



MAMY TO!



RAPORT ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

LEWIATAN HOLDING S.A. I PSH LEWIATAN
ZA ROK 2025

Spis treści

Wprowadzenie	4
1. List Prezesa Lewiatan Holding S.A.....	5
1.1. Wprowadzenie od liderki ESG	7
2. O spółce Lewiatan Holding S.A. i Polskiej Sieci Handlowej Lewiatan...	10
2.1. Najważniejsze definicje: PSH Lewiatan, Lewiatańczyk i franczyza partycypacyjna	11
2.2. Skala prowadzonego biznesu	12
2.3. Najważniejsze osiągnięcia 2025 roku	13
2.4. Lewiatan w liczbach	14
2.5. Partnerstwa	15
2.6. Struktura organizacyjna i właścicielska Lewiatan Holding S.A. oraz PSH Lewiatan	16
3. Najważniejsze wyzwania związane z zarządzaniem biznesem i zrównoważonym rozwojem w 2025 roku	19
3.1. Kluczowe trendy rynkowe i regulacyjne w branży spożywczej w Polsce.....	19
3.2. Wyzwania modelu franczyzy partycypacyjnej w kontekście zrównoważonego rozwoju	20
3.3. Priorytety w zarządzaniu zrównoważonym rozwojem w 2026 roku	21
4. Model biznesowy i strategia firmy.....	23
4.1. Model biznesowy.....	23
4.1.1. Role i zadania wynikające z Regulaminu organizacyjnego PSH Lewiatan.....	24
4.1.2. Wspólna wizja i wartości PSH Lewiatan.....	25
4.2. Strategia PSH Lewiatan: perspektywa na 2026 rok	25
4.3. Pakiet francyzowy.....	27
5. Łańcuch wartości Lewiatan Holding S.A.	30
6. Proces dystrybucji, sprzedaży i charakterystyka sklepów PSH Lewiatan	32
7. Produkty, usługi i marka własna	34
7.1. Produkty.....	34
7.2. Marka własna.....	34
7.3. Produkty lokalne	35
7.4. Usługi dla franczyzobiorców.....	35
8. Zrównoważony rozwój w Lewiatan Holding oraz PSH Lewiatan...	37
8.1. Strategia zrównoważonego rozwoju „Lokalnie odpowiedzialny 2023-25”	37
8.1.1. Jak Lewiatan Holding zarządza Strategią zrównoważonego rozwoju?	38

8.2. Dialog z interesariuszami.....	40
8.2.1. Kanały komunikacji spółki Lewiatan Holding i PSH Lewiatan z interesariuszami.....	41
8.3. Analiza istotności	42
8.4. Etyka i system zgłaszania nieprawidłowości.....	45
8.4.1. Kodeks etycznego postępowania PSH Lewiatan.....	45
8.4.2. System zgłaszania nieprawidłowości	45
9. Lewiatan dla środowiska	47
9.1. Energia i emisje	47
9.1.1. Zużycie energii i emisje gazów cieplarnianych	47
9.1.2. Inicjatywy efektywności energetycznej	50
9.2. Gospodarka odpadami.....	51
9.2.1. Odpady operacyjne i poziomy recyklingu.....	51
9.2.2. System kaucyjny.....	52
9.3. Przeciwdziałanie marnowaniu żywności	53
9.3.1. Skala zjawiska.....	53
9.3.2. Współpraca społeczna	54
9.4. Opakowania i produkty.....	55
9.5. Woda	55
10. Lewiatan dla społeczeństwa	57
10.1. Pracownicy.....	57
10.1.1. Zatrudnienie.....	57
10.1.2. Bezpieczeństwo pracy	57
10.1.3. Różnorodność	58
10.2. Edukacja i szkolenia	58
10.3. Klienci.....	60
10.4. Prawa człowieka	60
10.5. Fundacja PSH Lewiatan. Blisko Twoich potrzeb – podsumowanie działań CSR w 2025 roku	61
11. Ład korporacyjny i odpowiedzialność biznesowa.....	66
11.1. Etyka biznesu i przeciwdziałanie korupcji	66
11.2. Transparentność i odpowiedzialność podatkowa.....	67
12. O Raporcie	69
12.1. Indeks danych VSME i wskaźników własnych.....	70



VSME

B1

WW

B1

Wprowadzenie

Przedstawiamy Państwu czwarty **Raport zrównoważonego rozwoju Lewiatan Holding S.A. i PSH Lewiatan** za rok 2025. Znajduje się w nim sprawozdanie z naszych działań podejmowanych w 2025 roku, a wynikających z realizowanej od 2023 roku Strategii zrównoważonego rozwoju PSH Lewiatan „Lokalnie odpowiedzialny 2023-25”. Nasza firma – której struktura wynika z modelu **franczyzy partycypacyjnej** » – implementuje założenia Strategii na wszystkich poziomach organizacji. Od czterech lat wdrażamy system zbierania danych ESG z różnych obszarów naszej działalności. Chcemy, by niniejszy raport przybliżył czytelnikom nie tylko nasze działania, lecz także pozwolił zrozumieć, z jakimi wyzwaniami przychodzi nam się mierzyć w zakresie transformacji firmy w kierunku zrównoważonego rozwoju.

Coroczna publikacja ma również na celu ukazanie codziennych działań – biznesowych i społecznych – **2018 przedsiębiorców** prowadzących sklepy w całej Polsce, którzy każdego dnia odpowiadają na potrzeby swoich klientów.

Podstawą sporządzenia niniejszego raportu jest dobrowolny standard raportowania zrównoważonego rozwoju VSME¹, opracowany przez Europejską Grupę Doradczą ds. Sprawozdawczości Finansowej (EFRAG²). Spółki Lewiatan Holding nie dotyczy obowiązek sprawozdawczości wynikający z dyrektywy CSRD³, dlatego też firma, zgodnie z rekomendacją Komisji Europejskiej, stosuje dobrowolny standard VSME. Raport obejmuje okres od 1 stycznia do 31 grudnia 2025 roku i prezentuje dane zarówno z zakresu modułu podstawowego, jak i kompleksowego VSME, z wyłączeniem niektórych informacji. Nie skorzystano z możliwości pominięcia części ujawnień ze względu na poufność.

Raport zawiera także dane wynikające ze wskaźników własnych, które stanowią istotne uzupełnienie informacji o firmie, a także dane dotyczące PSH Lewiatan, pozyskane od przedsiębiorców Sieci, którzy wzięli udział w procesie zbierania informacji. Dane te są oznaczone i częściowo spełniają wymogi standardu VSME, co również zostało w raporcie odpowiednio opisane.

1 VSME (ang. *Voluntary Sustainability Reporting Standard for non-listed SMEs*) – Dobrowolny Standard Raportowania Zrównoważonego Rozwoju dla mikro, małych i średnich przedsiębiorstw nienotowanych na giełdzie.
2 EFRAG (ang. *European Financial Reporting Advisory Group*) – Europejska Grupa Doradcza ds. Sprawozdawczości Finansowej, europejska organizacja doradcza zajmująca się m.in. standardami raportowania finansowego i zrównoważonego rozwoju.
3 CSRD (ang. *Corporate Sustainability Reporting Directive*) – unijna dyrektywa ws. sprawozdawczości przedsiębiorstw w zakresie zrównoważonego rozwoju.



1. List Prezesa Lewiatan Holding S.A.

Szanowni Państwo, drodzy Partnerzy,

oddajemy w Państwa ręce kolejny, czwarty już Raport zrównoważonego rozwoju Lewiatan Holding S.A. podsumowujący działania firmy w 2025 roku. Miniony rok był dla naszej organizacji czasem dalszego rozwoju, wzmacniania odporności biznesowej oraz konsekwentnego budowania odpowiedzialnego podejścia do prowadzenia biznesu w całej Polskiej Sieci Handlowej Lewiatan.

Otoczenie gospodarcze i regulacyjne stawiało przed przedsiębiorcami sektora handlu detalicznego wiele wyzwań: wzrost kosztów działalności, zmieniające się oczekiwania konsumentów, nowe obowiązki środowiskowe oraz przygotowania do wdrożenia systemu kaucyjnego. Wymagały one od naszej organizacji dużej elastyczności i sprawności operacyjnej. Coraz istotniejsza stawała się również kwestia transparentnej komunikacji działań środowiskowych i przeciwdziałania ryzyku greenwashingu, co wymagało od firmy jeszcze większej odpowiedzialności i rzetelności w zakresie komunikacji ESG.

W centrum naszych działań niezmiennie znajduje się wspieranie franczyzobiorców oraz wzmacnianie konkurencyjności lokalnych sklepów. Kontynuowaliśmy rozwój inicjatyw związanych z efektywnością energetyczną, przeciwdziałaniem marnowaniu żywności, promocją produktów lokalnych oraz budowaniem świadomości ESG wśród przedsiębiorców i pracowników Sieci.

W 2025 roku szczególną uwagę poświęciliśmy uporządkowaniu procesów związanych z raportowaniem zrównoważonego rozwoju. Przeprowadziliśmy analizę istotności, która pozwoliła zidentyfikować najważniejsze zagadnienia ESG z perspektywy działalności Lewiatan Holding oraz oczekiwań naszych interesariuszy. Wyniki tej analizy pomogły też określić priorytetowe kierunki rozwoju dla naszej firmy.

W obszarze ładu organizacyjnego istotnym etapem było przyjęcie Kodeksu etycznego postępowania PSH Lewiatan, który porządkuje standardy działań w relacjach biznesowych i wewnętrznych. Jest on ważnym elementem naszej kultury organizacyjnej opartej na uczciwości, szacunku i transparentności.

Tegoroczny raport został przygotowany według dobrowolnego standardu VSME⁴. Chcemy w ten sposób pokazać, że transparentne, uporządkowane raportowanie ESG jest doskonałą formą prezentacji efektów realizowanych projektów, wynikających z założeń strategii zrównoważonego rozwoju.

Wierzymy też, że odpowiedzialny rozwój biznesu wymaga zaangażowania całego ekosystemu: przedsiębiorców, pracowników, klientów, partnerów biznesowych oraz społeczności lokalnych. Dlatego niezmienne stawiamy na współpracę, dialog i rozwój relacji opartych na zaufaniu.

Dziękuję wszystkim osobom zaangażowanym w rozwój sieci Lewiatan: naszym franczyzobiorcom, pracownikom, partnerom biznesowym oraz klientom. To dzięki wspólnemu zaangażowaniu możemy rozwijać organizację nowoczesną, odpowiedzialną i bliską lokalnym społecznościom.

Robert Rękas
Prezes Zarządu
Lewiatan Holding S.A.

4 VSME (ang. *Voluntary Sustainability Reporting Standard for non-listed SMEs*) – Dobrowolny Standard Raportowania Zrównoważonego Rozwoju dla mikro, małych i średnich przedsiębiorstw nienotowanych na giełdzie.



1.1. Wprowadzenie od liderki ESG

Rok 2025 był dla Lewiatan Holding okresem intensywnej pracy nad rozwojem podejścia do zrównoważonego rozwoju oraz porządkiem procesów raportowania ESG. Szczególny nacisk położyliśmy na budowanie fundamentów systemowego zarządzania danymi niefinansowymi, co w przyszłości pozwoli pozyskiwać dane jeszcze lepszej jakości i przełoży się na coraz wyższy poziom raportowania.

W obszarze zbierania danych niezmiennie dużym wyzwaniem pozostaje gromadzenie i przetwarzanie informacji z całej skomplikowanej struktury organizacyjnej i rozproszonej sieci franczyzowej. W 2025 roku kontynuowaliśmy prace nad usprawnianiem procesów zbierania danych ESG, poprawą jakości raportowanych informacji oraz budowaniem świadomości wśród pracowników i partnerów biznesowych na temat znaczenia danych niefinansowych.

Istotnym czynnikiem wpływającym na działalność całej sieci PSH Lewiatan były zmiany regulacyjne zachodzące w obszarze handlu detalicznego. Obejmowały one przede wszystkim przygotowania do wdrożenia systemu kaucyjnego, a także rosnące wymagania dotyczące transparentnej komunikacji działań środowiskowych i przeciwdziałania zjawisku greenwashingu. Z perspektywy organizacji oznacza to konieczność dalszego rozwijania standardów raportowania, procesów weryfikacji danych oraz

odpowiedzialnej komunikacji ESG – tak aby raportowanie stawało się coraz bardziej transparentne, spójne i dostosowane do oczekiwań interesariuszy oraz wymogów zmieniającego się otoczenia regulacyjnego.

Jednym z kluczowych działań ubiegłego roku było przeprowadzenie analizy istotności, która pozwoliła określić najważniejsze zagadnienia środowiskowe, społeczne i związane z ładem organizacyjnym – zarówno z perspektywy Lewiatan Holding, jak i naszych interesariuszy. Jej wyniki wspierają bardziej świadome i uporządkowane zarządzanie ESG w całej PSH Lewiatan oraz stanowią podstawę zakresu ujawnień niniejszego raportu.

Raport zrównoważonego rozwoju PSH Lewiatan został przygotowany w standardzie VSME opracowanym przez EFRAG. Umożliwia on prezentowanie kluczowych informacji ESG w sposób proporcjonalny do skali działalności i jest kolejnym krokiem w rozwoju transparentnego raportowania naszej Sieci.

Odpowiedzialny biznes wymaga konsekwencji, współpracy i zaangażowania całej firmy. Dlatego traktujemy raportowanie nie tylko jako obowiązek informacyjny, lecz przede wszystkim jako narzędzie wspierające rozwój organizacji i budowanie długoterminowej wartości dla biznesu, społeczeństwa i środowiska.

Katarzyna Długa

Liderka ESG w PSH Lewiatan



LEWIATAN

2

O spółce Lewiatan Holding S.A. i Polskiej Sieci Handlowej Lewiatan

1 List Prezesa PSH Lewiatan

2 O Lewiatan Holding S.A. i PSH Lewiatan

3 Najważniejsze wyzwania związane z zarządzaniem biznesem i ESG

4 Model biznesowy i strategia firmy

5 Łańcuch wartości Lewiatan Holding S.A.

6 Proces dystrybucji, sprzedaży i charakterystyka sklepów PSH Lewiatan

7 Produkty, usługi i marka własna

8 Zrównoważony rozwój w PSH Lewiatan

9 Działania środowiskowe

10 Lewiatan dla społeczeństwa

11 Ład korporacyjny i odpowiedzialność biznesowa

12 O Raporcie

2. O spółce Lewiatan Holding S.A. i Polskiej Sieci Handlowej Lewiatan

Raport został sporządzony przez spółkę Lewiatan Holding S.A. Głównym kodem, pod jakim działa, jest PKD (NACE) 77.40. Spółka jest podmiotem skupiającym niezależnych przedsiębiorców w ramach sieci PSH Lewiatan i powiązany z [Grupą Eurocash](#) ».

Lewiatan Holding S.A. jest firmą, która jest organizatorem sieci PSH Lewiatan, a jej główna działalność to dzierżawa własności intelektualnej i zarządzanie marką Sieci. Działalność związana z handlem detalicznym jest po stronie przedsiębiorców tworzących Sieć. Spółka jest również producentem marki własnej Lewiatan. W strukturach PSH Lewiatan działa także 17 spółek, w tym 16 Spółek Regionalnych i Lewiatan Holding, których zadaniem jest wsparcie franczyzobiorców tworzących Sieć. Zarówno firma Lewiatan Holding S.A., jak i cała sieć PSH Lewiatan działają wyłącznie na rynku polskim.

Dane wykorzystane w raporcie są odpowiednio oznaczone w zależności od tego, którego z podmiotów dotyczą. Z uwagi na model biznesowy, w jakim działa Lewiatan Holding S.A., nie można rozpatrywać jego działalności w oderwaniu od całej sieci PSH Lewiatan. Należy jednak pamiętać, że zgodnie z założeniami franczyzy partycypacyjnej – i warunkami umów łączących sieć z franczyzobiorcami – zachowują oni autonomię operacyjną, również w obszarach związanych ze [zrównoważonym rozwojem](#) ».



2.1. Najważniejsze definicje: PSH Lewiatan, Lewiatańczyk i franczyza partycypacyjna

Polska Sieć Handlowa Lewiatan istnieje na rynku już od 31 lat. Powstała jako oddolna, wspólna inicjatywa przedsiębiorców, chcących w ten sposób stworzyć niezależną alternatywę dla wkraczających w tamtym czasie do Polski sieci handlowych z kapitałem zagranicznym. Opierając się na odpowiedzialności (za siebie nawzajem i za swoich klientów) oraz wyjątkowym modelu franczyzy partycypacyjnej, zbudowano jedną z największych, ogólnopolskich sieci handlowych.

Lewiatańczyk⁵ to przedsiębiorca prowadzący sklep w modelu franczyzy partycypacyjnej Polskiej Sieci Handlowej Lewiatan. Po przystąpieniu do Sieci otrzymuje on gwarantowane wsparcie Lewiatan Holding oraz Spółki Regionalnej, zrzeszającej sklepy pod wspólnym szyldem na określonym terenie. Relacje pomiędzy przedsiębiorcą a franczyzodawcą reguluje umowa franczyzowa oraz regulamin organizacyjny PSH Lewiatan.

Obowiązki Lewiatańczyka:

1. Działanie według wartości i zasad PSH Lewiatan.
2. Prowadzenia działalności handlowej zgodnie z zasadami i standardami opracowanymi przez Sieć.
3. Realizacja postanowień kontraktów handlowych i okołobiznesowych.
4. Korzystanie z rozwiązań technologicznych usprawniających procesy biznesowe Sieci.
5. Prowadzenie sprzedaży produktów marki własnej Lewiatan.
6. Budowa i utrzymywanie dobrego wizerunku sieci Lewiatan oraz realizacja jej działań promocyjnych.

Franczyza partycypacyjna to autorski model biznesowego działania Polskiej Sieci Handlowej Lewiatan, w którym ogromne znaczenie ma oparta na zaufaniu i wzajemnym szacunku współpraca pomiędzy franczyzodawcą a franczyzobiorcami w procesie tworzenia rozwiązań. Istotną rolę odgrywa w niej twórcza wymiana pomysłów, dzielenie się doświadczeniem oraz realny wpływ na kształt modelu biznesowego z poszanowaniem zasad, wartości oraz podziałem kompetencji obowiązujących w Sieci.

⁵ Lewiatańczyk, nazwa nieformalna, związana z kulturą organizacyjną i ponad 30-letnią historią sieci PSH Lewiatan.

2.2. Skala prowadzonego biznesu

Sieć PSH Lewiatan tworzy **2018 przedsiębiorców**, którzy łącznie prowadzą **3286 sklepów spożywczych** (stan na 31.12.2025 roku), w strukturach Sieci działa również **16 Spółek Regionalnych**.

Zatrudnienie w Lewiatan Holding S.A. i PSH Lewiatan

	2024	2025
Lewiatan Holding	85	84
Spółki Regionalne	310	277
Pracownicy sklepów	28 097	28 522
Ogółem	28 492	28 883

Dane finansowe

Lewiatan Holding S.A.	2024	2025
Przychody ze sprzedaży	939 917 901,18 zł	960 650 153,75 zł
Aktywa	196 788 760,23 zł	209 379 571,29 zł
Kapitał zapasowy	21 292 716,06 zł	23 890 550,96 zł
Obrót detaliczny PSH Lewiatan	17 487 783 454,00 zł	18 137 364 026,29 zł



Obrót detaliczny marek własnych w 2025 roku przekroczył 1,02 mld zł (w 2024 roku było to 0,98 mld zł), co stanowiło 5,63% udziału w obrocie detalicznym całej Sieci.



2.3. Najważniejsze osiągnięcia 2025 roku

Nagrody i wyróżnienia w 2025 roku

- › Nagroda **Market Roku 2025** – w kategorii Najlepszy sklep osiedlowy
- › **Retail Business Awards** – Nagroda Specjalna za Wsparcie w Obliczu Klęski Żywiłowej dla PSH Lewiatan
- › **Zaangażowana Marka we Franczyzie** – Fundacja Polskiej Sieci Handlowej Lewiatan. Blisko Twoich potrzeb Lewiatan
- › **Dobra Marka 2025** w kategorii Odkrycie roku oraz **Certyfikat Dobry Produkt** dla marki Wyborne wędliny
- › Wyróżnienie **Index 500 – firmy, którym można zaufać** wg „Home&Market”
- › Nagroda **Odpowiedzialny Partner** w konkursie Innowator ESG 2025
- › **Diamenty Forbesa 2025** dla Lewiatan Holding S.A.
- › Wyróżnienie za działania na rzecz powodzian **Solidarni w kryzysie 2025**
- › **Blix Awards – Wybór Konsumentów 2025** w kategorii Trendy i nowości
- › **Złota Setka Pomorza i Kujaw** – 1. miejsce dla Lewiatan Holding S.A. w kategorii Lider społecznej odpowiedzialności biznesu oraz 2. miejsce w kategorii Pretendenci
- › **Leader Impactowy Franczyzobiorca** – Radosław Skowierzak, przedsiębiorca sieci PSH Lewiatan
- › **Franczyzowy Superbohater** – Ireneusz Wróbel, przedsiębiorca sieci PSH Lewiatan, prowadzący powyżej pięciu sklepów



2.4. Lewiatan w liczbach



od 1994 roku
na polskim rynku



18 137 364 026,29 zł
obrotu detalicznego za 2025 rok



279
nowych sklepów



3286
sklepów



28 522
pracowników sklepów



654 988,4 m²
łącznie powierzchni sprzedaży



2018
przedsiębiorców



541
przedsiębiorców posiadających
więcej niż 1 sklep



0,60%
wskaźnik rotacji przedsiębiorców⁶



Lewiatan Holding S.A.
pełniący funkcję franczyzodawcy, właściciela marki,
odpowiadający za strategię biznesową i rozwój Sieci



16 Spółek Regionalnych
zajmujących się koordynacją prac
i rozwojem sklepów na poziomie regionów

⁶ Liczony wg danych na koniec 2025 roku.


