

# Auchan Magyarország Kft.

## Az Auchan járványhelyzetre adott válasza



Effekt 2030 – A közösségi befektetések díj 2021. évi pályázatán a **Példamutató munkáltató** kategóriában **III. helyezést** nyert el.

**A PROGRAM IDŐTARTAMA:** 2020. márciustól – napjainkig

**A PROGRAM ELŐZMÉNYEI:** **Egy rendkívüli helyzet rendkívüli intézkedéseket kíván.** 2020 márciusában **Magyarországon is megjelent a COVID-19 vírus.** A hír hallatán a tartós élelmiszerek és a tisztító-, fertőtlenítőszeresek iránt extrém módon megnövekedett a kereslet, a kereskedelmi láncok pedig – így az Auchan is – azonnal frontvonalba kerültek. **A megfelelő ellátás és a munkavállalók testi-lelki egészségének megőrzése érdekében különböző intézkedésekre volt szükség.**

**A PROGRAM CÉLJA:** A pandémia soha nem látott kihívás elé állította a kereskedelem dolgozóit is. **Az Auchan Magyarország többféleképpen is szerette volna honorálni az alkalmazottak emberfeletti munkáját, ehhez mentális, fizikális és anyagi támogatást nyújtott.** A vállalat célja a munkavállalók motiválása mellett kitartó munkájuk elismerése is volt. Ezzel és egyéb CSR aktivitásokkal szerette volna a vásárlók figyelmét is felhívni a frontvonalban lévő szektorok teljesítményére.

## ILLESZKEDÉS A VÁLLALAT MŰKÖDÉSÉHEZ:

Az Auchan számára az egyik legfontosabb érték, hogy segítsen munkavállalóinak a munka és a magánélet közötti egészséges egyensúlyt kialakításában, így a mentális és fizikális egészségmegőrzés egy átlagos időszakban is kiemelt szerepet kap a vállalat HR stratégiájában. Ahogy a szűkebb környezetéért, családjáért, szeretteiért felelősséget érez az ember, éppen úgy felelősséggel tartozik egy munkaadó a dolgozói iránt. A társadalmi felelősségvállalás, a szolidaritás és az összefogás szintén kiemelt helyen szerepel az Auchan alapelvei között. Így nem volt kérdés, hogy a koronavírus idején mind vállalati szinten, mind pedig társadalmi felelősségvállalás szinten extra aktivitásokkal és juttatásokkal is küzd a vállalat a kialakult helyzettel szemben.

## A PROGRAM LEÍRÁSA:

A program célcsoportja a vállalat munkavállalói és vásárlói voltak. A program a következő intézkedéseket foglalta magába: (1) belső válságstáb felállítása; (2) kormányzati döntések azonnali adaptációja; (3) otthoni munkavégzés biztosítása, (4) alternatív lehetőségek biztosítása a munkavállalóknak, ha nem tudták az áruházi jelenlétet megoldani; (5) a 65 év felettieknek állásidőt fizetettek; (6) szigorú higiéniai stratégia kidolgozása; (7) FFP2-es maszkok és vitaminok biztosítása; (8) a maszk használata miatt további 10 perc szünetet adott a vállalat; (9) prémium juttatás a kollégák kiemelkedő helytállásáért; (10) új munkahelyek teremtése az e-com csapat bővítésével, ami egyszerre segítette társadalmi szinten a válsághelyzetben megszorultakat, valamint az egyre növekvő felvásárlási lázra megoldást is talált; (11) telefonos orvosi tanácsadás; (12) a vezető beosztású kollégái számára pszichológus, coach lehetőségét nyújtott.





(13) A dolgozók testi és lelki egészségének megőrzésére plusz aktivitásokat biztosítottak: egy belső applikáció létrehozta, ahol aktualitások és szórakoztató tartalmak is elérhetőek voltak; (14) nagy népszerűségnek örvendett az online kerekasztal-beszélgetés is Geszti Péterrel arról, hogy egy ilyen helyzetből hogyan lehet profitálni; (15) az *Auchan Fitt* program keretében online edzéseket szerveztek, az egészséges táplálkozás érdekében az MDOSZ által összeállított tippeket adták, valamint kedvezményes vásárlási lehetőséget biztosítottak egészséges termékekre; (16) a SINOSZ-szal segítőkérdőívüket vezették be a siket munkatársak számára, hogy a maszk használata mellett is gördülékenyen tudjanak kapcsolatot tartani a vásárlókkal. (17) Ezekon kívül támogatták az Országos Mentőszolgálatot, a Vöröskereszt és az SOS Gyermekfalvak étkeztetési programjait; (18) a Pajzos Tokaj Zrt. és az Auchan közös adománygyűjtéssel támogatta a koronavírus elleni harcot. **A borászat külön erre a célra hozta forgalomba a Megyer Tokaj márkájú borát, amelynek vásárlásával palackonként 500 forinttal segíthették a Szent László Kórház munkáját.** (19) A Nemzeti Agrárgazdasági Kamara Piactér elnevezésű online platformja segítséget nyújtott a termelőknek, akiknek a pandémia miatt bevételkieséssel kellett számolniuk. A kezdeményezéshez azonnal csatlakozott a vállalat is.

