski gripi. Ker so za zdravje pomembni tudi dobri odnosi med zaposlenimi, letno pripravljamo Lidlov piknik, team buildinge in redna druženja ob koncu leta, ki so med zaposlenimi zelo dobro sprejeta.

Poročanje o družbeni odgovornosti je izredno pomembno

V letu 2013 smo med našimi zaposlenimi izvedli raziskavo o zadovoljstvu zaposlenih na delovnem mestu. Rezultati so pokazali izredno visoko stopnjo pripadnosti in zadovoljstva naših sodelavk in sodelavcev, obenem pa tudi, da si želijo biti o svojem podjetju in projektih, ki jih izvajajo, boljše informirani. Zato smo še posebej pozorni, da naše sodelavke in sodelavce redno in podrobno obveščamo tudi o projektih na področju družbene odgovornosti v našem podjetju. Poročanje poteka preko naših internih kanalov, interne spletne strani, mesečnika Štacunar ter preko različnih srečanj z zaposlenimi.

Projekt 'Ustvarimo boljši svet' ima v Štacunarju posebno rubriko, v kateri vsak mesec poročamo, kakšnih družbeno odgovornih projektov smo se lotili in jih velikokrat prosimo za pomoč ali predloge. Poročamo o donacijah, družbeno odgovornih aktivnostih, posodobitvah na naših objektih, s katerimi skrbimo za boljšo energijsko učinkovitost in podobno. Svojo rubriko ima v Štacunarju tudi 'Promocija zdravja', v kateri poleg motivacijskih člankov na temo zdravega načina življenja objavljamo tudi različna poročila s terena, predstavljamo aktivne ambasadorje zdravja, ki poleg dogovorjenih aktivnosti počnejo še kaj posebnega in podobno.

Poročanje o družbeni odgovornosti v zunanji javnosti poteka v skladu s komunikacijsko strategijo našega podjetja, preko sporočil za medije in posebnih dogodkov, posamične projekte pa poskušamo vseskozi predstaviti v širši luči naše družbeno odgovorne usmeritve in koncepta 'Ustvarimo boljši svet'. V sodelovanju z medijsko hišo TSMedia oziroma portalom Planet Siol.net že od maja 2014 v rubriki 'Ustvarimo boljši svet' predstavljamo različne dobre prakse in zanimive družbeno odgovorne aktivnosti društev in zavodov z željo, da tudi širša javnost prepozna možnosti, kako se lahko družbeno odgovorno udejstvuje. Predstavljena društva in organizacije podpremo z donacijami ali kako drugače, predvsem pa poskrbimo, da se o njihovih prizadevanjih razširi glas.

Izredno močan komunikacijski kanal so družabna omrežja. Lidl Slovenija je trenutno aktiven na Twitterju in Facebooku, na slednjem s skoraj 180.000 sledilci (fani). Tudi tu smo družbeni odgovornosti namenili posebno rubriko, saj želimo, da je tematika posebej izpostavljena v komunikaciji z zunanjimi deležniki.

Zaključek

Aktivno družbeno odgovorno udejstvovanje, ki je vpeto v koncept podjetja in ga ta izvaja na vseh ravneh poslovanja, je izredno pomembno za samo percepcijo blagovne znamke oziroma podjetja v javnosti. Kljub temu, da smo za leto 2014 prejeli nagrado Horus za družbeno odgovornost v kategoriji med veliki podjetji, pa se zavedamo, da smo šele na začetku poti in je pred nami še veliko pomembnih projektov, ki se jih želimo lotiti v prihodnje. Pri tem bomo vseskozi sledili osnovnemu konceptu naše trajnostne usmeritve 'Ustvarimo boljši svet' – da kot zeleno, zdravo in odgovorno podjetje ne le spodbudimo k sodelovanju naše zaposlene, pač pa v svoja prizadevanja aktivno vključimo tudi dobavitelje, kupce in širšo javnost.