1 700 000

klientów odwiedzających nasze sklepy każdego dnia


171

dostawców produktów marki własnej


1 020 956 267,43 zł

obrotu detalicznego produktów marki własnej


5,63%

udział marki własnej w obrocie detalicznym Sieci


72%

 Polaków deklaruje znajomość marki Lewiatan⁷

85%

 klientów pozytywnie ocenia ostatnią wizytę w sklepie Lewiatan⁸

2 930 000

pobrań aplikacji Mój Lewiatan


2 800 000

 uczestników programu lojalnościowego⁹

81%

interesariuszy uważa PSH Lewiatan za firmę odpowiedzialną społecznie

2.5. Partnerstwa



PSH Lewiatan jest członkiem: Polskiej Izby Handlu oraz Związku Przedsiębiorców i Pracodawców.

Poznaj Kodeks dobrych praktyk dla rynku franczyzy kodeksfranczyzy.org.pl »

⁷ Dane za październik 2025 roku na podstawie „Retail Brand Equity – tracking wizerunku marek sieci sklepów spożywczych”, realizacja Inquiry dla Grupy Eurocash, 2025 rok.

⁸ Tamże.

⁹ W 2025 roku nastąpiła zmiana źródła danych: z raportu Profit Card na Loyalty Point – które dostarcza bardziej unikalne dane, bez dublowania, o unikalnych użytkownikach programu lojalnościowego.

2.6. Struktura organizacyjna i właścicielska Lewiatan Holding S.A. oraz PSH Lewiatan

Lewiatan Holding S.A.	Rada Nadzorcza
Robert Rękas Prezes Zarządu	Kazimierz Mars Przewodniczący Rady Nadzorczej
Andrzej Izraelski Członek Zarządu	Członkowie:
Marcin Poniatowski Członek Zarządu	Pedro Martinho Jacek Niemczyk Jacek Owczarek Lesław Syguła do 2 września 2025
	Jacek Niemczyk Piotr Nowjalis Tomasz Polański Lesław Syguła od 2 września 2025

Skład organów zarządczych w Lewiatan Holding oraz Spółkach Regionalnych:

65% mężczyźni

35% kobiety

Lp.	Nazwa Spółki	Prezes Zarządu
1.	Lewiatan Bielsko-Biała Sp. z o.o.	Agnieszka Ratuszewska
2.	Lewiatan Bjanex Sp. z o.o.	Jerzy Bylak
3.	Lewiatan Kielce Sp. z o.o.	Aleksander Sieradzan
4.	Lewiatan Kujawy Sp. z o.o.	Jarosław Mosakowski
5.	Lewiatan Małopolska Sp. z o.o.	Jacek Niemczyk
6.	Lewiatan Mazowsze Sp. z o.o.	Krzysztof Żyła
7.	Lewiatan Opole Sp. z o.o.	Adrian Damski
8.	Lewiatan Orbita Sp. z o.o.	Elwira Dymitriew
9.	Lewiatan Podkarpacie Sp. z o.o.	Dorota Węgrzyn
10.	Lewiatan Podlasie Sp. z o.o.	Paweł Cieśluk
11.	Lewiatan Północ Sp. z o.o.	Aneta Szuprytowska
12.	Lewiatan Śląsk Sp. z o.o.	Łukasz Obrzut
13.	Lewiatan Wielkopolska Sp. z o.o.	Jolanta Rewers
14.	Lewiatan Zachód Sp. z o.o.	Rafał Dąbrowski
15.	Lewiatan Żory Sp. z o.o.	Michał Narożyński
16.	Stowarzyszenie Kupców i Przedsiębiorców Polskich Razem	Agnieszka Kasprzak



Centrala
Lewiatan Holding S.A.
 ul. Kilińskiego 10
 87-800 Włocławek
 Polska
52.6556 N 19.0640 E



Lista lokalizacji Spółek Regionalnych dostępna jest:
<https://www.lewiatan.pl/kontakt/spolki-regionalne>

Lista akcjonariuszy Lewiatan Holding S.A. (stan na 31 grudnia 2025 roku):

Lp.	Akcjonariusz (imię, nazwisko, nazwa)	Udział w kapitale
1.	Eurocash S.A.	25,92%
2.	Lewiatan Małopolska Sp. z o.o.	8,11%
3.	Lewiatan Wielkopolska Sp. z o.o.	7,69%
4.	Lewiatan Opole Sp. z o.o.	7,68%
5.	Lewiatan Śląsk Sp. z o.o.	6,93%
6.	Lewiatan Kujawy Sp. z o.o.	6,92%
7.	Lewiatan Podlasie Sp. z o.o.	6,89%
8.	Lewiatan Bielsko-Biała Sp. z o.o.	6,87%
9.	Lewiatan Żory Sp. z o.o.	6,86%
10.	Lewiatan Kielce Sp. z o.o.	4,97%
11.	Lewiatan Zachód Sp. z o.o.	3,77%
12.	PHU Bjanex Export – Import Jerzy Bylak	3,75%
13.	Lewiatan Orbita Sp. z o.o.	0,81%
14.	Pozostali akcjonariusze	2,59%



3

Najważniejsze wyzwania związane z zarządzaniem biznesem i zrównoważonym rozwojem w 2025 roku

1 List Prezesa PSH Lewiatan

2 O Lewiatan Holding S.A. i PSH Lewiatan

3 Najważniejsze wyzwania związane z zarządzaniem biznesem i ESG

4 Model biznesowy i strategia firmy

5 Łańcuch wartości Lewiatan Holding S.A.

6 Proces dystrybucji, sprzedaży i charakterystyka sklepów PSH Lewiatan

7 Produkty, usługi i marka własna

8 Zrównoważony rozwój w PSH Lewiatan

9 Działania środowiskowe

10 Lewiatan dla społeczeństwa

11 Ład korporacyjny i odpowiedzialność biznesowa

12 O Raporcie

3. Najważniejsze wyzwania związane z zarządzaniem biznesem i zrównoważonym rozwojem w 2025 roku

3.1. Kluczowe trendy rynkowe i regulacyjne w branży spożywczej w Polsce

Rok 2025 upłynął pod znakiem podwyższonej niepewności geopolitycznej, która oddziaływała na rynki finansowe i nastroje konsumenckie w skali globalnej. Otoczenie rynkowe niezmiennie charakteryzowało się wysoką konkurencyjnością, a to dla całej PSH Lewiatan oznaczało intensywną walkę o uwagę klienta, wolumeny sprzedaży oraz utrzymanie marż. Pomimo stopniowej stabilizacji inflacji w Polsce presja kosztowa nadal była silna, co w połączeniu z umiarkowanym tempem odbudowy konsumpcji skutkowało kontynuacją silnej rywalizacji cenowej na rynku FMCG. Mimo tych trudnych dla całej branży spożywczej warunków firma odnotowała zwiększony obrót i osiągnęła 18,14 mld zł obrotu detalicznego (w 2024 roku było to 17,48 mld zł). Konsekwentnie też zwiększa swoją skalę działania – na koniec 2025 roku liczyła już 3286 sklepów (w 2024 roku było ich 3255). PSH Lewiatan to największa polska sieć franczyzowa sklepów spożywczych i jedna z największych sieci handlu detalicznego w Polsce, działająca głównie w segmencie supermarketów i sklepów osiedlowych. Znajduje się (w zależności od metodologii) na 5. lub 6. pozycji w rankingach sieci¹⁰.

Nadal utrzymuje się silny trend wzrostowy w segmencie marek własnych, który sieci spożywcze w Polsce systematycznie rozwijają, odpowiadając na potrzeby klientów poszukujących optymalnej relacji jakości do ceny. W strukturze PSH Lewiatan działa spółka Lewiatan Holding S.A., która jest nie tylko organizatorem Sieci, ale również producentem marki własnej Lewiatana, z której obrót detaliczny w 2025 roku przekroczył 1,02 mld zł (w 2024 roku było to 0,98 mld zł), co stanowiło 5,63% udziału w obrocie detalicznym całej Sieci.

PSH Lewiatan przygotowywał się również do wdrożenia systemu kaucyjnego, które rozpoczęto w roku 2025. W momencie publikacji raportu przedsiębiorcy zadeklarowali zamówienie 1300 urządzeń, do produkcji przekazano 837, z czego 765 zostało już dostarczonych i zainstalowanych. Rozwiązanie to stanowi zarówno szansę na zwiększenie lojalności klientów i częstotliwości ich wizyt w sklepach, jak i wyzwanie operacyjne oraz inwestycyjne, mogące wpływać na konkurencyjność części placówek. Przy czym zauważalny jest wzrost świadomości ekologicznej konsumentów – maszyny umożliwiające oddanie opakowań mogą sprzyjać ich decyzji wyboru danego sklepu. Należy zaznaczyć, że system regulacji prawnych w Polsce

¹⁰ „Ranking TOP 20 sieci spożywczych w Polsce 2025” magazynu „Wiadomości Handlowe”: 5. miejsce pod względem przychodów, 6. miejsce według liczby sklepów.

oraz zmienność i niepewność prawna to kluczowe utrudnienie, duże ryzyko operacyjne i inwestycyjne dla przedsiębiorstw prowadzących działalność gospodarczą, również w branży handlu detalicznego¹¹.

Niezmiennie istotnym obszarem pozostawała efektywność energetyczna, a firma kontynuuje rozwój programu Energooszczędny Sklep – Zrównoważony Biznes, dostosowując placówki do rosnących wymogów kosztowych i środowiskowych.

Ciągle można zaobserwować utrzymującą się ostrożność zakupową konsumentów. Klienci pozostają wrażliwi na ceny i coraz bardziej racjonalnie podchodzą do wydatków. Skłonność do oszczędzania przekłada się na strukturę koszyka zakupowego, a wolumen sprzedaży rośnie w ograniczonym tempie. Wzrost jej wartości wynika w dużej mierze z poziomu cen oraz zmian miksu produktowego. W odpowiedzi na te trendy najwięksi uczestnicy rynku kontynuują intensywne działania promocyjne i politykę cenową („wojna cenowa” trwała przez cały 2025 rok), wzmacniając konkurencję i presję na mniejsze podmioty, również franczyzobiorców PSH Lewiatan.

Jednocześnie konsekwentnie rośnie świadomość konsumentów w obszarach takich jak ekologia, etyka oraz transparentność działań przedsiębiorstw. Klienci coraz częściej zwracają uwagę na pochodzenie produktów i lokalność oferty w całym łańcuchu wartości. Model biznesowy Sieci, oparty na współpracy z lokalnymi dostawcami i przedsiębiorcami, dobrze wpisuje się w te oczekiwania.

3.2. Wyzwania modelu franczyzy partycypacyjnej w kontekście zrównoważonego rozwoju

PSH Lewiatan jest największą polską siecią handlową, stworzoną przez polskich przedsiębiorców (Lewiatanów, czyli franczyzobiorców Sieci), zbudowaną na wyłącznie polskim kapitale. Sieć działa w jedynym w Polsce modelu **franczyzy partycypacyjnej**». To autorski model biznesowego działania PSH Lewiatan, w którym ogromne znaczenie ma oparta na zaufaniu, wzajemnym szacunku i wspólnych wartościach współpraca pomiędzy franczyzodawcą (czyli spółką Lewiatan Holding S.A.) a franczyzobiorcami w procesie tworzenia i zarządzania codzienną działalnością firmy. Istotną rolę w tym modelu odgrywa wymiana pomysłów, dzielenie się doświadczeniem oraz realny wpływ na kształt modelu biznesowego, przy czym wszystko to odbywa się z poszanowaniem zasad, wartości oraz uwzględnieniem podziału kompetencji obowiązującym w Sieci.

PSH Lewiatan w 2025 roku tworzyło 2018 przedsiębiorców, którzy zarządzali w sumie 3286 sklepami spożywczymi funkcjonującymi w różnych formatach. Skala działania franczyzobiorców jest niejednorodna, większość z nich prowadzi jeden sklep, a około jedna czwarta z nich – więcej niż jedną placówkę (w 2025 roku było to 541 przedsiębiorców).

¹¹ Firma na bieżąco monitoruje regulacje prawne również w innych obszarach, takich jak stawki podatków na produkty spożywcze (w tym na napoje), regulacje UE w obszarach, które są związane z transformacją gospodarki na zrównoważony rozwój (w tym rozporządzenia EUDR, dyrektywy związane z raportowaniem zrównoważonego rozwoju oraz wzmacnianiem pozycji konsumentów w transformacji na zrównoważony rozwój).

Sieć to również 16 Spółek Regionalnych, które wspierają działania franczyzobiorców z danego regionu oraz spółka Lewiatan Holding S.A., która jest organizatorem całej Sieci oraz producentem marki własnej.

Taka struktura, oparta w dużej mierze na dialogu i dużej autonomii działania w ramach Sieci, a także znacznej skali (firma ma zasięg ogólnokrajowy), jest wyzwaniem organizacyjnym. W przeważającym stopniu działania Sieci opierają się na wspólnych wartościach. Jak pokazują wyniki biznesowe i rosnąca skala działania, nawet w modelu partycypacyjnym da się z sukcesem prowadzić biznes. Wiąże się to jednak z rozwiązywaniem wielu istotnych kwestii operacyjnych i zarządczych.

Zarządzanie transformacją Sieci w kierunku zrównoważonego rozwoju w firmie działającej w modelu franczyzy partycypacyjnej jest wyzwaniem: nie można z góry narzucić określonych działań, trzeba sprawić, żeby franczyzobiorcy dostrzegli w nich nie tylko wartości, ale również czynniki, które wpłyną na codzienne funkcjonowanie ich biznesu i podniosą jego rentowność. Dlatego – mając za każdym razem do czynienia z indywidualną decyzją franczyzobiorców – firma zarządza obszarem ESG poprzez budowanie ich świadomości w tym obszarze, wykorzystując dostępne kanały dialogu i komunikacji, m.in. platformę Lewiatan Biznes. Po stronie Lewiatan Holding S.A. jest również zadanie tworzenia struktur (powołano liderkę ESG odpowiedzialną za zarządzanie tym obszarem w Sieci) oraz wypracowywanie narzędzi, dzięki którym franczyzobiorcy będą mogli implementować działania w swoich sklepach.

PSH Lewiatan od 2022 roku posiada Strategię zrównoważonego rozwoju, konsekwentnie też zbiera i analizuje dane ESG – wyniki są ujawniane w corocznych raportach. W 2025 roku została przeprowadzona analiza podwójnej istotności oraz wprowadzono Kodeks etycznego postępowania, który obejmuje zarówno pracowników, franczyzobiorców, jak i partnerów biznesowych oraz dostawców Sieci. W kluczowych dla firmy obszarach, w których identyfikowany jest jej duży wpływ środowiskowy i społeczny (takich jak kwestie związane z dostępnością produktów oraz zapobieganiem marnowaniu żywności), od wielu lat prowadzone są cykliczne, obejmujące całą firmę działania: inicjatywa Wybieram lokalne oraz kampania Lokalnie kupuję, nie marnuję! W obszarze związanym z emisyjnością, który przekłada się na rentowność prowadzonego biznesu poprzez oszczędności w zużywanej energii, prowadzony jest program Energooszczędny Sklep – Zrównoważony Biznes.

3.3. Priorytety w zarządzaniu zrównoważonym rozwojem w 2026 roku

Rok 2026 w obszarze zrównoważonego rozwoju to kontynuowanie prowadzonych procesów, w tym dbałość o pozyskiwanie jak najlepszej jakości danych, które docelowo powinny objąć całą Sieć. Zakończono prowadzony w 2025 roku proces analizy podwójnej istotności. Trwa rewizja Strategii zrównoważonego rozwoju, a w kwietniu zakończono wdrożenie Kodeksu etycznego postępowania. Sukcesywnie rozszerzany jest system kaucyjny, również na sklepy, które nie są objęte ustawowym obowiązkiem jego wdrożenia. Monitorowane też są zmiany regulacyjne, w tym kwestie związane z rozporządzeniem EUDR, PPWR oraz dyrektywą EmpCo¹².

¹² EUDR (ang. *European Union Deforestation Regulation*) – unijne rozporządzenie w sprawie wylesiania, PPWR (ang. *Packaging and Packaging Waste Regulation*) – rozporządzenie w sprawie opakowań i odpadów opakowaniowych, dyrektywa EmpCo (ang. *Directive on Empowering Consumers for the Green Transition*) – dyrektywa wzmacniająca pozycję konsumentów w zielonej transformacji.



Model biznesowy i strategia firmy

1 List Prezesa PSH Lewiatan

2 O Lewiatan Holding S.A. i PSH Lewiatan

3 Najważniejsze wyzwania związane z zarządzaniem biznesem i ESG

4 Model biznesowy i strategia firmy

5 Łańcuch wartości Lewiatan Holding S.A.

6 Proces dystrybucji, sprzedaży i charakterystyka sklepów PSH Lewiatan

7 Produkty, usługi i marka własna

8 Zrównoważony rozwój w PSH Lewiatan

9 Działania środowiskowe

10 Lewiatan dla społeczeństwa

11 Ład korporacyjny i odpowiedzialność biznesowa

12 O Raporcie

4. Model biznesowy i strategia firmy

4.1. Model biznesowy

PSH Lewiatan to unikalny i wyjątkowy na polskim rynku model biznesowy: opiera się on na współpracy przedsiębiorców (franczyzobiorców) – właścicieli sklepów spożywczych na terenie całej Polski. Przedsiębiorcy działają w modelu **franczyzy partycypacyjnej** ».

Strukturę firmy stanowi 16 Spółek Regionalnych oraz Lewiatan Holding S.A. (centrala Sieci) z siedzibą we Włocławku, który jest organizatorem Sieci. Razem tworzą one regulowaną umową franczyzową oraz opartą na wspólnych wartościach Polską Sieć Handlową Lewiatan. Działa ona na zasadach demokratycznych. Przy Spółkach Regionalnych istnieją Rady Franczyzobiorców, do których należą przedstawiciele przedsiębiorców z danego regionu. Rady pełnią funkcje doradcze. Zarządy Spółek pracują również wspólnie podczas spotkań operacyjnych, a minimum dwa razy w roku spotykają się w poszerzonym składzie Zarządów i reprezentantów Rad. Działają również dwa zespoły doradcze: Zespół ds. Technologii oraz Zespół ds. Handlu oraz grupy projektowe. Kompetencje każdego z organów są ściśle określone w dokumentach wewnętrznych, takich jak: regulamin organizacyjny, Umowa franczyzowa oraz zestaw procedur organizacyjnych i zasad funkcjonowania PSH Lewiatan, które opisują także przebieg procesów. Rolą Spółek Regionalnych i Lewiatan Holding jest wspieranie franczyzobiorców w rozwoju ich biznesu, co przekłada się na rozwój całej firmy. Działania są prowadzone na 3 poziomach: Lewiatan Holding S.A, Spółek Regionalnych oraz Franczyzobiorców.



Lewiatan Holding

Spółki Regionalne

Franczyzobiorcy



Zespół ds. Handlu

Zespół ds. Technologii

Grupy Projektowe



Regionalne

Rady Franczyzobiorców

Zebranie Zarządów Spółek

Ponadto raz do roku zbiera się Forum Rozwoju Sieci, którego zadaniem jest bieżąca aktualizacja strategii biznesowej firmy. W 2025 roku rozpoczęto również działania, których celem było stworzenie przestrzeni do współpracy z młodszym pokoleniem Lewiatańczyków. Przygotowania zaowocowały organizacją spotkania pod nazwą Forum Młodych Liderów PSH Lewiatan, które odbyło się w pierwszym półroczu 2026 roku.