## KÖZÖSSÉG:

**A vállalat folyamatosan figyelemmel kísérte a kormányzati döntéseket a vírushelyzet kapcsán, amelyekhez azonnal igazította is stratégiáját.** Ezenkívül különböző partnerekkel tartották a kapcsolatot, hogy a lehető legjobban megtervezhessék CSR stratégiájukat is ebben a helyzetben.

**Az Auchan Fitt program az egészséges életmód mellett a közös adományozásra is kitért.** A cél 144 ezer percnyi mozgás elérése volt, amit a munkavállalók sikeresen teljesítettek, így a 10 millió bizalompontra vállalati adomány mellett további 144.000 Ft-ot adományoztak a Szívbeteg Gyermekek Védelmében Alapítványnak.

## KÖZÖSSÉG:

**A munkavállalók aktivizálásához a belső kommunikációs csatornák (heti hírlevél, plakátok, intranet) nagyban hozzájárultak.** A vásárlók edukálása, valamint aktivizálása több felületen történt, így például aktív sajtó-kommunikáció, online-, social- és áruházi kommunikáció, valamint promóciós aktivitások által is. Ebben az időszakban debütált például a vállalat digitális, bizalomkártyához kötött adománygyűjtése is.

## HATÁS:

**A munkavállalóknak szánt biztonsági és jóléti intézkedések erősítették a korábban is a családiasság elvét követő Auchan munkáltatói megítélését, mely világosan kirajzolódott az aktivitásokban résztvevők számából.**

- (1) Auchan Fitt program: 500 sportoló, a cég által szervezett online edzéseken való aktív részvétel, 144.000 percnyi mozgás teljesítése.
- (2) Adománygyűjtő bor: 1.402.500 Ft befolyt összeg a Szent László és Szent István Kórház Betegeiért.
- (3) *Támogasd a hősokeket!* adománygyűjtés az OMSZ számára: közel 15.000 adományozó vásárló, így több mint 36 millió Bizalompont, azaz több mint 18 millió Ft került a levásárolható Bizalomkártyákra.
- (4) A nemzetközi Auchan az Ifjúságért Alapítványhoz pályázhattak azok az országok, ahol a vállalat jelen van. Az Auchan Magyarország 2 hazai szervezetet terjesztett fel, mindkettőnek megítélték a támogatást. Az SOS Gyermekfalvak 4,5 millió Ft-ot kapott, a Magyar Vöröskereszt Gyermekszáj programjának pedig 8,7 millió Ft-ot ítélték oda, de a program még 4 hónapnyi támogatásnak köszönhetően folytatódott a 2021-es évben is.



## JÖVŐ:

Bár a COVID-19 járványügyi szigorítások enyhültek, számos biztonsági intézkedést továbbra is fenntart a cég a dolgozók, valamint a vásárlók biztonsága érdekében: például a kézfertőtlenítők jelenléte. Ezenkívül a kialakult digitális adományozási program is egy hosszú távú terv, hiszen ennek relevanciáját az eredmények és visszajelzések tökéletesen igazolták. A szolidaritás a vállalat egyik alapértéke, így folyamatosan figyelemmel kíséri a non-profit szervezetek munkáját.

A jövőben is a munkatársak és vásárlók biztonsága lesz a legfontosabb, így egy esetleges negyedik hullám esetén is az ő egészségük és a lehető legmagasabb kiszolgálásuk lesz a cél. Ha lehetősége nyílik a vállalatnak, akkor a továbbiakban is támogatja a különböző társadalmi csoportokat.



## TOVÁBBI INFORMÁCIÓK:

- [https://www.youtube.com/watch?v=\\_HdWN2614dM](https://www.youtube.com/watch?v=_HdWN2614dM)
- <https://www.youtube.com/watch?v=aK-1o83K3aQ>
- <https://www.auchan.hu/reszletek/sajtoszoba/az-auchan-ujabb-tamogatasanak-koszonhetoen-folytatja-a-kenyer-es-tejosztast-a-magyar-voroskereszt>
- <https://www.auchan.hu/reszletek/sajtoszoba/a-szivbeteg-gyermeknek-indit-gyujtest-az-auchan>
- <https://www.auchan.hu/reszletek/sajtoszoba/levasarolhato-tamogatast-kapott-az-oroszagos-mentoszolgalat-az-auchantol>