4.1.1. Role i zadania wynikające z Regulaminu organizacyjnego PSH Lewiatan



Ogólnopolsko Wpływ na organizację

Lewiatan Holding S.A. – poziom ogólnopolski

Budowanie zintegrowanej sieci handlowej zgodnie z przyjętymi standardami

Rozwój pakietu franczyzowego

Zawieranie ogólnopolskich kontraktów handlowych i wprowadzanie do obrotu produktów marki własnej

Zarządzanie centralnym asortymentem

Przygotowanie ogólnopolskich działań promocyjnych

Zawieranie umów okołobiznesowych wspierających rozwój Sieci

Zarządzanie wiedzą o kliencie

Szkolenia

Spółki Regionalne – poziom regionalny

Budowa i rozwój Sieci na wyznaczonym terenie, w zgodzie z obowiązującymi standardami

Wdrażanie rozwiązań wynikających z wiedzy o kliencie

Zawieranie regionalnych kontraktów handlowych

Wsparcie przedsiębiorców w rozwoju biznesu (w tym doradztwo w modernizacji i aranżacji sklepów)

Zarządzenie regionalnymi promocjami i komunikacją marketingową

Franczyzobiorca – poziom lokalny

Prowadzenie działalności handlowej zgodnie z zasadami i standardami Sieci

Zarządzanie asortymentem, ze szczególnym uwzględnieniem produktów lokalnych

Budowanie lokalnych relacji z klientami, dostawcami, partnerami

Angażowanie się w lokalne inicjatywy społeczne

Wdrażanie aktywności ogólnopolskich, regionalnych i lokalnych dla klientów

Dbłość o wizerunek Sieci

Lokalnie
Wpływ na relacje z klientem



4.1.2. Wspólna wizja i wartości PSH Lewiatan

Model działania PSH Lewiatan oparty jest na wspólnych dla wszystkich uczestników Sieci: misji, wizji, wartościach i zasadach działania.

Misja	łączyć i realizować potrzeby konsumentów w lokalnej społeczności, tworząc zorganizowany ekosystem niezależnego handlu detalicznego w Polsce.
Wizja	Chcemy być najlepszym partnerem biznesowym niezależnych przedsiębiorców rozwijających sieć franczyzową sklepów detalicznych, w których każdy konsument i przedsiębiorca czerpie korzyści z siły ogólnopolskiej sieci i wartości lokalnych relacji.
Wartości	Bliskość – Partnerstwo – Przedsiębiorczość – Odpowiedzialność
Zasady 3W	Współtworzymy – Współdecydujemy – Współodpowiadamy

4.3. Strategia PSH Lewiatan: perspektywa na 2026 rok

Obowiązująca strategia biznesowa całej sieci PSH Lewiatan, w tym spółki Lewiatan Holding, zainicjowana w 2023 roku, ewoluuje, by odpowiadać na dynamicznie zmieniające się warunki polskiego handlu detalicznego i potrzeby konsumentów oraz zrównoważony rozwój. W 2026 roku nadrzędnym celem strategicznym jest rentowność. Głównym założeniem strategii pozostaje zapewnienie przedsiębiorcom bezpieczeństwa prowadzonego biznesu poprzez precyzyjne działania i skuteczną komunikację.

W bieżącym roku realizacja strategii opiera się na czterech kluczowych filarach operacyjnych:

1. Program „Mój Lewiatan”

Celem jest dalszy rozwój programu lojalnościowego, aby zwiększyć udział w obrocie do poziomu 36% oraz liczbę aktywnych klientów o 200 tys. Na koniec 2025 roku w programie było 2 800 000 zarejestrowanych użytkowników, a udział zakupów wynosił 34,6%.

- › **Działania:** wprowadzenie nowego modelu „Rabaty za punkty”, rozwój oferty kuponowej dla kategorii świeżych oraz personalizacja promocji na punkty.
- › **Technologia:** wykorzystanie automatyzacji marketingu (*marketing automation*) oraz rozwoju aplikacji jako głównego kanału komunikacji z klientem.

2. Młodzi (nowe pokolenie klientów i franczyzobiorców)

Strategia zakłada budowanie nowoczesnego wizerunku marki, która jest bliska młodym pokoleniom.

- › **Komunikacja:** rozszerzenie obecności w mediach społecznościowych (TikTok, Instagram) i współpraca z influencerami, aby skutecznie dotrzeć do młodszej grupy docelowej.
- › **Franczyza:** organizacja Forum Młodych Liderów, które ma włączyć perspektywę młodego pokolenia franczyzobiorców w strategię Sieci i zwiększyć atrakcyjność franczyzy Lewiatana.

3. Segmentacja sklepów

Kluczem do większej efektywności biznesowej jest dopasowanie oferty do misji zakupowych klientów w poszczególnych segmentach sklepów.

- › **Obszary optymalizacji:** strategia obejmuje ujednoczenie standardów w czterech głównych obszarach – asortymentu (zwiększenie rotacji), cen (maksymalizacja marży), promocji (zwiększenie konwersji) oraz komunikacji (personalizacja).

4. Rozwój technologiczny Sieci

Technologia i cyfryzacja są fundamentem realizacji strategii, wspierają procesy operacyjne i decyzyjne.

- › **Kluczowe narzędzia:**
 - **Kokpit promocyjny** – zapewnienie automatyzacji i jednolitego podejścia do mierzenia efektywności promocji w całej Sieci.
 - **InfoLewiatan 2.0** – stworzenie jednego, centralnego źródła danych o sklepach, wspierającego zarządzanie „linią życia” placówki.
 - **Moduł Zarządzania Asortymentem** – narzędzie do bieżącego monitorowania realizacji rekomendacji asortymentowych i usług kontraktowych.

Dzięki oparciu działań na tych filarach PSH Lewiatan konsekwentnie zmierza do celu, jakim jest umocnienie pozycji rynkowej organizacji jako efektywnej, nowoczesnej i precyzyjnie działającej sieci, dbającej o sukces swoich franczyzobiorców.

4.4. Pakiet franczyzowy

Pakiet franczyzowy to podstawa współpracy firmy Lewiatan Holding S.A. z franczyzobiorcami. W 2025 roku w Sieci było 2018 przedsiębiorców. Oferta dla aktualnych i przyszłych uczestników Sieci cały czas jest rozwijana i optymalizowana pod kątem zmieniających się oczekiwań rynkowych i bieżących potrzeb przedsiębiorców. Wskaźnik rotacji franczyzobiorców spadł w 2025 roku do poziomu 0,60% (w 2024 roku wynosił 2%)¹³.

Schemat tworzenia pakietu franczyzowego opiera się na następujących obszarach:



**Wsparcie
w funkcjonowaniu
sklepu oraz ekspansji**



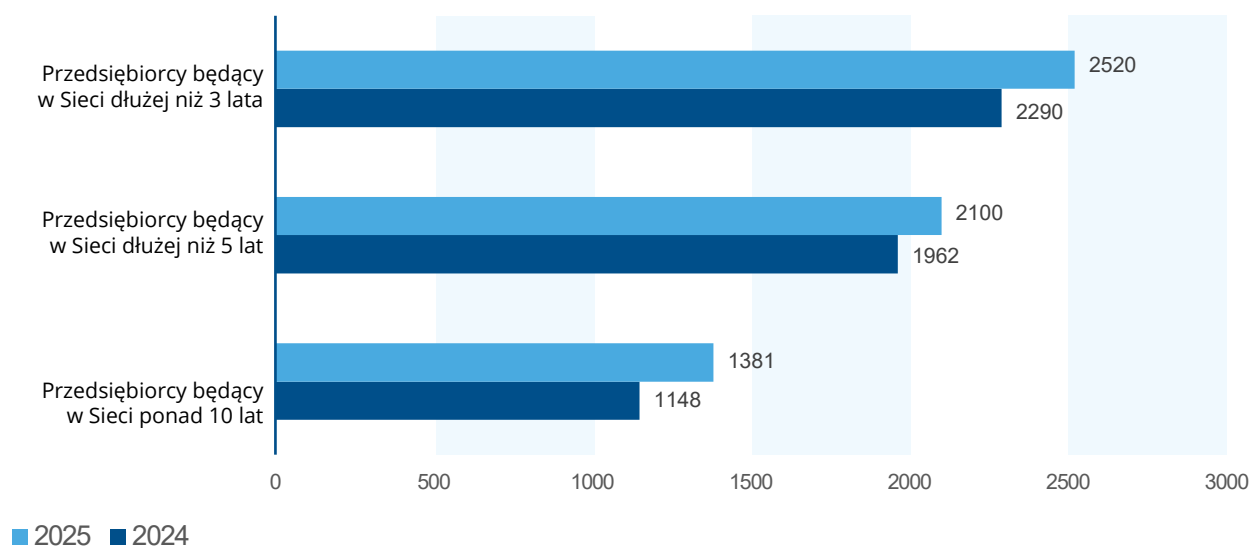
**Wsparcie
w komunikacji
i aktywizacji klientów
sklepów**



**Skuteczne działania
marketingowe
i handlowe**



**Działania wspierające
relacje z lokalnymi
społecznościami
i edukacja
przedsiębiorców**



¹³ Wskaźnik rotacji wyliczony na bazie danych na koniec 2025 roku według proporcji $12/2018 \cdot 100\%$, gdzie 12 to liczba przedsiębiorców (identyfikowanych po numerze NIP), którzy opuścili Sieć w 2025 roku, a 2018 to liczba przedsiębiorców (NIP) należących do Sieci na koniec 2025 roku.

Główne benefity z przynależności do PSH Lewiatan dla przedsiębiorców



Technologia i standard prowadzenia sklepu



Działania marketingowe (gazetki, ulotki, plakaty, Digital Signage) oraz aktywacje konsumenckie (loterie, konkursy)



Program i aplikacja Mój Lewiatan



Lewiatan Biznes
Cały biznes w jednym miejscu

Lewiatan Biznes portal do komunikacji wewnętrznej



Moje Zakupy online

Sklep online do zakupów materiałów kosztowych



Moje Raporty

Centralny System Analityczny – dostęp do analityki PowerBI



Kontrakty handlowe (centralne i regionalne) oraz produkty marki własnej



Ogólnopolskie kampanie reklamowe w mediach



Nowe modele promocji oraz automatyzacja procesów promocyjnych



Programy szkoleniowe CEL 2.0



Umowy okołobiznesowe i ubezpieczenie OC



Wachlarz działań dla przedsiębiorców wspierających lokalne społeczności



Łańcuch wartości Lewiatan Holding S.A.

1 List Prezesa PSH Lewiatan

2 O Lewiatan Holding S.A. i PSH Lewiatan

3 Najważniejsze wyzwania związane z zarządzaniem biznesem i ESG

4 Model biznesowy i strategia firmy

5 Łańcuch wartości Lewiatan Holding S.A.

6 Proces dystrybucji, sprzedaży i charakterystyka sklepów PSH Lewiatan

7 Produkty, usługi i marka własna

8 Zrównoważony rozwój w PSH Lewiatan

9 Działania środowiskowe

10 Lewiatan dla społeczeństwa

11 Ład korporacyjny i odpowiedzialność biznesowa

12 O Raporcie

5. Łańcuch wartości Lewiatan Holding S.A.

W 2025 roku w spółce Lewiatan Holding S.A. prowadzona była analiza podwójnej istotności, której zakres dotyczył działań firmy oraz całej organizowanej przez nią sieci. Jednym z etapów analizy było opisanie łańcucha wartości dla całej działalności biznesowej spółki Lewiatan Holding S.A., który obejmuje również całą sieć PSH Lewiatan.

Łańcuch wartości Lewiatan Holding S.A.

Kluczowi interesariusze uczestniczący w poszczególnych etapach łańcucha wartości

Dostawcy produktów i usług koniecznych do prowadzenia działalności, otoczenie społeczne i biznesowe

Pracownicy Lewiatan Holding, Spółki Regionalne, organy nadzoru, akcjonariusze

Franczyzobiorcy, klienci sklepów, otoczenie społeczne

GÓRNA CZĘŚĆ ŁAŃCUCHA WARTOŚCI (UPSTREAM)	DZIAŁALNOŚĆ OPERACYJNA LEWIATAN HOLDING S.A.	DOLNA CZĘŚĆ ŁAŃCUCHA WARTOŚCI (DOWNSTREAM)
<ul style="list-style-type: none"> › Koordynacja usług dla producentów (działania marketingowe, merchandisingowe, promocyjne dla Sieci), realizacja pakietu franczyzowego. › Marka własna: <ol style="list-style-type: none"> 1. dostawcy surowców, producenci żywności, 2. źródła energii do produkcji, 3. producenci marki własnej, 4. drukarnie opakowań, 5. logistyka dostaw półproduktów, 6. odpady produkcyjne. › Ekspertyzy zewnętrzne, badania rynku. › Wsparcie kreatywne, graficzne (agencje graficzne i kreatywne) odpowiedzialne za wizualną stronę materiałów promujących i tworzących markę (księga standardów). › Podwykonawcy sztyków i wyposażenia sklepów oraz dostawcy komponentów. › Najemca budynku. › Dostawca energii. › Dostawcy sprzętu biurowego i wyposażenia. 	<ul style="list-style-type: none"> › Pracownicy – zarządzanie wszelkimi obszarami, które ich dotyczą. › Oferta franczyzowa i cały koncept biznesowy. › Wszystkie operacje związane z realizacją pakietu franczyzowego. › Współpraca ze Spółkami Regionalnymi. › Marka własna: <ol style="list-style-type: none"> 1. kontrola jakości produktów marki własnej, 2. negocjacje cen, składów produktów marki własnej, 3. zarządzanie procesem projektowania opakowań oraz promowania produktów marki własnej, 4. logistyka produktów marki własnej (zarządzanie procesem). › Zarządzanie, negocjowanie umów okołobiznesowych oraz centralnych kontraktów z producentami ogólnopolskimi. › Operacje dla franczyzy (zapewniające rozwój i działalność modelu biznesowego): marka własna, kontrakty centralne, dział rozliczeń, dział rozwoju Sieci, dział marketingu marki i sprzedaży, dział wsparcia - kontrola jakości, system kaucyjny, wszystkie umowy okołobiznesowe, flota, wdrażanie ESG. 	<ul style="list-style-type: none"> › Franczyzobiorcy jako odbiorcy usług oferowanych przez Lewiatan Holding. Klienci sklepów poprzez komunikację ogólnopolską. › Pracownicy sklepów – poprzez rozwój, szkolenia, programy motywacyjne do generowania sprzedaży. › Producenci centralni – odbiorcy usług promocyjnych i marketingowych, merchandisingowych (gazetki, spoty w radio, TV, POS TV, Radio Lewiatan, social media, konkursy, aplikacja). › Odpady: <ol style="list-style-type: none"> 1. z działalności własnej, 2. po marce własnej (wpływ na dobór komponentów do wytworzenia opakowania na poziomie negocjacji umów i odpowiedzialność za nie), 3. z opakowań u klientów, kupujących markę własną (kwestia zaprojektowania opakowania, komunikaty na opakowaniach o recyklingu czy segregacji).

Franczyzobiorcy, z którymi Lewiatan Holding S.A. tworzy na zasadach franczyzy partycypacyjnej sieć PSH Lewiatan

Logistyka i dystrybucja w całym łańcuchu wartości: flota (własna, wynajmowana, dostawców), magazyny



6

Proces dystrybucji, sprzedaży i charakterystyka sklepów PSH Lewiatan

1 List Prezesa PSH Lewiatan

2 O Lewiatan Holding S.A. i PSH Lewiatan

3 Najważniejsze wyzwania związane z zarządzaniem biznesem i ESG

4 Model biznesowy i strategia firmy

5 Łańcuch wartości Lewiatan Holding S.A.

6 Proces dystrybucji, sprzedaży i charakterystyka sklepów PSH Lewiatan

7 Produkty, usługi i marka własna

8 Zrównoważony rozwój w PSH Lewiatan

9 Działania środowiskowe

10 Lewiatan dla społeczeństwa

11 Ład korporacyjny i odpowiedzialność biznesowa

12 O Raporcie

6. Proces dystrybucji, sprzedaży i charakterystyka sklepów PSH Lewiatan

Spółka Lewiatan Holding S.A. jest organizatorem sieci PSH Lewiatan, jej główna działalność to dzierżawa własności intelektualnej i zarządzanie marką Sieci oraz produkcja marki własnej. Natomiast PSH Lewiatan jest organizacją, która zajmuje się sprzedażą bezpośrednią oraz dystrybucją towarów szybko zbywalnych FMCG¹⁴. W sklepach Sieci klienci mogą kupić przede wszystkim takie produkty jak żywność, artykuły higieniczne, chemia domowa. Portfel produktów, które klienci na co dzień mogą znaleźć w sklepach Lewiatana, opiera się na artykułach ogólnopolskich, lokalnych i towarach marki własnej. Warto przy tym podkreślić, że zgodnie z naszą strategią produkty świeże oraz od lokalnych dostawców wyróżniają ofertę Sieci. Lewiatan Holding wspiera swoich franczyzobiorców w procesie sprzedaży – zapewnia doradztwo i usługi związane z modernizacją istniejących i tworzeniem nowych sklepów, dostarcza narzędzia technologiczne (np. aplikację Mój Lewiatan) oraz wiedzę o potrzebach klientów. Prowadzi też działania związane ze zrównoważonym rozwojem. Po stronie przedsiębiorcy natomiast leży zarządzanie całym sklepem, w tym proces organizacji sprzedaży, kontrolowanie zamówień oraz rekrutacja i organizacja pracy zatrudnionych tam osób.

W 2025 roku sieć PSH Lewiatan obejmowała **3286 sklepów** (w 2024 roku było to 3255 placówek). Sklepy Sieci mają różne formaty. W nowym, uruchomionym w 2024 roku, formacie Lewiatan Express w 2025 roku działało już **726 sklepów**, w samym 2025 roku **otwarto ich 111**. Łączna **powierzchnia sprzedaży** wszystkich sklepów to blisko **655 tys. m²**. Z 2018 franczyzobiorców **541 posiada więcej niż jeden sklep**. W 2025 roku Centralne Biuro Projektowe w Lewiatan Holding przygotowało **290 projektów sklepów**, a liczba **modernizacji** sklepów wyniosła **303**.



W 2025 roku sklepy Sieci odwiedzało każdego dnia 1,7 mln klientów.



Format **Lewiatan Express**, rozwijany przez **PSH Lewiatan**, to sklepy typu *convenience*. Placówki te odpowiadają na potrzeby szybkich, codziennych zakupów, oferując podstawowy asortyment produktów spożywczych oraz artykułów gotowych do spożycia. Format charakteryzuje się elastycznością operacyjną i długimi godzinami otwarcia, co zwiększa dostępność dla klientów. Stanowi on uzupełnienie oferty tradycyjnych sklepów Lewiatan.

¹⁴ FMCG – ang. *Fast Moving Consumer Goods*, czyli towary szybko zbywalne.



7

Produkty, usługi i marka własna

1 List Prezesa PSH Lewiatan

2 O Lewiatan Holding S.A. i PSH Lewiatan

3 Najważniejsze wyzwania związane z zarządzaniem biznesem i ESG

4 Model biznesowy i strategia firmy

5 Łańcuch wartości Lewiatan Holding S.A.

6 Proces dystrybucji, sprzedaży i charakterystyka sklepów PSH Lewiatan

7 Produkty, usługi i marka własna

8 Zrównoważony rozwój w PSH Lewiatan

9 Działania środowiskowe

10 Lewiatan dla społeczeństwa

11 Ład korporacyjny i odpowiedzialność biznesowa

12 O Raporcie

7. Produkty, usługi i marka własna

7.1. Produkty

Na klientów sklepów PSH Lewiatan czeka szeroki asortyment wysokiej jakości produktów spożywczych i chemii gospodarczej (FMCG). Na półkach sklepów PSH Lewiatan konsumenci znajdują swoje ulubione i najczęściej wybierane artykuły. Mocną stroną Sieci jest szeroka oferta produktów świeżych, w tym pieczywa, warzyw, owoców, mięs i wędlin. W sklepach PSH Lewiatan klienci mogą również skorzystać z różnych usług, w wybranych sklepach dostępna jest oferta gastronomiczna, można też opłacić rachunki¹⁵.

7.2. Marka własna

Ważnym elementem asortymentu jest także bogata oferta towarów marki własnej Lewiatan, której sprzedaż w 2025 roku stanowiła 5,63% obrotu detalicznego całej Sieci. Producentem marki własnej jest spółka Lewiatan Holding S.A. W 2025 roku oferowano **25 kategorii produktowych**, zarówno spożywczych, jak i chemii gospodarczej czy higienicznej. Klienci mają do wyboru w sumie **566 różnych produktów**. Portfolio jest systematycznie rozbudowywane, w 2025 powiększyło się ono o **36 nowych artykułów**. Firma dba o to, żeby produkty marki własnej były jak najwyższej jakości, zawsze bezpieczne dla konsumentów. Spośród 171 dostawców aż 148 podmiotów posiada także dobrowolne certyfikaty systemów zarządzania jakością (IFS, BRC, FSC22000, ISO22000, ISO9001), co oznacza, że ma je 86,5% dostawców. W 2025 roku przeprowadzono 101 audytów u dostawców marki własnej oraz 1180 badań fizykochemicznych, mikrobiologicznych i organoleptycznych na zgodność wyrobów marki własnej ze specyfikacją. Liczba reklamacji artykułów marki własnej spadła o 35% w stosunku do zeszłego roku (z 40 w 2024 roku do 26 w 2025 roku).



¹⁵ Oferta produktowa i usługowa danego sklepu zależy od jego lokalizacji, formatu oraz właściciela. Szczegółowe informacje o konkretnym sklepie i udogodnieniach dla klienta, jakie oferuje, można znaleźć np. na www.lewiatan.pl.

7.3. Produkty lokalne

Wybieram lokalne to inicjatywa, która powstała w 2020 roku i od tego czasu wspiera partnerskie relacje pomiędzy dostawcami zajmującymi się uprawą, produkcją czy przetwarzaniem produktów spożywczych a przedsiębiorcami prowadzącymi sklep. Dzięki temu codziennie w sklepach sieci PSH Lewiatan klienci mogą zakupić produkty pochodzące od lokalnych dostawców. Produkty te są eksponowane na specjalnie oznakowanych i wydzielonych do tego półkach. Sieć organizuje również co roku **Festiwal produktów lokalnych**, podczas którego pomowane są artykuły spożywcze od lokalnych producentów. To ogólnopolski projekt, który ma na celu popularyzowanie wśród konsumentów marek produktów lokalnych oraz wspieranie relacji między dostawcami i producentami a przedsiębiorcami.



7.4. Usługi dla franczyzobiorców

Przedsiębiorcom zrzeszonym w sieci PSH Lewiatan spółka Lewiatan Holding świadczy usługi wsparcia biznesowego i oferuje z nią pakiet franczyzowy. W ramach niej przedsiębiorcy otrzymują:

- ▶ wszechstronne wsparcie, np. w takich obszarach jak IT Serwis (łącznie 4163 usług w 2025 roku, 4897 w 2024 roku; usługi te zajęły 5670 godzin pracy w 2025 roku, a w 2024 roku – 7304 godziny),
- ▶ wsparcie działań operacyjnych na poziomie Spółek Regionalnych,
- ▶ wsparcie w projektowaniu sklepów lub całościową usługę z tym związaną – w 2025 roku Centralne Biuro Projektów przygotowało 290 nowych projektów sklepów (w 2024 roku było ich 185), przeprowadzono również 303 modernizacje sklepów (w 2024 roku było ich 390),
- ▶ ogólnopolskie oraz regionalne działania marketingowe, wizerunkowe i promocyjne.



Zrównoważony rozwój w PSH Lewiatan

1 List Prezesa PSH Lewiatan

2 O Lewiatan Holding S.A. i PSH Lewiatan

3 Najważniejsze wyzwania związane z zarządzaniem biznesem i ESG

4 Model biznesowy i strategia firmy

5 Łańcuch wartości Lewiatan Holding S.A.

6 Proces dystrybucji, sprzedaży i charakterystyka sklepów PSH Lewiatan

7 Produkty, usługi i marka własna

8 Zrównoważony rozwój w PSH Lewiatan

9 Działania środowiskowe

10 Lewiatan dla społeczeństwa

11 Ład korporacyjny i odpowiedzialność biznesowa

12 O Raporcie

8. Zrównoważony rozwój w PSH Lewiatan

8.1. Strategia zrównoważonego rozwoju „Lokalnie odpowiedzialny 2023-25”

W 2023 roku PSH Lewiatan przyjęła swoją pierwszą Strategię zrównoważonego rozwoju „Lokalnie odpowiedzialny 2023-25”, opartą na trzech filarach obejmujących tematy związane ze środowiskiem naturalnym i klimatem, odpowiedzialnością społeczną oraz etycznym i zgodnym z prawem prowadzeniem biznesu. W ciągu 3 lat obowiązywania Strategii skupiono się na poszerzaniu świadomości i wiedzy o tym obszarze w całej organizacji, zarówno wśród pracowników Lewiatan Holding, jak i franczyzobiorców Sieci. Zbudowano system zarządzania oparty na: danych, publikowaniu corocznych ujawnień w tym obszarze, bieżącym monitoringu legislacyjnym, powtarzalnym dialogu z interesariuszami oraz angażowaniu franczyzobiorców. Rozwijano projekt Eko Lidera, Wybieram lokalne, Lokalnie kupuję, nie marnuję!, projekty społeczne (koordynowane przez Fundację PSH Lewiatan. Blisko Twoich potrzeb). Wzmocniono strukturę działań odpowiedzialnego i etycznie prowadzonego biznesu, publikując w 2025 roku Kodeks etycznego postępowania dla całej PSH Lewiatan oraz partnerów biznesowych. W 2026 roku firma dokona rewizji swojej Strategii zrównoważonego rozwoju.

LOKALNIE ODPOWIEDZIALNY



FILAR I Energoozczędny sklep Lewiatan i klimat

Perspektywa środowiska naturalnego.
Co zrobimy, żeby ochronić zasoby naturalne?



FILAR II Społecznie zaangażowany Lewiatan i ludzie

Perspektywa społeczna, czyli działania dla przedsiębiorców, pracowników, klientów sklepów i lokalnych społeczności.
Co zrobimy dla każdej z tych grup?



FILAR III Godna zaufania organizacja Lewiatan zawsze zgodnie z zasadami

Perspektywa zgodności z regulacjami, etyką biznesu i wartościami.
Co zrobimy, aby tak działać?

8.1.1. Jak Lewiatan Holding zarządza Strategią zrównoważonego rozwoju?

W proces zarządzania Strategią zrównoważonego rozwoju zaangażowany jest Zarząd PSH Lewiatan. Bezpośredni nadzór nad nią sprawuje Prezes Zarządu, Robert Rękas. Operacyjnie za cały obszar działań odpowiedzialna jest liderka ESG, Katarzyna Długa, a w poszczególne projekty systematycznie są włączane osoby odpowiedzialne za ich realizację. W proces są angażowani cyklicznie również kluczowi interesariusze Sieci.

STRATEGIA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU



Zarząd Lewiatan Holding S.A.



Komunikacja i edukacja klientów w zakresie zrównoważonego rozwoju



Edukacja wewnętrzna



Osoby odpowiedzialne za realizację projektów strategicznych w Lewiatan Holding S.A.



Budowanie świadomości wśród społeczności lokalnej



Pracownicy sieci Lewiatan



Liderka ESG i procesu raportowania w PSH Lewiatan



Zespoły ze Spółek Regionalnych



Przedsiębiorcy

Realizacja Strategii zrównoważonego rozwoju „Lokalnie odpowiedzialny 2023-25”

FILARY STRATEGII LOKALNIE ODPOWIEDZIALNY

Filar I Lewiatan i klimat	Filar II Lewiatan i ludzie	Filar III Lewiatan zawsze zgodnie z zasadami
Edukacja pracowników i klientów w zakresie zagadnień związanych ze zrównoważonym rozwojem	Działalność Fundacji PSH Lewiatan. Blisko Twoich potrzeb	Kodeks etycznego postępowania
Aktualizacja narzędzia do zbierania danych środowiskowych i społecznych	Kampania Lokalnie kupuję, nie marnuję!	Rada Franczyzobiorców
IV edycja Rankingu Eko Lider Lewiatana	Rozwijam się z Lewiatanem	Polityka antymobbingowa
Aktualizacja ofert na platformie Energooszczędny Sklep – Zrównoważony Biznes	Wybieram lokalne	Procedura dotycząca sygnalistów
Przygotowanie sklepów do wdrożenia systemu kaucyjnego (edukacja, negocjacje rozwiązań)	Program Bezpieczeństwo i Higiena	
Analizy środowiskowe dla sklepów biorących udział w procesie zbierania danych do raportu ESG 2025		
Zarządzanie obszarem zrównoważonego rozwoju w PSH Lewiatan: perspektywa procesów wewnętrznych		
<ol style="list-style-type: none"> 1. ESG w Lewiatanie 2. Komunikacja z interesariuszami o postępach w realizacji Strategii 3. Udział w wydarzeniach poświęconych tematyce zrównoważonego rozwoju 4. Udział w dedykowanych szkoleniach, podnoszenie kompetencji w zakresie ESG 5. Włączenie do dobrych praktyk, projektów i edukacji dni związanych ze zrównoważonym rozwojem (np. Dzień Pracownika Handlu, Dzień Kobiet, Dzień Sąsiada, Dzień Przedsiębiorcy, Dzień Ziemi, Dzień Walki z Marnowaniem Jedzenia) 		

8.2. Dialog z interesariuszami

Spółka Lewiatan Holding prowadzi stały dialog ze swoimi interesariuszami i na bieżąco monitoruje ich potrzeby. Dialog jest prowadzony przede wszystkim z przedsiębiorcami tworzącymi Sieć, pracownikami oraz klientami sklepów, którzy na co dzień oceniają nasze działania, standard zaopatrzenia i profesjonalizm obsługi. Dają temu wyraz poprzez wybór placówek sieci Lewiatan na swoje codzienne zakupy – każdego dnia odwiedza je 1,7 mln klientów!

W 2025 roku spółka Lewiatan Holding przygotowała i koordynowała cykliczny dialog z interesariuszami. W czasie warsztatów z udziałem Zarządu firmy została zrewidowana mapa kluczowych interesariuszy, których następnie poddano badaniu. Podczas prac uwzględniono cały łańcuch wartości, za jaki odpowiada Lewiatan Holding. Przeanalizowano funkcjonujące kanały komunikacji z interesariuszami. W badanie, które objęło grupę 2705 osób, poza istotnymi interesariuszami, zaangażowani zostali niezależni eksperci specjalizujący się w branży handlowej oraz franczyzie. Zostało ono zakończone w kwietniu 2025 roku.

Badanie interesariuszy

	Grupa interesariuszy	Liczba osób	Metoda badawcza (adekwatna do danej grupy interesariuszy)
Interesariusze wewnętrzni	Pracownicy	85 ¹⁶	Anonimowe badanie ankietowe
	Zarząd Lewiatan Holding	3	Rozmowy indywidualne
Interesariusze zewnętrzni	Franczyzobiorcy PSH Lewiatan	7	Spotkania fokusowe
	Klienci sklepów	2603	Anonimowe badanie ankietowe
	Dostawcy produktów, producenci marki własnej i eksperci branżowi	7	Rozmowy indywidualne

Wnioski wynikające z badania wszystkich grup interesariuszy Lewiatan Holding

Wszystkie grupy interesariuszy, którzy wzięły udział w badaniu, za istotne uznały wartości oraz działania związane ze zrównoważonym rozwojem. Co ważne – są one jednoznacznie identyfikowane z działalnością biznesową Lewiatan Holding. Zarówno interesariusze wewnętrzni, jak i zewnętrzni byli zgodni, że firma ma największy wpływ na swe oddziaływanie na środowisko naturalne oraz kwestie społeczne. Szczególnie wyraźnie wskazywali inicjatywy związane z energooszczędnością oraz te, które odwołują się do lokalności i handlu polskimi produktami. Interesariusze zauważają również wyjątkowy na polskim rynku model biznesowy Sieci, jakim jest franczyza partycypacyjna. Bardzo pozytywnie odbierane są działania kierowane przez Lewiatan Holding do franczyzobiorców tworzących Sieć. Jako istotne wskazane zostały również czynniki społeczne dotyczące warunków zatrudnienia, inicjatyw angażujących lokalne społeczności oraz akcji prowadzonych na ich rzecz.

¹⁶ Badanie rozpoczęto w 2024 roku, stąd liczba pracowników obejmuje stan z końca 2024 roku.

8.2.1. Kanaly komunikacji spółki Lewiatan Holding i PSH Lewiatan z interesariuszami

Interesariusze	Forma kontaktu	Jednostki odpowiedzialne
Akcjonariusze	<ul style="list-style-type: none"> › Mailowa i telefoniczna › Podczas corocznych Walnych Spotkań Akcjonariuszy 	<ul style="list-style-type: none"> › Biuro Zarządu › Zarząd › Rada Nadzorcza
Przedsiębiorcy	<ul style="list-style-type: none"> › Mailowa i telefoniczna › Portal Lewiatan Biznes › Spotkania i kongresy PSH Lewiatan › Strona www oraz social media › Kampanie informacyjne, edukacyjne i społeczne adresowane do przedsiębiorców › Badanie interesariuszy 	<ul style="list-style-type: none"> › Lewiatan Holding › Spółki Regionalne › Rady Franczyzowe
Pracownicy Lewiatan Holding, Spółek Regionalnych i sklepów	<ul style="list-style-type: none"> › Mailowa, telefoniczna i podczas bezpośrednich spotkań › Platforma Lewiatan Biznes › Strona www oraz social media marki › Kampanie informacyjne, edukacyjne i społeczne, adresowane do pracowników Sieci › Badanie interesariuszy › Ocena 360 stopni (w przypadku Lewiatan Holding S.A.) › Ankieta satysfakcji (w przypadku Lewiatan Holding S.A.) 	<ul style="list-style-type: none"> › Zarządy Spółek Regionalnych › Przedsiębiorcy › Pracownicy › Poszczególne działy odpowiedzialne za kluczowe obszary biznesowe
Klienci sklepów	<ul style="list-style-type: none"> › POS TV i Radio Lewiatan › Bezpośrednie rozmowy z personelem podczas wizyt w sklepie › Aplikacja mobilna Mój Lewiatan › Kampanie informacyjne, marketingowe, edukacyjne i społeczne adresowane do klientów › Komunikacja w TV i radiu oraz social mediach marki › Wydarzenia organizowane dla klientów i lokalnej społeczności przez sklep (np. zbiórki żywności, Dzień Dziecka, Urodziny Lewiatana) 	<ul style="list-style-type: none"> › Przedsiębiorcy i pracownicy sklepów › Pracownicy Spółek Regionalnych pracujący w terenie › Działy Marketingu, Sprzedaży i Marki, Dział Handlowy, Dział Marki Własnej – pośrednio poprzez dostarczanie ogólnopolskich kampanii promocyjnych, marketingowych oraz oferty produktowej
Dostawcy produktów i usług	<ul style="list-style-type: none"> › Mailowa, telefoniczna i podczas bezpośrednich spotkań › Badanie interesariuszy › Festiwal produktów lokalnych › Wydarzenia branżowe › Strona www, social media marki › Komunikacja w mediach › Kongresy, zjazdy organizowane przez Sieć 	<ul style="list-style-type: none"> › Dział Umów Niehandlowych Lewiatan Holding › Działy Handlu i Marki Własnej oraz Marketingu na poziomie Lewiatan Holding oraz Spółek Regionalnych › Przedsiębiorcy
Społeczność lokalna	<ul style="list-style-type: none"> › Bezpośrednie rozmowy z personelem podczas wizyt w sklepie › Kampanie informacyjne, edukacyjne i społeczne adresowane do społeczności lokalnej › Wspólne działania na rzecz lokalnej społeczności › Komunikacja w mediach ogólnopolskich i regionalnych › Strona www 	<ul style="list-style-type: none"> › Przedsiębiorcy i pracownicy sklepów › Fundacja PSH Lewiatan. Blisko Twoich potrzeb
NGO (organizacje pozarządowe)	<ul style="list-style-type: none"> › Mailowa, telefoniczna i podczas bezpośrednich spotkań › Współpraca przy wspólnych projektach społecznych › Komunikacja w mediach › Strona www, social media 	<ul style="list-style-type: none"> › Pracownicy Spółek Regionalnych › Przedsiębiorcy i pracownicy sklepów › Fundacja PSH Lewiatan. Blisko Twoich potrzeb
Organizacje branżowe	<ul style="list-style-type: none"> › Mailowa, telefoniczna i podczas bezpośrednich spotkań › Współpraca przy wspólnych projektach branżowych › Spotkania i wydarzenia branżowe 	<ul style="list-style-type: none"> › Zarząd Lewiatan Holding S.A. › Zarządy Spółek Regionalnych › Dział Marketingu Marki Lewiatan Holding S.A. › Agencja PR
Media	<ul style="list-style-type: none"> › Mailowa, telefoniczna i podczas bezpośrednich spotkań › Strona www, social media marki › Publikacje, rankingi, wywiady, wideo 	<ul style="list-style-type: none"> › Dział Marketingu Marki Lewiatan Holding S.A. › Agencja PR

8.3. Analiza istotności

Etapy pracy i wyniki

W 2025 roku zakończono ocenę analizy podwójnej istotności dla spółki Lewiatan Holding S.A. (rozpoczętą w poprzednim roku). Proces objął również całą sieć PSH Lewiatan.



Etap 1. Analiza otoczenia biznesowego

Dokonano szczegółowej oceny otoczenia biznesowego firmy – posłużono się ekspertyzami i badaniami z zakresu zrównoważonego rozwoju oraz badaniami rynku z obszaru handlu detalicznego, spożywczego i rolniczego. Firma jest siecią konsumencką, która ma odpowiadać na potrzeby klientów sklepów PSH Lewiatan, dlatego analizie poddano również trendy w tym zakresie oraz potrzeby konsumentów. Pod uwagę wzięto także międzynarodowe, uznane ratingi w zakresie ESG m.in. MSCI. Korzystano ze wsparcia ekspertów branży retail, sieci franczyzowych i zrównoważonego rozwoju. Firma na bieżąco śledzi również regulacje prawne związane ze zrównoważonym rozwojem.



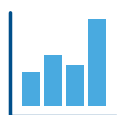
Etap 2. Dialog z interesariuszami

Przeprowadzono dialog z interesariuszami, podczas którego zrewidowano mapę interesariuszy i określono grupy interesariuszy kluczowych dla organizacji. Zostali oni poddani badaniu, w którym wykorzystano różne (dostosowane do wybranych odbiorców) metody badawcze: badania ankietowe, wywiady indywidualne oraz grupowe. Wzięli w nim udział pracownicy firmy Lewiatan Holding, franczyzobiorcy, partnerzy biznesowi (w tym dostawcy produktów) oraz klienci sklepów PSH Lewiatan (2,6 tys. osób).



Etap 3. Rewizja modelu biznesowego i łańcucha wartości »

Poddano szczegółowej rewizji model biznesowy oraz łańcuch wartości spółki Lewiatan Holding S.A. z uwzględnieniem działania całej sieci PSH Lewiatan.



Etap 4. Ocena wpływów, ryzyk i szans

Podczas prac warsztatowych, w których uczestniczyli eksperci Lewiatan Holding, zostały zidentyfikowane kluczowe dla organizacji wpływy, ryzyka i szanse. Wnioski z badania istotności są opisane na kolejnych stronach.



Etap 5. Integracja wyników badania istotności z biznesem

W 2026 roku firma będzie kontynuować integrowanie wyników oceny z działaniami biznesowymi. Wyniki stanowią również podstawę prac nad rewizją Strategii zrównoważonego rozwoju PSH Lewiatan „Lokalnie odpowiedzialny” na lata 2026-2029.

Wyniki analizy istotności

W ramach procesu badania istotności przeprowadzono warsztaty, podczas których oceniono tematy ESG istotne dla działalności biznesowej spółki Lewiatan Holding S.A. Zostały one określone na wcześniejszych etapach analizy i obejmowały następujące kluczowe obszary:

- › środowisko,
- › odpowiedzialność społeczną (w tym zagadnienia pracownicze i konsumenckie),
- › ład korporacyjny,
- › obszary specyficzne dla branży: rozwój przedsiębiorczości oraz zagadnienia związane z cyfryzacją i AI w branży handlu spożywczego.

Każdy z tematów został poddany analizie i ocenie, a następnie priorytetyzacji. Spośród nich:

- › 5 tematów uzyskało najwyższy priorytet,
- › 2 tematy uzyskały średni priorytet.

Tematy o najwyższym priorytecie

Na podstawie przeprowadzonej oceny wyodrębniono pięć kluczowych obszarów, które powinny stanowić priorytet działań ESG:

1. Przedsiębiorczość

Obszar strategiczny dla rozwoju biznesu, wymagający dalszego wzmocnienia świadomości oraz wsparcia w zakresie regulacji i wykorzystania potencjału wśród franczyzobiorców.

2. Odpowiednia żywność

Kluczowy temat z perspektywy działalności PSH Lewiatan jako dystrybutora żywności oraz budowania wartości marki. To zapewnianie produktów spożywczych wysokiej jakości, bezpiecznych, dostosowanych do potrzeb i możliwości ekonomicznych klientów sklepów.

3. Komunikacja z klientami

Rosnąca presja regulacyjna, ryzyka związane z greenwashingiem, aktywność organów nadzorczych oraz zwiększająca się świadomość i wymagania konsumentów powodują konieczność transparentnej i rzetelnej komunikacji na każdym poziomie organizacji.

4. Działania w zakresie energii (transformacja energetyczna)

Obszar o istotnym znaczeniu na dwóch poziomach: wpływu na środowisko naturalne oraz zmniejszania emisji CO₂. Ma też kluczowe znaczenie dla rentowności działalności sklepów oraz możliwości generowania oszczędności dla przedsiębiorców.

5. Obszar społeczny dotyczący pracowników

Spójność zagadnień zrównoważonego rozwoju z kierunkami rozwoju biznesu

W ramach warsztatów przeprowadzono również analizę zgodności z 12 obszarami strategicznego rozwoju odnoszącego się do całej sieci PSH Lewiatan.

Wyniki wskazują na wysoką spójność tematów ESG z kierunkami strategicznymi wybranymi dla całej organizacji:

- › 6 tematów ESG wykazało zgodność w 11 z 12 obszarów rozwoju,
- › temat przedsiębiorczości, kluczowy dla rozwoju całej sieci PSH Lewiatan, był zgodny ze wszystkimi 12 obszarami.

Otrzymane wyniki potwierdzają silne powiązanie działań w obszarze ESG z kluczowymi kierunkami rozwoju biznesu oraz ich znaczenie dla długoterminowej strategii organizacji.

Do kluczowych kwestii, wymagających priorytetowych działań, należą:

- › rozwój przedsiębiorczości – jako element strategiczny wzrostu biznesu,
- › komunikacja z klientami – w kontekście rosnących wymogów regulacyjnych i oczekiwań konsumentów,
- › odpowiedzialna oferta żywnościowa – jako fundament działalności i wizerunku marki,
- › transformacja energetyczna – jako istotny czynnik wpływający na rentowność działalności,
- › obszar społeczny związany z pracownikami - jako fundament działalności firmy.



8.4. Etyka i system zgłaszania nieprawidłowości

8.4.1. Kodeks etycznego postępowania PSH Lewiatan

W PSH Lewiatan zakończono proces opracowania Kodeksu etycznego postępowania, który stanowi kluczowy element wzmocnienia ładu korporacyjnego oraz odpowiedzialnego prowadzenia biznesu w całej Sieci. W 2026 roku trwa jego wdrażanie.

Kodeks został oparty na wspólnych wartościach etycznych oraz zasadach odpowiedzialnego biznesu wypracowanych w ramach organizacji. Dokument jest adresowany do szerokiego grona interesariuszy, w tym wszystkich jednostek organizacyjnych Sieci, franczyzobiorców, pracowników, dostawców oraz partnerów biznesowych. Kodeks realizuje założenia jednego z filarów Strategii zrównoważonego rozwoju PSH Lewiatan na lata 2023-25 – „Lewiatan zawsze zgodnie z zasadami” – wzmocniając standardy etyczne w całym łańcuchu wartości.

Proces opracowania Kodeksu miał charakter partycypacyjny i stanowił istotny element dialogu z interesariuszami. Do prac nad jego założeniami i zapisami zaangażowano przedstawicieli franczyzobiorców, pracowników Spółek Regionalnych, struktur Lewiatan Holding, a także dostawców i partnerów biznesowych.

W 2026 roku realizowany jest etap wdrożenia Kodeksu, który obejmuje działania komunikacyjne skierowane do wszystkich grup objętych dokumentem. Ich celem jest podnoszenie świadomości w zakresie etyki, odpowiedzialnego prowadzenia działalności gospodarczej oraz zagadnień związanych ze zrównoważonym rozwojem. Istotnym elementem wdrożenia jest również rozwój i upowszechnienie mechanizmów umożliwiających zgłaszanie potencjalnych naruszeń zasad etycznych.



Kodeks postępowania etycznego:

<https://www.lewiatan.pl/o-nas/kodeks-postepowania-etycznego>

8.4.2. System zgłaszania nieprawidłowości

Lewiatan Holding S.A., zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa, wprowadził procedurę zgłaszania naruszeń wewnętrznych i podejmowania działań następczych. Przyjęte rozwiązania zapewniają poufność zgłoszeń, ochronę osób zgłaszających oraz zgodność z wymogami regulacyjnymi w zakresie przeciwdziałania naruszeniom i zarządzania ryzykiem. Pracownicy są na bieżąco informowani o wdrożonych działaniach.

W 2025 roku, za pośrednictwem specjalnego formularza, wpłynęło 14 zgłoszeń. Wszystkie zostały zamknięte bez merytorycznego rozpatrzenia, ponieważ nie mieściły się w zakresie przedmiotowym ustawy z dnia 14 czerwca 2024 roku o ochronie sygnalistów, a tym samym nie podlegały rozpoznaniu w trybie przez nią przewidzianym.



9

Działania środowiskowe

1 List Prezesa PSH Lewiatan

2 O Lewiatan Holding S.A. i PSH Lewiatan

3 Najważniejsze wyzwania związane z zarządzaniem biznesem i ESG

4 Model biznesowy i strategia firmy

5 Łańcuch wartości Lewiatan Holding S.A.

6 Proces dystrybucji, sprzedaży i charakterystyka sklepów PSH Lewiatan

7 Produkty, usługi i marka własna

8 Zrównoważony rozwój w PSH Lewiatan

9 Działania środowiskowe

10 Lewiatan dla społeczeństwa

11 Ład korporacyjny i odpowiedzialność biznesowa

12 O Raporcie

9. Lewiatan dla środowiska

Działania w obszarze środowiskowym wynikają z założeń Strategii zrównoważonego rozwoju PSH Lewiatan „Lokalnie odpowiedzialny 2023-25”. Lewiatan Holding prowadzi zarówno własne inicjatywy w tym zakresie, jak i wspiera franczyzobiorców Sieci we wdrażaniu prośrodowiskowych rozwiązań poprzez specjalnie przygotowane programy. Firma nie ma polityk w tym obszarze i nie wyznaczyła celów redukcyjnych. W 2025 roku skoncentrowano się na kontynuacji działań związanych z pozyskiwaniem danych od franczyzobiorców.

9.1. Energia i emisje

9.1.1. Zużycie energii i emisje gazów cieplarnianych

Wszystkie obliczenia dotyczące emisji gazów cieplarnianych wykonano na podstawie GHG Protocol¹⁷.

Zakres 1.

Emisje bezpośrednie Lewiatan Holding S.A. (ze źródeł własnych)

Zużycie gazu wyniosło 89 MWh, co przełożyło się na emisję 17,99 tony CO₂e. W roku poprzednim zużyto 80,2 MWh, generując emisję 16,07 tony CO₂e. Zużycie wzrosło rok do roku o 11%, a emisyjność o 12%. Dodatkowy punkt procentowy różnicy wynika ze zmiany współczynnika emisyjności gazu publikowanego przez KOBiZE¹⁸.

Zużycie benzyny we flocie samochodowej wyniosło prawie 40 448,04 litrów, wobec 40 707 litrów rok wcześniej, co przełożyło się na ślad węglowy na poziomie 86,89 tony CO₂e (rok wcześniej: 87,45 tony CO₂e). Zarówno zużycie, jak i emisja zmniejszyły się o około 1%.

Zużycie oleju napędowego wyniosło 539,23 litra, odpowiadając emisji 1,44 tony CO₂e. Ponieważ w roku poprzednim flota nie obejmowała pojazdów z silnikiem diesla, porównanie rok do roku nie jest możliwe.

Łączna emisyjność floty wyniosła w 2025 roku 88,33 tony CO₂e, co oznacza wzrost o 0,88 tony, czyli o 1,01% w stosunku do roku 2024.

Zakres 2.

Emisje pośrednie Lewiatan Holding S.A. (od zakupionej energii)

Zużycie energii elektrycznej w 2025 roku wyniosło 43,83 MWh, wobec 41,23 MWh w roku poprzednim – oznacza to wzrost o 6,3%. Dla porównania dwa lata temu zużycie sięgało 51,5 MWh, co oznacza, że względem tamtej wartości odnotowano spadek o 15%. Ślad węglowy od zużycia energii elektrycznej, liczony metodą location based¹⁹, wyniósł w 2025 roku 24,22 tony CO₂e, wobec 24,61 tony CO₂e rok wcześniej. Pomimo wzrostu zużycia energii elektrycznej o 6,3% ślad węglowy pozostał niemal na tym samym poziomie – spadł zaledwie o 1,6%. Jest to efekt zmiany współczynnika emisyjności miks energetycznego w Polsce, publikowanego przez KOBiZE.

¹⁷ GHG Protocol – ang. *Greenhouse Gas Protocol*, zestaw standardów służących do mierzenia, obliczania i raportowania emisji gazów cieplarnianych.

¹⁸ KOBiZE – Krajowy Ośrodek Bilansowania i Zarządzania Emisjami przy Instytucie Ochrony Środowiska – Państwowego Instytutu Badawczego, publikuje współczynniki używane do obliczeń metodą location based (zob. następny przypis).

¹⁹ Metoda location based – obliczenia na podstawie współczynników dla danego obszaru, np. państwa.

Według metody market based²⁰ roczny ślad węglowy od zużycia energii elektrycznej wyniósł 8,82 tony, czyli 2,75 razy mniej niż w przypadku metody location based. Wynika to z niskoemisyjnej struktury paliw dostawcy energii – firmy Energa z Grupy Orlen – w której źródła odnawialne stanowią aż 47,8% miks energetyczny. Dla porównania u największego polskiego dostawcy energii, firmy PGE, udział odnawialnych źródeł wynosi jedynie 17,9%.

W roku poprzednim ślad węglowy liczony metodą market based wyniósł 8,7 tony CO₂e. Podobnie jak w przypadku metody location based, wzrost śladu węglowego nie jest skorelowany ze wzrostem zużycia energii – ślad węglowy zwiększył się jedynie o 1,1%, podczas gdy zużycie energii zwiększyło się o 6,3%. Związane jest to z tym, że wartość współczynnika emisyjności w firmie Energa zmniejszyła się o 4,3% rok do roku. Intensywność emisji gazów cieplarnianych²¹ z zakresu 1. i zakresu 2. liczona metodą location based wyniosła 0,000000136 t CO₂e/zł (odpowiednio według metody market based – 0,000000120 t CO₂e/zł).

Zakres 3. kategoria 14.

Emisje francyzobiorców (zakres 1. i 2. sklepów)

Dane dotyczące zużycia energii z PSH Lewiatan pochodzą z 351 sklepów. W momencie ustalania listy placówek do badania Sieć liczyła 3295 sklepów, co oznacza, że zebrane dane obejmują ponad 10% wszystkich lokalizacji. Dla porównania – w roku poprzednim dane pochodziły z 209 sklepów (6,5% Sieci), a dwa lata temu z 262 sklepów (8% całości).

Szacunkowe zużycie energii wszystkich sklepów wyniosło 162 GWh. Rok wcześniej było to 217 GWh, co oznacza spadek rok do roku o około 25%, natomiast dwa lata temu – 207 GWh, czyli o ponad 21% więcej niż w roku bieżącym.

Tak znaczący spadek może być częściowo wynikiem przyjętej metodologii (w tegorocznym badaniu większy udział miały sklepy o niższym zużyciu energii niż w latach poprzednich), niemniej jest on z pewnością powiązany również z ogólną tendencją rynkową. W ubiegłym roku zużycie energii w całej gospodarce spadło pomimo wzrostu gospodarczego. Na taki wynik złożyło się kilka czynników: poprawa efektywności energetycznej urzędów, rosnący udział energii pochodzącej z fotowoltaiki, a także warunki atmosferyczne – brak fal upałów przełożył się na mniejsze wykorzystanie instalacji chłodniczych, które w sklepach zużywają najwięcej energii elektrycznej.

Instalacje fotowoltaiczne zamontowane na sklepach wytworzyły w ubiegłym roku szacunkowo 16,66 GWh energii. Oznacza to, że ponad 9% energii użytej w placówkach pochodziło z własnych źródeł odnawialnych (OZE). Dla porównania – taka ilość energii wystarczyłaby do zasilania przez rok całego miasta (liczącego ok. 20 tys. mieszkańców).

Ślad węglowy związany ze zużyciem prądu w sklepach francyzowych wyniósł w 2025 roku około 89 427,83 tony CO₂e, wobec 129 535,76 ton CO₂e w roku 2024. Redukcja na poziomie 31% wynika nie tylko z omówionego wcześniej zmniejszenia zużycia energii, lecz także ze zmiany współczynników emisyjności publikowanych przez KOBIZE.

²⁰ Metoda market based – obliczenia na podstawie współczynników od dostawcy energii.

²¹ Intensywność emisji gazów cieplarnianych – masa wyemitowanych gazów cieplarnianych (w tonach CO₂e) podzielona na przychód ze sprzedaży.

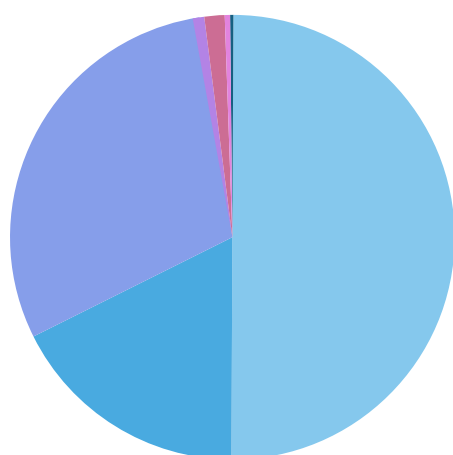
Zużycie energii (MWh)

Lewiatan Holding	2024	2025
Całkowita konsumpcja energii	471,96	486,52
Energia elektryczna	41,23	43,83
Energia elektryczna wygenerowana samodzielnie	-	-
Energia ze spalania paliw	430,73	442,69
Energia z gazu	80,20	89,00
Energia z benzyny	350,53	348,30
Energia z oleju napędowego	0	5,39

Emisje (w tonach CO₂e)

Lewiatan Holding	2024	2025
Całkowity ślad węglowy z zakresów 1., 2. i 3. (location based)	178 608,56	178 868,47
Całkowity ślad węglowy z zakresów 1. i 2.	132,59	130,55
Zakres 1.	107,98	106,33
Zakres 2. (location based)	24,61	24,22
Zakres 2. (market based)	8,68	8,82
Zakres 3. kategoria 14. – prąd	129 535,76	89 427,83
Zakres 3. kategoria 14. – flota	21 996,24	31 411,39
Zakres 3. kategoria 14. – ciepło sieciowe	12 186,43	53 663,06
Zakres 3. kategoria 14. – emisje biogeniczne	4 088,94	1 293,15
Zakres 3. kategoria 14. – emisja z własnych kotłowni	10 668,60	2 942,49

Struktura śladu węglowego w Lewiatan Holding w 2025 roku



Zakres 1.	106,33 (0,06%)
Zakres 2. location based	24,22 (0,01%)
Zakres 3. kategoria 14. – prąd	89 427,83 (50,00%)
Zakres 3. kategoria 14. – flota	31 411,39 (17,56%)
Zakres 3. kategoria 14. – ciepło sieciowe	53 663,06 (30,00%)
Zakres 3. kategoria 14. – emisje biogeniczne	1 293,15 (0,72%)
Zakres 3. kategoria 14. – emisja z własnych kotłowni	2 942,49 (1,65%)

Całkowita intensywność emisji gazów cieplarnianych z zakresu 1. i 2. oraz zakresu 3. liczona metodą location based wyniosła 0,000186195 t CO₂e/zł (odpowiednio według metody marked based – 0,000186179 t CO₂e/zł).

9.1.2. Inicjatywy efektywności energetycznej

IV edycja Rankingu Eko Lider Lewiatana

Projekt Energooszczędny Sklep – Zrównoważony Biznes to platforma stworzona w 2022 roku dla przedsiębiorców Sieci. Jej podstawowym założeniem było skumulowanie najważniejszych rozwiązań technologicznych, energooszczędnych, które można stosować w sklepie, aby był on nowoczesny, przyjazny i przede wszystkim generował mniejsze koszty. Platforma ta realizuje cele zrównoważonego rozwoju zarówno w wymiarze środowiskowym, jak i społecznym. Efektywne zarządzanie energią w sklepie to też lepsze gospodarowanie zasobami naturalnymi, co przekłada się na oszczędności ekonomiczne i wpływa pozytywnie na rentowność prowadzonego przez przedsiębiorców biznesu. Projekt będzie rozwijany w przyszłości, a w Strategii zrównoważonego rozwoju PSH Lewiatan 2023-25 został uznany za jeden z kluczowych w ramach I filaru.

Wymiar środowiskowy	Wymiar społeczny	Wymiar ekonomiczny
Projekt pozwala zarządzać i minimalizować negatywny środowiskowo wpływ sklepu. Pomaga przedsiębiorcom we wdrażaniu rozwiązań ekologicznych i energooszczędnych. Przykłady rozwiązań: fotowoltaika, odzysk ciepła z urządzeń chłodniczych, ekologiczne agregaty inwerterowe.	Promocja i komunikacja zastosowanych urządzeń w sklepie pozwala klientom – mieszkańcom z najbliższej okolicy – budować wiedzę o tym, jak sklep może oszczędzać energię czy minimalizować swój negatywny wpływ na środowisko.	Stosowanie rozwiązań energooszczędnych, promowanych przez projekt, przyczynia się do zwiększenia efektywności kosztowej przedsiębiorstwa, tak ważnej w bieżącej sytuacji gospodarczej.

Wśród rozwiązań energooszczędnych, które decydowały o znalezieniu się sklepu w top 10 rankingu za 2025 rok były przede wszystkim:

- › instalacja fotowoltaiki,
- › odzysk ciepła z urządzeń chłodniczych,
- › agregaty inwerterowe,
- › monitoring urządzeń chłodniczych,
- › oświetlenie led i czujniki oświetlenia,
- › drukarki etykiet,
- › kompensacja mocy biernej.

W 2025 roku przeprowadziliśmy czwartą edycję rankingu Eko Lider. W fazie finałowej znalazło się 89 sklepów, a nagrodzono 10 placówek.



1,95 GWh

zielonej energii dostarczyło 54 instalacji fotowoltaicznych w sklepach Lewiatan

642,37 MWh

zaoszczędziło w ciągu roku na produkcji energii elektrycznej 10 finalistów rankingu Eko Lider Lewiatana

o 1583 tony CO₂

mniej wygenerowało 54 instalacji fotowoltaicznych w sklepach Lewiatan

770 840 zł

oszczędności w wydatkach na energię elektryczną w ciągu roku odnotowali liderzy rankingu

o 53%

spadło zużycie energii elektrycznej u liderów rankingu

2,3 mln zł

zaoszczędzono w sklepach PSH Lewiatan dzięki instalacjom fotowoltaicznym

521 ton CO₂

zaoszczędziło w ciągu roku na produkcji energii elektrycznej 10 finalistów rankingu Eko Lider Lewiatan

9.2. Gospodarka odpadami

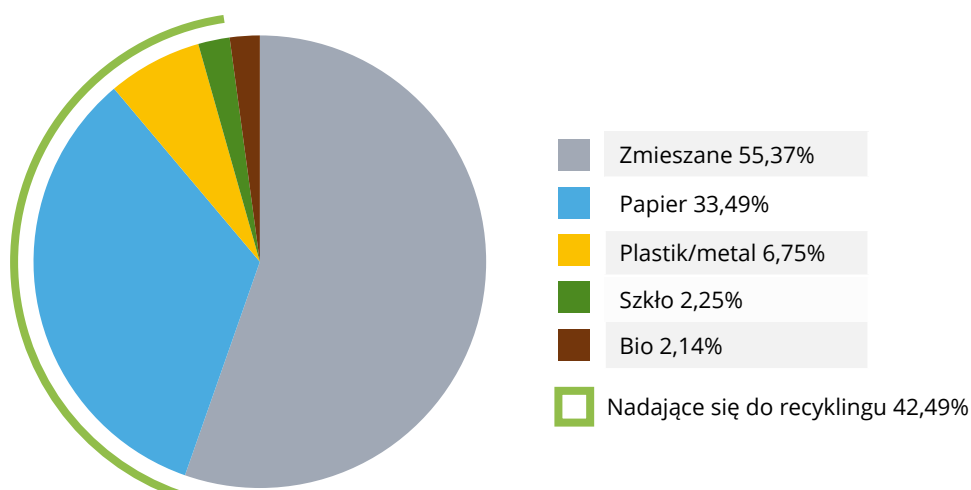
9.2.1. Odpady operacyjne i poziomy recyklingu

W ciągu całego roku w Lewiatan Holding S.A. wytworzono 17,32 tony odpadów, z czego 42,49% stanowiły frakcje nadające się do recyklingu. Rok wcześniej łączna masa odpadów wyniosła 18,21 tony, przy czym pełna segregacja na pięć frakcji została wprowadzona dopiero od października 2024 roku. W porównaniu z rokiem poprzednim ilość wytworzonych odpadów zmniejszyła się o 885,36 kg, czyli o 5%.

Odpady w Lewiatan Holding (Mg)

	2024	2025	Zmiana
Zmieszane	15,62	9,59	
Nadające się do recyklingu	2,49	7,36	
Papier	2,32	5,80	Podział na 5 frakcji od października 2024, wcześniej podział na 2 frakcje.
Plastik/metal	0,07	1,17	
Szkło	0,10	0,39	
Bio	0,10	0,37	
Łącznie	18,21	17,32	-4,88%

Struktura odpadów w Lewiatan Holding w 2025 roku



9.2.2. System kaucyjny

Od 1 października 2025 roku obowiązuje w Polsce system kaucyjny. W wielu krajach Unii Europejskiej system ten działa z powodzeniem już od dłuższego czasu. W Polsce w połowie 2023 roku sejm uchwalił wprowadzenie go w nowelizacji Ustawy o gospodarce opakowaniami i odpadami opakowaniowym. Projekt, przyjęty przez Radę Ministrów, dostosowuje polskie prawo do zapisów dyrektywy w sprawie zmniejszenia wpływu niektórych produktów z tworzyw sztucznych na środowisko.

W Polsce systemem kaucyjnym objęto jednorazowe butelki z tworzyw sztucznych do 3 litrów, np. butelki na wodę, sok, nektar czy mleko. Kaucja obejmuje także opakowania szklane na napoje wielokrotnego użytku o pojemności do 1,5 litra oraz puszki metalowe o pojemności do 1 litra. Ustawa nakłada na producentów konieczność zbiórki wprowadzonych do obrotu opakowań, a na sklepy obowiązek ich zbierania. Puste opakowania można oddać do sklepu, aby odzyskać wcześniej wpłaconą kaucję.

Docelowo PSH Lewiatan przewiduje, że urządzenia do zbiórki opakowań staną w 1300 placówkach. Duże sklepy, o powierzchni powyżej 200 m², będą musiały odbierać puste opakowania. W PSH Lewiatan tym obowiązkiem objęte zostały 1072 placówki. Na dzień publikacji raportu przedsiębiorcy zadeklarowali zamówienie 1300 urządzeń, do produkcji skierowano 837 sztuk, z czego 765 zostało już dostarczonych i zainstalowanych w sklepach.

Pozostałe placówki handlowe, te o mniejszej powierzchni, mogą przystąpić do systemu i odbierać opakowania objęte kaucją na zasadzie dobrowolności. Istnieje uzasadniona obawa, że przy rosnącej świadomości ekologicznej konsumentów będą oni wybierać punkty, które umożliwiają zwrot opakowań, co może obniżyć konkurencyjność mniejszych sklepów.

Działania PSH Lewiatan wspierające przedsiębiorców w przygotowaniu do nowych regulacji

Od samego początku PSH Lewiatan była za stworzeniem systemu selektywnej zbiórki opakowań, dopasowanego do realiów polskiego rynku, z uwzględnieniem możliwości mniejszych sklepów. Przedstawiciele Sieci uczestniczyli w konsultacjach na etapie procedowania dokumentów przez Ministerstwo Klimatu. Opiniowali projekt ustawy wspólnie z innymi członkami Polskiej Izby Handlu, zapraszając przedsiębiorców prowadzących sklepy pod szyldem PSH Lewiatan do zgłaszania poprawek i swych obaw. Aktywnie uczestniczyli w działaniach na rzecz lepszego prawa dla przedsiębiorców.



9.3. Przeciwdziałanie marnowaniu żywności

9.3.1. Skala zjawiska

Marnowanie żywności w kontekście działalności handlowej stanowi poważny problem – nie tylko ekologiczny, lecz także społeczny i etyczny. Zarówno dane krajowe, jak i światowe pokazują, że straty żywności występują na różnych etapach łańcucha logistycznego (w transporcie, w sklepach). Choć zjawisko to jest nieporównywalnie mniejsze niż straty jedzenia w gospodarstwach domowych, PSH Lewiatan prowadzi działania mające na celu zwiększanie świadomości klientów, a także wdraża konkretne rozwiązania w swoich sklepach i procesach logistycznych, aby skutecznie ograniczyć skalę marnowania żywności. Sieć spełnia również wszelkie wymogi, o których mówi Ustawa o przeciwdziałaniu marnowaniu żywności. W PSH Lewiatan obowiązkiem ustawowym objętych jest **813 placówek** (24,74% wszystkich sklepów). Mając na względzie społeczne znaczenie problemu marnowania żywności, pozycję na rynku, możliwość wpływania na zmianę nawyków oraz promowanie dobrych praktyk, sieć Lewiatan dba o to, żeby działania edukacyjne i komunikacyjne dotyczące przeciwdziałania marnowaniu żywności docierały do wszystkich sklepów. Temat marnowania żywności jest również wpisany w działania wynikające ze Strategii zrównoważonego rozwoju PSH Lewiatan „Lokalnie odpowiedzialny 2023-25”.

Lokalnie kupuję, nie marnuję!

To autorska kampania społeczno-edukacyjna, w której wzięły udział wszystkie sklepy PSH Lewiatan. Trwała ona od 31 lipca do 16 sierpnia 2025 roku i skierowana była do klientów Sieci. Jej celem było zwrócenie uwagi konsumentów na problem marnowania żywności i pokazanie, w jaki sposób można planować i przechowywać zakupy, by jedzenie nie trafiło do kosza. Inicjatywa wspiera sklepy w realizacji zapisów Ustawy o przeciwdziałaniu marnowaniu żywności. Partnerami kampanii były ogólnopolskie organizacje pozarządowe: Caritas Polska, Caritas Diecezjalne i Federacja Banków Żywności.

Lokalność to sposób PSH Lewiatan na marnotrawstwo żywności, a sama kampania Lokalnie kupuję, nie marnuję! jest częścią działań uzupełniających strategię „Lokalnie odpowiedzialny”. Tym samym nie tylko wywiązuje się z obowiązku ustawowego oraz – co nie mniej ważne – odpowiada na zmiany zachowań konsumentów.



9.3.2. Współpraca społeczna

W 2025 roku PSH Lewiatan kontynuowała współpracę z Too Good To Go.



	2024	2025
Liczba uratowanych paczek	9 892	8 727
Liczba sklepów Lewiatan ratujących paczki	49	76
Poziom skuteczności	68,68%	59%
Poziom wyświetleń kont w aplikacji	284 902	203 125
Oceny od użytkowników	4,59	4,5
Zwroty paczek	0,13%	0,27%
Liczba dodań do ulubionych	5 032	4 532

9.4. Opakowania i produkty

Kwestia opakowań w sprzedaży detalicznej to palący problem od lat. Dlatego też w świetle zmieniających się przepisów prawa, oczekiwań konsumentów i trendów od 2020 roku w sklepach PSH Lewiatan rozwijana jest inicjatywa **Eko pakowanie w Lewiatanie**, w skład której wchodzi poniższe towary. Działania były prowadzone również w 2025 roku, udało się zwiększyć w Sieci liczbę opakowań przyjaznych dla środowiska.

	Jednostka	2024	2025
Torba zakupowa papierowa	szt.	4 442 750	3 708 500
Torba tkana	szt.	367 896	367 400
Reklamówka „z uchem” z recyklingu	szt.	2 830 250	2 899 000
Torba termiczna	szt.	70 750	56 200
Papier Ecoduplex	kg	291 030	321 426
Długopis	szt.	11 042	8 700
Ekrany TV	szt.	2 412	2 330

9.5. Woda

Pobór wody (m³)

	2024	2025
Pobór wody w Lewiatan Holding	303 m ³	428 m ³
Pobór wody w sklepach Sieci	622 015,97 m ³	539 289,23 m ³



Lewiatan dla społeczeństwa

1 List Prezesa PSH Lewiatan

2 O Lewiatan Holding S.A. i PSH Lewiatan

3 Najważniejsze wyzwania związane z zarządzaniem biznesem i ESG

4 Model biznesowy i strategia firmy

5 Łańcuch wartości Lewiatan Holding S.A.

6 Proces dystrybucji, sprzedaży i charakterystyka sklepów PSH Lewiatan

7 Produkty, usługi i marka własna

8 Zrównoważony rozwój w PSH Lewiatan

9 Działania środowiskowe

10 Lewiatan dla społeczeństwa

11 Ład korporacyjny i odpowiedzialność biznesowa

12 O Raporcie

10. Lewiatan dla społeczeństwa

10.1. Pracownicy

10.1.1. Zatrudnienie

Lewiatan Holding S.A. zatrudnia 84 osoby, z czego 3 w kadrze zarządzającej najwyższego stopnia.

Wszyscy pracownicy, czyli 84 osoby, zatrudnieni są na stałe: 84 osoby na podstawie umowy o pracę. Dodatkowo 1 osoba współpracuje z firmą na umowie cywilnoprawnej. W niepełnym wymiarze czasu pracy zatrudnione są 2 osoby. Dominującym modelem zatrudnienia jest pełnoetatowa umowa o pracę.

Wszyscy pracownicy otrzymują wynagrodzenie co najmniej na poziomie płacy minimalnej.

Lewiatan Holding co do zasady nie publikuje danych o poziomie wynagrodzeń.

W 2025 roku 5 pracowników odeszło z firmy (żaden z nich nie został zwolniony), zatrudniono 4 nowe osoby. Rotacja pracowników w Holdingu wynosi 5,95%, co odpowiada typowemu poziomowi dla pracowników biurowych w sektorze prywatnym.

Firma posiada pakiet polityk i procedur dotyczących zatrudnienia pracowników, regulaminu wynagrodzenia i regulaminu pracy.

10.1.2. Bezpieczeństwo pracy

W 2025 roku w Lewiatan Holding S.A. nie odnotowano żadnych wypadków przy pracy, a tym samym żadnych wypadków śmiertelnych. Firma posiada politykę bezpieczeństwa i higieny pracy. W 2025 roku Na każdego pracownika, zatrudnionego na pełen etat, przypadało średnio 1711 godzin pracy, a wszyscy pracownicy razem przepracowali w tym okresie 144 824 godzin.



10.1.3. Różnorodność

W Lewiatan Holding 65,48% zatrudnionych (55 osób) stanowią kobiety i odpowiednio 34,52% (29 osób) mężczyźni. Kadra zarządzająca najwyższego szczebla to 3 mężczyzn (nie ma w niej kobiet, współczynnik płci wynosi 0). Firma nie posiada polityki w tym obszarze.

10.2. Edukacja i szkolenia

Edukacja, zwłaszcza przy dynamicznie zmieniających się okolicznościach rynku, jest w PSH Lewiatan szczególnie istotna. Przedsiębiorcy zrzeszeni w Sieci i pracownicy sklepów mogą skorzystać z szerokiej oferty szkoleniowej, która obejmuje zarówno kursy branżowe, jak i te podnoszące kompetencje miękkie.



CEL to Centrum Edukacyjne Lewiatan. Powstało ono ponad dekadę temu jako platforma szkoleniowa dla przedsiębiorców i pracowników sklepów, Spółek Regionalnych oraz Lewiatan Holding. Platforma jest również miejscem wymiany wiedzy. W 2021 roku przeszła technologiczną rewolucję oraz zyskała wiele nowych funkcji. Obecnie jest narzędziem dostępnym dla wszystkich pracowników sieci Lewiatan. Można się na nią zalogować również przez smartfon, co umożliwia (w szczególności pracownikom sklepów) dostęp do szkoleń i wiedzy z dowolnego miejsca i na równych zasadach. Na platformie poza szkoleniami znajdują się także webinary, e-learningi i filmy instruktażowe. CEL to również baza wiedzy, gdzie użytkownicy dzielą się wiedzą i mogą pobrać materiały szkoleniowe, np. podręczniki czy instrukcje.

W 2025 roku w szkoleniach oferowanych przez platformę CEL wzięło udział **8305 osób**, które skorzystały ze **110 modułów edukacyjnych**. Łączna liczba ukończonych szkoleń wyniosła **99 267**, a sama platforma wzbogaciła się o **23 nowe kursy**, w tym **25 nowych zagadnień**. W 2025 roku wprowadzona została również nowa forma podania treści szkoleniowych: przygotowano m.in. **9 podcastów** z serii „masz PRAWO wiedzieć”, które **zostały odsłuchane 3489 razy**.

Od 2022 roku do 2025 roku 104 pracowników Lewiatan Holding (uwzględniając rotację) wzięło udział w szkoleniach (z czego 72 osoby to kobiety, a 32 – mężczyźni). Łącznie ukończyli oni 682 szkolenia (kobiety – 520 szkoleń, a mężczyźni – 162 szkolenia).

Średnia liczba godzin szkoleniowych w 2025 roku w Lewiatan Holding*

	2024	2025	Zmiana
Kobiety	495,5	504,0	1,72%
Mężczyźni	540,5	395,5	-26,83%

* Liczone jako liczba kobiet/mężczyzn w Lewiatan Holding x ilość godzin szkoleniowych na 1 osobę.

Wprowadzenie systemu kaucyjnego w 2025 roku wsparte zostało serią webinarów dla przedsiębiorców, doradców klienta oraz krótkich szkoleń online dla pracowników sklepów (na dzień publikacji niniejszego raportu ukończyło je 730 osób, a 367 jest w trakcie realizacji).

Niezależnie od tego w sklepach prowadzone były warsztaty dla pracowników z merchandisingu lady obsługowej oraz stoiska owoce-warzywa. Prowadził je trener ds. produktów świeżych. W 2025 roku odbyło się **56 warsztatów**, na których przeszkolono **279 pracowników sklepów** (w 2024 roku były to 44 warsztaty i przeszkolono 201 osób). Szkolenie online z tych zagadnień ukończyło 2068 osób.

W odpowiedzi na potrzeby przedsiębiorców, żeby zagwarantować standardy bezpieczeństwa żywności i higieny w sklepach Lewiatan oraz zwiększyć zaufanie do całej organizacji, sklepów oraz produktów, wprowadzony został program „Bezpieczeństwo żywności i higiena w sklepie”. Obejmuje on szkolenia oraz weryfikacje systemu HACCP, a dzięki zestawowi wymagań i zasad gwarantuje konsumentom bezpieczeństwo zdrowotne sprzedawanej żywności w sklepie spożywczym. Do końca 2025 roku na audytora wewnętrznego HACCP w sklepie spożywczym (w opcji online) przeszkolono łącznie 39 doradców klienta oraz 1194 kierowników sklepów (z czego 552 z nich w 2024 roku i 642 w 2025 roku). Wskaźnik oceny NPS wyniósł 9,77 (w skali 1-10). Podstawowe szkolenie online z systemu HACCP (wymagane prawem) przeszło 2921 pracowników sklepów z pobraniem imiennego zaświadczenia. Prowadzone są także warsztaty praktyczne w sklepie z trenerem (na miejscu



w placówce) – w 2025 roku odbyły się 24 takie zajęcia, w czasie których przeszkolono 75 pracowników sklepów (w 2024 roku: 25 warsztatów, w który wzięły udział 134 osoby).

Usługi szkoleniowe dla pracowników Lewiatan Holding S.A. w 2025 roku planowano, biorąc pod uwagę potrzeby zgłaszane przez pracowników, kierowników działów oraz organizację jako całość. Jednym z kluczowych elementów uwzględnianych przy planowaniu rozwoju pracowników są wnioski z rozmów przełożony-podwładny, przeprowadzanych po corocznym badaniu 360 stopni.

W 2025 roku wdrożono program rozwojowy dla kadry kierowniczej – Akademię Przywództwa 2025–2026. Wzięło w nim udział 15 uczestników. Równolegle zrealizowano program rozwojowy dla 16 pracowników obszarów controllingu, analiz i IT, poświęcony zagadnieniom analizy danych i raportowania, oraz szkolenie z zakresu skutecznych negocjacji dla 12 pracowników działu handlu.

Przedsiębiorcy i pracownicy sklepów aktywnie korzystają również z bazy edukacyjnej, jaką oferuje Akademia Umiejętności Eurocash. W 2025 roku na platformie edukacyjnej zalogowane były łącznie 1642 osoby z sieci Lewiatan – 1089 z nich uczestniczyło w webinarach, a 895 w warsztatach, 5 osób ukończyło również studia w Szkole Głównej Handlowej o profilu Zarządzanie przedsiębiorstwem w handlu detalicznym. Nasi przedsiębiorcy i pracownicy Sieci wzięli również udział w Kongresie Przedsiębiorców Polskiego Handlu AUE, który odbył się w Łodzi (202 osoby).

Z zebranych przez Sieć danych wynika, że w zasadzie wszyscy pracownicy ankietowanych sklepów (351) korzystają z platformy Lewiatan Biznes (97% w IV kwartale 2025 i 95% w całym roku 2025), żeby się dokształcić i poszerzyć swoją wiedzę o biznesie.

10.3. Klienci

Klienci sieci PSH Lewiatan to głównie mieszkańcy małych i średnich miejscowości oraz osiedli miejskich, którzy cenią bliskość sklepów, wygodne codzienne zakupy i lokalny charakter oferty. Sieć kieruje ją przede wszystkim do rodzin, seniorów oraz osób robiących szybkie zakupy spożywcze w pobliżu miejsca zamieszkania. Klienci oczekują atrakcyjnych cen, częstych promocji oraz szerokiego wyboru produktów świeżych i regionalnych. Istotnym elementem budowania ich lojalności jest także indywidualne podejście właścicieli sklepów oraz znajomość lokalnych potrzeb konsumentów. Codziennie sklepy sieci Lewiatan odwiedza około 1 700 000 klientów.

10.4. Prawa człowieka

Przestrzeganie praw człowieka w Lewiatan Holding oraz całej Sieci reguluje przyjęty Kodeks etycznego postępowania PSH Lewiatan. W 2025 roku nie odnotowano żadnych naruszeń w tym zakresie. Spółka nie posiada również wiedzy na temat jakichkolwiek potwierdzonych przypadków naruszeń dotyczących pracowników w łańcuchu wartości, społeczności dotkniętych działalnością firmy, konsumentów lub użytkowników końcowych.

Kluczowym projektem realizowanym we współpracy z Fundacją Rozwoju Kardiologii z Zabrze jest akcja „Od serca dla serca”, w ramach której Fundacja Lewiatan jako OPP zachęca do przekazywania swojego 1,5% podatku na rzecz wsparcia misji zapoczątkowanej 35 lat temu przez profesora Zbigniewa Religę.

Projekt „Od serca do serca” stanowi przykład długofalowego i rozszerzanego partnerstwa łączącego potencjał biznesu, nauki i zaangażowania społecznego na rzecz ochrony zdrowia. Dzięki współpracy między marką Lewiatan a Fundacją z Zabrze oraz mobilizacji klientów, franczyzobiorców i społeczności lokalnych, na rozwój innowacyjnych technologii medycznych i pomoc kardiologii dziecięcej w ubiegłym roku przekazano 150 847,60 zł, wspierając m.in. rozwój projektu dziecięcego sztucznego serca ReligaHeart®PED oraz uruchomienie ultranowoczesnego Laboratorium Biozgodności. Inicjatywa wzmacnia społeczną odpowiedzialność biznesu poprzez realny wpływ na poprawę jakości życia pacjentów, rozwój polskiej myśli technologicznej oraz budowanie trwałej wartości społecznej w skali ogólnopolskiej.

Fundacja PSH Lewiatan. Blisko Twoich potrzeb odpowiada na konkretne potrzeby lokalnych społeczności – jej działania wpisują się w Strategię zrównoważonego rozwoju całej Sieci. Swoje inicjatywy organizuje we współpracy z franczyzobiorcami – lokalnymi przedsiębiorcami, a sklepy Lewiatan pełnią funkcję centrów aktywności społecznej i zaangażowania klientów. Tym samym wzmacnia zaufanie do lokalnych przedsiębiorców oraz pomaga budować trwałe relacje między biznesem a daną społecznością.

Beneficjent	Cel	Rodzaj darowizny	Wartość/iłość przekazanej darowizny (zł/kg/szt.)
33. Finał WOŚP	Wsparcie onkologii i hematologii dziecięcej	Środki finansowe	166 939,71 zł
Fundacja Rozwoju Kardiologii im. prof. Zbigniewa Religi	Środki na kontynuację realizacji projektu budowy sztucznego serca oraz Laboratorium Biozgodności (28 847,6 zł z akcji „Od serca dla serca” oraz 122 000 zł z darowizny od fundatora)	Środki finansowe	150 847,60 zł
Beneficjent indywidualny	Wsparcie leczenia	Środki finansowe	19 950,00 zł
Beneficjent indywidualny	Odbudowa spalonego sklepu	Środki finansowe	14 260,00 zł
Beneficjent indywidualny	Odbudowa spalonego sklepu	Środki finansowe	62 810 zł
Gmina Stronie Śląskie	Wsparcie w procesie usuwania skutków powodzi	Środki finansowe z konta powodzi	6 575,28 zł
Gmina Głuchołazy – Publiczna Szkoła Podstawowa nr 1 im. K.K. Baczyńskiego w Głuchołazach	Wsparcie w procesie usuwania skutków powodzi	Środki finansowe z konta powodzi	6 575,28 zł

1. Hospicjum dla dzieci w Olsztynie	Misja: Życie Wsparcie 16 organizacji onkologicznych	Środki finansowe	2 000,00 zł
2. Stowarzyszenie „Amazonki” przy Podkarpackim Ośrodku Onkologicznym w Brzozowie			2 000,00 zł
3. Fundacja OnkoCafe – Razem Lepiej			1 000,00 zł
4. Regionalna Fundacja do Walki z Rakiem			2 000,00 zł
5. Towarzystwo Przyjaciół Chorych „Hospicjum im. św. Łazarza”			2 000,00 zł
6. Zagłębiowskie Centrum Onkologii Szpital Specjalistyczny im. Sz. Starkiewicza – Oddział Onkologii Klinicznej			2 000,00 zł
7. Akademia Walki z Rakiem Fundacji Światło			2 000,00 zł
8. Samodzielny Publiczny Zespół Opieki Paliatywnej im. Jana Pawła II w Suwałkach			3 000,00 zł
9. Fundacja Pomocy Dzieciom z Chorobami Nowotworowymi			2 000,00 zł
10. Stowarzyszenie Wspierania Bielskiej Onkologii			2 000,00 zł
11. Stowarzyszenie Eurydyki			2 000,00 zł
12. Alivia Onkofundacja			2 000,00 zł
13. Puckie Hospicjum pw. św. Ojca Pio			2 000,00 zł
14. Stowarzyszenie Przyjaciół Chorych „Hospicjum im. Jana Pawła II”			2 000,00 zł
15. Fundacja Ratowników Medycznych oraz Fundacja Dobre Inicjatywy			1 000,00 zł
16. Fundacja Mam Marzenie			2 000,00 zł
Ludowy Klub Sportowy ODRA	Wsparcie aktywności fizycznej młodzieży	Środki finansowe	5 000,00 zł
Fundacja CZAS NA ZAMIANĘ	Wsparcie finansowe na organizację warsztatów psychologicznych dla dzieci i młodzieży	Środki finansowe	5 000,00 zł
Fundacja To Proste	Wsparcie działalności statutowej	Środki finansowe	5 000,00 zł
Włocławski Klub Siatkarski	Wsparcie działalności statutowej	Środki finansowe	4 000,00 zł
Beneficjent indywidualny	Wsparcie leczenia	Środki finansowe	3 860,00 zł
Fundacja Funkomitywa	Paczki dla hospitalizowanych dzieci	Środki finansowe	3 500,00 zł

Fundacja Rozwoju Kardiochirurgii im. Profesora Zbigniewa Religi	Wsparcie finansowe organizacji koncertu charytatywnego „Serce za serce”	Środki finansowe	3 000,00 zł
Fundacja Halo! Tu kobiety	Wsparcie finansowe lokalnego wydarzenia adresowanego do kobiet z mniejszych miejscowości	Środki finansowe	2 500,00 zł
Beneficjent indywidualny	Wsparcie leczenia	Środki finansowe	2 310,00 zł
I Liceum Ogólnokształcące im. Ziemi Kujawskiej we Włocławku	Wsparcie projektu realizowanego przez licealistów, którzy stworzyli miniprzedsieworstwo ETERNA walczące o tytuł Najlepszego Młodzieżowego Miniprzedsieworstwa	Środki finansowe	1 500,00 zł
Ośrodek Sportu i Rekreacji w Golubiu Dobrzyniu	Promocja zdrowego stylu życia – bieg	Środki rzeczowe	1 001,63 zł
Fundacja Onkologiczna Rakiety	Wsparcie finansowe przeznaczone na zakup środków leczniczych do czyszczenia jamy ustnej dla dzieci chorych onkologicznie	Środki finansowe	1 000,00 zł
Fundacja Funkomitywa	Wsparcie finansowe na organizację paczek dla dzieci leczonych w Szpitalu Zespolonym w Kielcach	Środki finansowe	1 000,00 zł
Klub Sportowy RelaxBad	Promocja zdrowego stylu życia – lokalny turniej badmintona	Środki finansowe	1 000,00 zł
Stowarzyszenie Akademia Walki z Rakiem	Wsparcie finansowe dla osób mierzącym się z chorobami onkologicznymi	Środki finansowe i rzeczowe: książeczki	1 000,00 zł
Miasto Włocławek – II Liceum im. M. Kopernika	Wsparcie finansowe na zakup nagród dla uczestników I Mistrzostw Włocławka w Rummikub	Środki finansowe	1 000,00 zł
Kosmiczna Droga do Gwiazd, Fundacja im. Damiana Laskowskiego	Wsparcie finansowe na zakup paczek dla podopiecznych Fundacji	Środki finansowe	1 000,00 zł
Płocki Klub Karate Kyokushinkai	Promocja zdrowego stylu życia – Mistrzostwa karate dzieci i młodzieży	Środki rzeczowe: bidony, książeczki	875,96 zł
Szkoła Podstawowa nr 3 w Sępólnie Krajeńskim	Wsparcie rzeczowe projektu promującego zdrowe nawyki u dzieci	Środki rzeczowe: bidony, woda	514,39 zł
Stowarzyszenie Na Tropie	Wsparcie finansowe lokalnego Sztabu WOŚP (środki na zakup posiłków regeneracyjnych dla wolontariuszy)	Środki finansowe	500,00 zł
Stowarzyszenie Moc Mam	Wsparcie finansowe wydarzenia adresowanego dla mam i ich dzieci z terenu Torunia	Środki rzeczowe: musy owocowe, batony	277,44 zł
Fundacja Tworzywa	Promocja zdrowego stylu życia – bieg	Środki rzeczowe: woda w butelkach	174,66 zł
RAZEM:			503 971,95 zł



Ład korporacyjny i odpowiedzialność biznesowa

1 List Prezesa PSH Lewiatan

2 O Lewiatan Holding S.A. i PSH Lewiatan

3 Najważniejsze wyzwania związane z zarządzaniem biznesem i ESG

4 Model biznesowy i strategia firmy

5 Łańcuch wartości Lewiatan Holding S.A.

6 Proces dystrybucji, sprzedaży i charakterystyka sklepów PSH Lewiatan

7 Produkty, usługi i marka własna

8 Zrównoważony rozwój w PSH Lewiatan

9 Działania środowiskowe

10 Lewiatan dla społeczeństwa

11 Ład korporacyjny i odpowiedzialność biznesowa

12 O Raporcie

11. Ład korporacyjny i odpowiedzialność biznesowa

11.1. Etyka biznesu i przeciwdziałanie korupcji

Lewiatan Holding prowadzi działalność, bazując na zasadach odpowiedzialnego biznesu, transparentności oraz poszanowaniu obowiązujących przepisów prawa i standardów rynkowych. Spółka dąży do budowania kultury organizacyjnej opartej na uczciwości, odpowiedzialności i wzajemnym zaufaniu, zarówno w relacjach wewnętrznych, jak i we współpracy z partnerami biznesowymi, dostawcami oraz franczyzobiorcami. Firma wypracowała wspólne dla wszystkich podmiotów – tworzących PSH Lewiatan – wartości (Bliskość, Partnerstwo, Przedsiębiorczość, Odpowiedzialność) oraz zasady 3W (Współtworzymy, Współdecydujemy, Współodpowiadamy) i stosuje się do nich w codziennej działalności. Kadre zarządzającą najwyższego szczebla w organie zarządzającym firmy stanowi 3 mężczyzn (nie ma w niej kobiet, współczynnik zróżnicowania organu zarządzającego pod względem płci wynosi 0). Firma nie posiada polityki w tym obszarze.

W 2025 roku został przyjęty [Kodeks etycznego postępowania PSH Lewiatan »](#).

W ramach systemu zarządzania organizacja stosuje zasady etyki biznesowej oraz przeciwdziałania nadużyciom i korupcji. Kluczowe znaczenie mają w tym zakresie przejrzyste procedury decyzyjne, kontrola procesów zakupowych i finansowych, rozdzielenie kompetencji oraz nadzór nad zgodnością działań z regulacjami wewnętrznymi i zewnętrznymi. Lewiatan Holding nie toleruje jakichkolwiek form korupcji, konfliktu interesów ani działań mogących naruszać zasady uczciwej konkurencji.

Istotnym elementem podejścia Spółki jest również budowanie świadomości pracowników i franczyzobiorców w zakresie etycznego prowadzenia działalności gospodarczej. Obejmuje to komunikację wewnętrzną dotyczącą standardów postępowania, zasad compliance oraz odpowiedzialności w relacjach biznesowych. Organizacja rozwija także rozwiązania służące identyfikacji i ograniczaniu ryzyk związanych z naruszeniami etyki oraz nadużyciami.

Lewiatan Holding dąży do utrzymywania długoterminowych relacji biznesowych opartych na partnerstwie, rzetelności i wzajemnym poszanowaniu. W ocenie Spółki odpowiedzialne zarządzanie oraz wysoki standard etyczny stanowią istotny element budowania wartości organizacji i zaufania interesariuszy.

W raportowanym okresie Spółka nie odnotowała istotnych przypadków korupcji ani potwierdzonych naruszeń zasad etyki biznesowej, nie otrzymała też żadnych wyroków skazujących ani nie podlegała grzywnom za naruszenie przepisów antykorupcyjnych i dotyczących zwalczania przekupstwa.

11.2. Transparentność i odpowiedzialność podatkowa

Lewiatan Holding S.A. prowadzi firmę zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa podatkowego oraz zasadami odpowiedzialnego zarządzania. Spółka terminowo realizuje zobowiązania podatkowe we wszystkich obszarach swojej działalności, uznając transparentność podatkową za element odpowiedzialnego ładu organizacyjnego.

Podejście Spółki do kwestii podatkowych opiera się na zgodności z regulacjami prawa, należytej staranności oraz ograniczaniu ryzyk podatkowych. Za realizację obowiązków podatkowych odpowiadają wyznaczone jednostki organizacyjne wspierane przez wewnętrzne procedury kontroli i nadzoru nad procesami finansowo-księgowymi.

Lewiatan Holding S.A. nie stosuje agresywnych mechanizmów optymalizacji podatkowej ani rozwiązań ukierunkowanych na transfer dochodów do jurysdykcji stosujących szkodliwą konkurencję podatkową. Decyzje biznesowe i finansowe podejmowane są na podstawie ich rzeczywistego uzasadnienia ekonomicznego oraz z uwzględnieniem obowiązujących wymogów legislacyjnych.

Spółka monitoruje zmiany regulacyjne oraz dostosowuje swoje procesy do aktualnych wymagań prawa podatkowego. W przypadku istotnych zmian przepisów korzysta również ze wsparcia zewnętrznych doradców podatkowych i prawnych.

W raportowanym okresie Lewiatan Holding nie odnotował istotnych sporów podatkowych ani sankcji związanych z naruszeniem przepisów podatkowych.



O Raporcie

1 List Prezesa PSH Lewiatan

2 O Lewiatan Holding S.A. i PSH Lewiatan

3 Najważniejsze wyzwania związane z zarządzaniem biznesem i ESG

4 Model biznesowy i strategia firmy

5 Łańcuch wartości Lewiatan Holding S.A.

6 Proces dystrybucji, sprzedaży i charakterystyka sklepów PSH Lewiatan

7 Produkty, usługi i marka własna

8 Zrównoważony rozwój w PSH Lewiatan

9 Działania środowiskowe

10 Lewiatan dla społeczeństwa

11 Ład korporacyjny i odpowiedzialność biznesowa

12 O Raporcie

12. O Raporcie

Raport zrównoważonego rozwoju Lewiatan Holding S.A. został przygotowany dobrowolnie na podstawie standardu VSME (Voluntary Sustainability Reporting Standard for non-listed SMEs) opracowanego przez EFRAG. Lewiatan Holding S.A. stosuje go (zgodnie z rekomendacją Komisji Europejskiej) z uwagi na to, że z jednej strony nie podlega obowiązkowi sprawozdawczości według standardu ESRS, z drugiej zaś kontynuuje praktykę raportowania danych w tym obszarze, zapoczątkowaną w 2022 roku. Firma przedstawia dane zarówno z zakresu modułu podstawowego VSME, jak i kompleksowego (z wyłączeniem niektórych danych). Nie skorzystano z możliwości pominięcia ujawnień ze względu na poufność.

Raport obejmuje okres od 1 stycznia do 31 grudnia 2025 roku.

Celem raportu jest przedstawienie kluczowych informacji dotyczących wpływu organizacji w obszarach środowiskowych, społecznych oraz ładu organizacyjnego, a także zwiększanie transparentności wobec interesariuszy.

Raport obejmuje wybrane dane i informacje dotyczące działalności Lewiatan Holding S.A. w okresie sprawozdawczym oraz prezentuje podejście organizacji do zarządzania zagadnieniami ESG.

Zakres ujawnień został dostosowany do skali i charakteru działalności Spółki oraz dostępności danych na etapie przygotowania raportu. Przy jego opracowaniu firma kierowała się zasadą istotności, koncentrując się na obszarach uznanych za najważniejsze z perspektywy działalności biznesowej i oczekiwań interesariuszy. Raport zawiera informacje jakościowe oraz wybrane dane ilościowe dostępne na dzień jego sporządzenia.

Publikacja raportu stanowi element rozwoju podejścia Lewiatan Holding S.A. do zrównoważonego rozwoju i transparentnego raportowania. Spółka planuje stopniowo rozszerzać zakres ujawnianych informacji ESG oraz doskonalić procesy gromadzenia i analizy danych niefinansowych, odpowiadając na ewoluujące wymagania regulacyjne i standardy rynkowe. Raport nie podlegał zewnętrznej atestacji – jej przeprowadzenie planowane jest w przyszłości.

Raport zawiera również dane oparte na wskaźnikach własnych, które stanowią istotne uzupełnienie informacji o Lewiatan Holding S.A., a także dane dotyczące PSH Lewiatan, pozyskane od przedsiębiorców Sieci, którzy wzięli udział w procesie zbierania informacji. Są one odpowiednio oznaczone i częściowo spełniają wymogi standardu VSME, co również zostało zaznaczone w raporcie. Wszystkie dane zebrano w jednej tabeli w rozdziale 12.1.:

VSME



Indeks danych VSME i wskaźników własnych

Zapraszamy do kontaktu i zadawania pytań dotyczących raportu.

Katarzyna Długa

Liderka ESG

12.1. Indeks danych VSME i wskaźników własnych

Legenda zastosowanych skrótów w tabelach:

VSME – Voluntary Standard for Small and Medium-sized Enterprises

WW – wskaźnik własny

PSH – Polska Sieć Handlowa Lewiatan

LH – Lewiatan Holding S.A.

FB – Francyzobiorcy

EC – Eurocash S.A.

AUE – Akademia Umiejętności Eurocash

Ujawnienie

■ – Obowiązkowe

■ – Opcjonalne

Rodzaj wskaźnika: nr VSME lub WW	Kategoria danych	Kogo dotyczy?	Źródło pozyskania danych	Rodzaj ujawnienia	2024	2025	Zmiana	Miejsce w raporcie
Informacje ogólne								
Informacje dotyczące sprawozdania								
	Nazwa jednostki sporządzającej sprawozdanie	LH	LH	■	Lewiatan Holding			4
	Identyfikator jednostki sporządzającej sprawozdanie	LH	LH	■	Kod PKD (kod NACE): 77.40			10
	Waluta wartości pieniężnych w sprawozdaniu	LH	LH	■	PLN			
	Rok rozpoczęcia	LH	LH	■	2025			4, 69
	Miesiąc rozpoczęcia	LH	LH	■	styczeń			4, 69
	Dzień rozpoczęcia	LH	LH	■	1			4, 69
	Data rozpoczęcia okresu sprawozdawczego	LH	LH	■	01.01.2025			4, 69
	Rok zakończenia	LH	LH	■	2025			4, 69
	Miesiąc zakończenia	LH	LH	■	grudzień			4, 69
	Dzień zakończenia	LH	LH	■	31			4, 69
	Data zakończenia okresu sprawozdawczego	LH	LH	■	31.12.2025			4, 69
	Informacje dotyczące roku sprawozdawczego	LH	LH	■	W raporcie znajdują się również dane dotyczące roku 2026, ich występowanie jest odpowiednio oznaczone.			
	Zakres danych w raporcie	LH	LH	■	Raport zawiera głównie dane dotyczące spółki Lewiatan Holding, w wielu miejscach występują również informacje dotyczące PSH Lewiatan – są one odpowiednio oznaczone.			
Informacje dotyczące poprzedniego okresu sprawozdawczego								
	Niniejsze sprawozdanie zawiera ujawnienia z poprzedniego okresu sprawozdawczego, które pozostają niezmienione	LH	LH	■	TAK, zawiera			
	Ujawnienia, dla których nie zgłoszono zmian w porównaniu z poprzednim okresem sprawozdawczym	LH	LH	■	TAK, zawiera			
	Odnosnik do poprzedniego sprawozdania zawierającego ujawnienia, które pozostają niezmienione	LH	LH	■	Raport ESG za 2024 rok: https://raportesg.lewiatan.pl/			
Podstawa sporządzenia i moduł								
B1	Podstawa sporządzenia: opcja A - moduł podstawowy lub opcja B - moduł podstawowy i kompleksowy				Opcja B (moduł kompleksowy)			4, 69
B1	Ujawnienia pominięte (uznane za informacje zastrzeżone lub wrażliwe)				BRAK			
Ogólne informacje o jednostce								
B1	Podstawa sprawozdawczości (w ujęciu skonsolidowanym lub jednostkowym)	LH	LH	■	Ujęcie jednostkowe			
B1	Forma prawna jednostki	LH	LH	■	Spółka akcyjna			4, 10, 16
B1	Inna specyfikacja formy prawnej jednostki	LH	LH	■	Nie dotyczy			

Rodzaj wskaźnika: nr VSME lub WW	Kategoria danych	Kogo dotyczy?	Źródło pozyskania danych	Rodzaj ujawnienia	2024	2025	Zmiana	Miejsce w raporcie
B1	Kod(y) klasyfikacji sektorowej NACE	LH	LH	■	PKD/NACE 77.40 Lewiatan Holding S.A. jest firmą, która jest organizatorem sieci PSH Lewiatan, a jej główna działalność to dzierżawa własności intelektualnej i zarządzanie marką Sieci. Działalność związana z handlem detalicznym jest po stronie przedsiębiorców tworzących Sieć.			10
B1	Wielkość bilansu (aktywa ogółem)	LH	LH	■	196 788 760,23 zł	209 379 571,29 zł	6,40%	12, 19
B1	Obrót detaliczny	PSH	PSH/LH	■	17 487 783 454,00 zł	18 137 364 026,29 zł	3,71%	12, 14, 19
WW B1	Obrót detaliczny produktów marki własnej	LH	PSH/LH	■	987 154 190,35 zł	1 020 956 267,43 zł	3,42%	12, 15, 19
WW B1	Udział marki własnej w obrocie detalicznym Sieci	LH	PSH/LH	■	5,64%	5,63%	-0,01 pp.	12, 15, 19
WW B1	Kapitał zapasowy	LH	PSH/LH	■	21 292 716,06 zł	23 890 550,96 zł	12,20%	12
WW B1	Przychody ze sprzedaży	LH	PSH/LH	■	939 917 901,18 zł	960 650 153,75 zł	2,21%	12
B8	Liczba pracowników Lewiatan Holding	LH	LH	■	85	84	-1,18%	12
WW B8	Liczba pracowników Spółek Regionalnych	PSH	LH/EC	■	310	277	-10,65%	12
WW B8	Liczba pracowników sklepów sieci PSH Lewiatan	PSH	LH/EC	■	28 097	28 522	1,52%	12
WW B8	Ogólna liczba pracowników PSH Lewiatan	PSH	PSH		28 492	28 883	1,37%	12
B8	Metodologia liczenia pracowników (na koniec okresu sprawozdawczego lub jako średnia w trakcie okresu sprawozdawczego)	LH	LH	■	Liczba zatrudnionych na koniec okresu sprawozdawczego			
B8	Metodologia liczenia pracowników (liczba zatrudnionych lub liczba ekwiwalentów pełnego czasu pracy)	LH	LH	■	Liczba zatrudnionych			
B1	Kraj, w którym jednostka prowadzi główną działalność i w którym są zlokalizowane jej znaczące aktywa	LH	LH	■	Polska			

Skala prowadzonego biznesu								
WW B1	Kategoria danych	PSH	LH	■	2024	2025	Zmiana	Miejsce w raporcie
WW B1	Liczba sklepów	PSH	LH	■	3 255	3 286	0,95%	14, 19
WW B1	Liczba sklepów uruchomionych w danym roku	PSH	LH	■	231	279	20,78%	14
WW B1	Liczba sklepów w formacie Lewiatan Express	PSH	LH	■	687	726	5,68%	32
WW B1	Liczba nowo otwartych sklepów w formacie Lewiatan Express	PSH	LH	■	96	111	15,63%	32
WW B1	Łączna powierzchnia sprzedaży w sklepach	PSH	LH	■	640 159 m ²	654 988,4 m ²	2,32%	14
WW B1	Liczba modernizacji sklepów	PSH	LH	■	390	303	-22,31%	32, 35
WW B1	Liczba projektów sklepów przygotowanych przez Centralne Biuro Projektów Lewiatan Holding	PSH	LH	■	185	290	56,76%	35
WW B7	Liczba sklepów objętych systemem kaucyjnym (o powierzchni równej lub większej niż 200 m ²)	PSH	LH	■	974	1 072	10,06%	19, 52
WW B7	Liczba urządzeń do zbiórki w ramach systemu kaucyjnego dostarczonych do sklepów	PSH	LH	■	Nie było urządzeń	765 (stan na dzień publikacji raportu 22.06.2026)	-	19, 52
WW B7	Liczba sklepów objętych Ustawą o przeciwdziałaniu marnowaniu żywności, czyli sklepów powyżej 250 m ² powierzchni sprzedaży	PSH	LH	■	739	813	10,01%	53
WW B7	Udział sklepów objętych Ustawą o przeciwdziałaniu marnowaniu żywności w ogólnej liczbie sklepów Sieci w danym roku	PSH	LH	■	22,91%	24,74%	1,83 pp.	53
WW B1	Dzienna liczba klientów	LH	LH	■	2 000 000	1 700 000	-15%	15, 32, 60
WW B1	Liczba przedsiębiorców	PSH	LH	■	2 030	2 018	0,59%	4, 12, 14, 20, 27, 32
WW B1	Liczba przedsiębiorców posiadających więcej niż 1 sklep	PSH	LH	■	530	541	2,08%	14, 20, 32,
WW B1	Wskaźnik rotacji przedsiębiorców	PSH	LH	■	2%	0,60%	-1,40 pp.	14, 27

Rodzaj wskaźnika: nr VSME lub WW	Kategoria danych	Kogo dotyczy?	Źródło pozyskania danych	Rodzaj ujawnienia	2024	2025	Zmiana	Miejsce w raporcie
WW B1	Przedsiębiorcy będący ponad 10 lat w Sieci	PSH	LH	■	1 148	1 381	20,30%	27
WW B1	Przedsiębiorcy będący ponad 5 lat w Sieci	PSH	LH	■	1 962	2 100	7,03%	27
WW B1	Przedsiębiorcy będący dłużej niż 3 lata w Sieci	PSH	LH	■	2 290	2 520	10,04%	27
WW B1	Spółki Regionalne	PSH	LH	■	16	16		12, 14, 16, 17, 21, 23
WW B1	Liczba dostawców produktów marki własnej	LH	LH	■	174	171	-1,72%	34
WW B1	Liczba kategorii w marce własnej	LH	LH	■	25	25	0%	34
WW B1	Liczba produktów marki własnej	LH	LH	■	526	566	7,60%	34
WW B1	Liczba nowych produktów marki własnej (w każdej z nowych kategorii)	LH	LH	■	48	37	-22,92%	34
WW B1	Liczba dostawców z certyfikatami jakości (IFS, BRC, FSCC22000, ISO22000, ISO9001)	LH	LH	■	154	148	-3,90%	34
WW B1	Dostawcy z certyfikatami (udział procentowy)	LH	LH	■	87,5%	86,5%	-1 pp.	34
WW B1	Liczba audytów dostawców produktów marki własnej	LH	LH	■	100	101	1%	34
WW B1	Liczba reklamacji na produkty marki własnej	LH	LH	■	40	36	-35%	34
WW B1	Liczba badań fizykochemicznych, mikrobiologicznych, organoleptycznych na zgodność ze specyfikacją wyrobów marki własnej	LH	LH	■	1 080	1 180	9,26%	34
WW B1	Liczba Polaków deklarujących znajomość marki Lewiatan	PSH	LH	■	73%	72%	-1 pp.	15
WW B1	Liczba klientów pozytywnie oceniających ostatnią wizytę w sklepie Lewiatan	PSH	LH	■	79%	85%	6 pp.	15
WW B1	Liczba pobrań aplikacji Mój Lewiatan	PSH	LH	■	1 757 000	2 930 000	66,76%	15
WW B1	Liczba uczestników programu lojalnościowego – liczba wszystkich rejestracji ²²	PSH	LH	■	2 300 000	2 800 000 (zmiana źródła danych)	21,74%	15
WW B1	Usługi IT świadczonych przez Lewiatan Holding na rzecz franczyzobiorców Sieci	PSH	LH	■	4 897	4 163	-14,99%	35
WW B1	Liczba godzin pracy IT na rzecz realizacji tych usług	PSH	LH	■	7 304	5 670	-22,37%	35
B1	Lista jednostek zależnych	LH	LH	■	Brak jednostek zależnych. Lewiatan Holding jest jednostką zależną, pełna lista akcjonariuszy na str. 17 raportu.			

Certyfikaty lub oznaczenia związane ze zrównoważonym rozwojem

C2	Czy jednostka uzyskała jakikolwiek certyfikat lub oznaczenie związane ze zrównoważonym rozwojem?	LH	LH	■	NIE			
C2	Opis certyfikatu lub oznaczenia związanego ze zrównoważonym rozwojem, w tym (w stosownych przypadkach) wystawców certyfikatu lub oznaczenia, datę i wynik oceny	LH	LH	■	Nie dotyczy			

Lokalizacja

B1	Adres	LH	LH	■	ul. Kilińskiego 10 87-800 Włocławek Polska			17
B1	Współrzędne GPS (położenie geograficzne)	LH	LH	■	52.6556, N 19.0640 E			17

²² W 2025 roku nastąpiła zmiana źródła danych: z raportu Profit Card na Loyalty Point – które dostarcza bardziej unikalne dane, bez dublowania, o unikalnych użytkownikach programu lojalnościowego.

Rodzaj wskaźnika: nr VSME lub WW	Kategoria danych	Kogo dotyczy?	Źródło pozyskania danych	Rodzaj ujawnienia	2024	2025	Zmiana	Miejsce w raporcie
Praktyki, polityki i przyszłe inicjatywy na rzecz przejścia na bardziej zrównoważoną gospodarkę								
B2	Czy jednostka wprowadziła konkretne praktyki, polityki i/lub przyszłe inicjatywy na rzecz przejścia na bardziej zrównoważoną gospodarkę?	LH	LH	■		TAK		
B2	Kwestie zrównoważonego rozwoju uwzględnione w praktykach, politykach i/lub przyszłych inicjatywach wprowadzonych przez jednostkę:	LH	LH	■		Strategia zrównoważonego rozwoju PSH Lewiatan „Lokalnie odpowiedzialny 2023-25”, Kodeks etycznego postępowania PSH Lewiatan, inicjatywa Eko Lider, praktyka Lokalnie kupuję, nie marnuję!, Fundacja PSH Lewiatan. Blisko Twoich Potrzeb.		37, 45, 50, 61
B2	zmiana klimatu					TAK		
B2	zanieczyszczenie					TAK		
B2	woda i zasoby morskie					NIE		
B2	bioróżnorodność i ekosystemy					NIE		
B2	gospodarka o obiegu zamkniętym					TAK		
B2	własne zasoby pracownicze					TAK		
B2	osoby wykonujące pracę w łańcuchu wartości					TAK		
B2	społeczności lokalne					TAK		
B2	konsumenci i użytkownicy					TAK		
B2	postępowanie w biznesie					TAK		
B2	Jednostka posiada praktykę, politykę i/lub przyszłą inicjatywę, która jest publicznie dostępna	LH	LH	■		TAK		
B2	Jednostka wyznaczyła cel związany z polityką?	LH	LH	■		TAK		

Współpraca								
B2	Efektywny udział pracowników, użytkowników lub innych zainteresowanych stron lub społeczności w ładzie korporacyjnym	LH	LH	■		TAK		40
B2	Inwestycje finansowe w kapitał lub aktywa podmiotów gospodarki społecznej, o których mowa w zaleceniu Rady z dnia 29 września 2023 roku (z wyłączeniem darowizn i składek)	LH	LH	■		NIE		
B2	Wszelkie ograniczenia w podziale zysków związane z wzajemnym charakterem lub specyfiką działalności polegającej na świadczeniu usług świadczonych w ogólnym interesie gospodarczym (UOIG).	LH	LH	■		NIE		

Opis praktyk, polityk i przyszłych inicjatyw na rzecz przejścia na bardziej zrównoważoną gospodarkę								
C2	Opis polityki, praktyki i/lub przyszłej inicjatywy na rzecz bardziej zrównoważonej przyszłości (jeśli praktyka, polityka lub przyszła inicjatywa obejmuje dostawców lub klientów, należy to zaznaczyć)	LH	LH	■		Dostępny w rozdziale: Strategia zrównoważonego rozwoju „Lokalnie odpowiedzialny 2023-25”, Dialog z interesariuszami, Analiza istotności, Etyka i system zgłaszania nieprawidłowości.		37, 40, 45, 50, 61
C2	Opis celu związanego z polityką	LH	LH	■		Dostępny w rozdziale: Strategia zrównoważonego rozwoju „Lokalnie odpowiedzialny 2023-25”, Dialog z interesariuszami, Analiza istotności, Etyka i system zgłaszania nieprawidłowości.		37, 40, 45, 50, 61
C2	Najwyższy szczebel w jednostce, który jest odpowiedzialny za wdrożenie polityk, jeśli został określony przez jednostkę	LH	LH	■		Prezes Zarządu Lewiatan Holding		38

Strategia: model biznesowy i zrównoważony rozwój – powiązane inicjatywy								
C2	Opis istotnych rynków, na których jednostka prowadzi działalność (np. B2B, handel hurtowy, detaliczny, kraje)	LH	LH	■		Polska		17, 19
C2	Opis głównych relacji biznesowych (np. kluczowi dostawcy, klienci, kanały dystrybucji)	LH	LH	■		Dostępny w rozdziałach: Model biznesowy i strategia firmy, Łańcuch wartości Lewiatan Holding S.A.		23-28,30
C2	Czy strategia zawiera kluczowe elementy, które odnoszą się do kwestii związanych ze zrównoważonym rozwojem lub mają na nie wpływ?	LH	LH	■		TAK		
C2	Opis kluczowych elementów, które odnoszą się do kwestii związanych ze zrównoważonym rozwojem lub mają na nie wpływ	LH	LH	■		Dostępny w rozdziałach: Model biznesowy i strategia firmy, Strategia zrównoważonego rozwoju „Lokalnie odpowiedzialny 2023-25”.		23-28, 37-44
C2	Wszelkie inne informacje ogólne i/lub specyficzne dla jednostki	LH	LH	■		Informacje ujęte jako wskaźniki własne.		

Rodzaj wskaźnika: nr VSME lub WW	Kategoria danych	Kogo dotyczy?	Źródło pozyskania danych	Rodzaj ujawnienia	2024	2025	Zmiana	Miejsce w raporcie
Ujawnienia środowiskowe								
Zużycie energii								
B3	Całkowite zużycie energii	LH	LH	■	471,96 MWh	486,52 MWh	3%	49
C3	Czy jednostka posiada cele redukcyjne?	LH	LH			NIE		

Podział zużycia energii								
B3	Czy jednostka uzyskała niezbędne informacje pozwalające na przedstawienie podziału zużycia energii?	LH	LH	■	TAK	TAK		47-49
B3	Energia elektryczna ze źródeł odnawialnych	LH	LH	■	0	0	0%	47-49
B3	Energia elektryczna ze źródeł nieodnawialnych	LH	LH	■	41,23 MWh	43,83 MWh	6%	47-49
B3	Energia elektryczna łącznie (ze źródeł odnawialnych i nieodnawialnych)	LH	LH	■	41,23 MWh	43,83 MWh	6%	47-49
B3	Energia elektryczna wygenerowana samodzielnie ze źródeł odnawialnych	LH	LH	■	0	0	0%	47-49
B3	Energia elektryczna wygenerowana samodzielnie ze źródeł nieodnawialnych	LH	LH	■	0	0	0%	47-49
B3	Łącznie energia elektryczna wygenerowana samodzielnie (ze źródeł odnawialnych i nieodnawialnych)	LH	LH	■	0	0	0%	47-49
B3	Energia ze spalania paliw odnawialnych	LH	LH	■	0	0	0%	47-49
B3	Energia ze spalania paliw nieodnawialnych:	LH	LH	■	430,73 MWh	442,69 MWh	3%	47-49
B3	z gazu	LH	LH	■	80,20 MWh	89,00 MWh	11%	47-49
B3	z benzyny	LH	LH	■	350,53 MWh	348,30 MWh	-1%	47-49
B3	z oleju napędowego	LH	LH	■	0 MWh	5,39 MWh	-	47-49
B3	Łącznie energia ze spalania paliw odnawialnych i nieodnawialnych	LH	LH	■	430,73 MWh	442,69 MWh	3%	47-49

Szankowa emisja gazów cieplarnianych								
B3	Emisje brutto gazów cieplarnianych zakresu 1. (GHG)	LH	LH	■	107,98 t CO ₂ e	106,33 t CO ₂ e	-2%	47-49
B3	Emisje brutto gazów cieplarnianych zakresu 2. location based	LH	LH	■	24,61 t CO ₂ e	24,22 t CO ₂ e	-2%	47-49
B3	Emisje brutto gazów cieplarnianych zakresu 2. market based	LH	LH	■	8,68 t CO ₂ e	8,82 t CO ₂ e	2%	47-49
B3	Całkowite emisje gazów z zakresu 1. i 2. location based	LH	LH	■	132,59 t CO ₂ e	130,55 t CO ₂ e	-2%	47-49
B3	Całkowite emisje gazów z zakresu 1. i 2. market based	LH	LH	■	116,66 t CO ₂ e	115,15 t CO ₂ e	-1,29%	47-49
B3	Czy jednostka ujawnia informacje specyficzne dla jednostki na temat emisji z zakresie 3. (w t CO ₂ e)?	PSH	LH	■		TAK		47-49
B3	1. Zakupione towary i usługi			■	Nie raportowano, trwa ustalanie procedury			
B3	2. Dobra inwestycyjne	PSH	LH	■	Nie raportowano, trwa ustalanie procedury			
B3	3. Działalność związana z paliwami i energią (niezawarta w zakresie 1. i zakresie 2.)	PSH	LH	■	Nie dotyczy			
B3	4. Transport i dystrybucja na wyższym szczeblu łańcucha dostaw	PSH	LH	■	Nie raportowano, trwa ustalanie procedury			
B3	5. Odpady powstałe w trakcie działalności operacyjnej	PSH	LH	■	Nie raportowano, trwa ustalanie procedury			
B3	6. Podróże służbowe	FB	dane szankowe z ankiet	■	36,00 t CO ₂ e	Po analizie danych z lat poprzednich podjęto decyzję, by nie raportować z uwagi na znikomą wpływ.		

Rodzaj wskaźnika: nr VSME lub WW	Kategoria danych	Kogo dotyczy?	Źródło pozyskania danych	Rodzaj ujawnienia	2024	2025	Zmiana	Miejsce w raporcie
B3	7. Dojazdy pracowników	FB	dane szacunkowe z ankiet	■	1,50 t CO ₂ e	Po analizie danych z lat poprzednich podjęto decyzję, by nie raportować z uwagi na znikomy wpływ.		
B3	8. Aktywa dzierżawione na wyższym szczeblu łańcucha wartości	PSH	LH	■	Nie raportowano, trwa ustalanie procedury			
B3	9. Transport i dystrybucja na niższym szczeblu łańcucha wartości	PSH	LH	■	Nie raportowano, trwa ustalanie procedury			
B3	10. Przetwarzanie sprzedanych produktów	PSH	LH	■	Nie raportowano, trwa ustalanie procedury			
B3	11. Wykorzystanie sprzedanych produktów	PSH	LH	■	Nie raportowano, trwa ustalanie procedury			
B3	12. Wycofanie z eksploatacji sprzedanych produktów	PSH	LH	■	Nie raportowano, trwa ustalanie procedury			
B3	13. Aktywa dzierżawione na niższym szczeblu łańcucha wartości	PSH	LH	■	Nie dotyczy			
B3	14. Franczyzy:	FB	dane szacunkowe z ankiet	■	178 475,97 t CO ₂ e	178 737,92 t CO ₂ e	0,15%	47-49
B3	prąd	FB	dane szacunkowe z ankiet	■	129 535,76 t CO ₂ e	89 427,83 t CO ₂ e	-31%	47-49
B3	flota	FB	dane szacunkowe z ankiet	■	21 996,24 t CO ₂ e	31 411,39 t CO ₂ e	43%	47-49
B3	ciepło sieciowe	FB	dane szacunkowe z ankiet	■	12 186,43 t CO ₂ e	53 663,06 t CO ₂ e	340%	47-49
B3	emisje biogeniczne	FB	dane szacunkowe z ankiet	■	4 088,94 t CO ₂ e	1 293,15 t CO ₂ e	-68%	47-49
B3	emisje z własnych kotłowni	FB	dane szacunkowe z ankiet	■	10 668,60 t CO ₂ e	2 942,49 t CO ₂ e	-72%	47-49
B3	15. Inwestycje				Nie dotyczy			
B3	Całkowite emisje gazów cieplarnianych zakresu 3.	FB	dane szacunkowe z ankiet	■	178 475,97 t CO ₂ e	178 737,92 t CO ₂ e	0,15%	47-49
B3	Całkowite emisje gazów cieplarnianych zakresu 1., zakresu 2. i zakresu 3. (location based)	LH/FB	LH/dane szacunkowe z ankiet	■	178 608,56 t CO ₂ e	178 868,47 t CO ₂ e	0%	47-49
C3	Czy jednostka ustanowiła cele redukcji emisji gazów cieplarnianych?	LH	LH	■	NIE			

Plan transformacji dla jednostek prowadzących działalność w sektorach o znacznym oddziaływaniu na klimat

C3	Czy jednostka prowadzi działalność w sektorach o znacznym oddziaływaniu na klimat?	LH	LH	■	NIE			
----	--	----	----	---	-----	--	--	--

Intensywność emisji gazów cieplarnianych na jednostkę obrotu (w t CO₂e)

B3	Intensywność emisji gazów cieplarnianych z zakresu 1. i zakresu 2. (location based)	LH	LH	■	0,000000141 t CO ₂ e/zł	0,000000136 t CO ₂ e/zł	-3,55%	48
B3	Intensywność emisji gazów cieplarnianych z zakresu 1. i zakresu 2. (market based)	LH	LH	■	0,000000124 t CO ₂ e/zł	0,000000120 t CO ₂ e/zł	-3,23%	48
B3	Całkowita intensywność emisji gazów cieplarnianych z zakresu 1., zakresu 2. i zakresu 3. (location based)	LH	LH	■	0,000190026 t CO ₂ e/zł	0,000186195 t CO ₂ e/zł	-2,02%	49
B3	Całkowita intensywność emisji gazów cieplarnianych z zakresu 1., zakresu 2. i zakresu 3. (market based)	LH	LH	■	0,000190009 t CO ₂ e/zł	0,000186179 t CO ₂ e/zł	-2,02%	49

Zanieczyszczenie powietrza, wody i gleby

B4	Czy jednostka jest już zobowiązana przepisami prawa lub innymi krajowymi regulacjami do zgłaszania właściwym organom emisji zanieczyszczeń lub czy zgłasza je dobrowolnie zgodnie z systemem zarządzania środowiskowego?	LH	LH	■	NIE Nie jest zobowiązana do raportowania żadnym organom, Spółka dobrowolnie raportuje emisje gazów cieplarnianych.			
----	--	----	----	---	---	--	--	--

Rodzaj wskaźnika: nr VSME lub WW	Kategoria danych	Kogo dotyczy?	Źródło pozyskania danych	Rodzaj ujawnienia	2024	2025	Zmiana	Miejsce w raporcie
Lokalizacje położone na obszarach wrażliwych pod względem bioróżnorodności								
B5	Czy jednostka posiada lokalizacje znajdujące się na obszarach wrażliwych pod względem bioróżnorodności lub w ich pobliżu?	LH	LH	■	NIE Spółka nie posiada żadnych takich lokalizacji.			
Bioróżnorodność – użytkowanie gruntów								
B5	Całkowita ilość pobranej wody ze wszystkich lokalizacji (m³)	LH	LH	■	Nie dotyczy			
B5	Ilość wody pobranej w lokalizacjach położonych na obszarach o wysokim deficycie wody (metry sześciennie m³)	LH	LH	■	Nie dotyczy			
Woda								
B6	Pobór wody Lewiatan Holding	LH	LH	■	303 m³	428 m³	41,25%	55
WW B6	Pobór wody z franczyzy	FB	dane szacunkowe z ankiet	■	622 015,97 m³	539 289,23 m³	13,30%	55
B6	Zużycie wody	LH	LH	■	Nie dotyczy Spółka nie zużywa wody do procesów produkcyjnych.			
Opis zasad gospodarki o obiegu zamkniętym								
B7	Czy jednostka stosuje zasady gospodarki o obiegu zamkniętym	LH	LH	■	NIE			
B7	Opis sposobu stosowania tych zasad	LH	LH	■	Nie dotyczy			
Typy odpadów w Lewiatan Holding								
B7	Zmieszane	LH	LH	■	15,62 Mg	9,59 Mg	Podział na 5 frakcji od października 2024, wcześniej podział na 2 frakcje.	51-52
B7	Nadające się do recyklingu:	LH	LH	■	2,59 Mg	7,73 Mg		51-52
B7	papier	LH	LH	■	2,32 Mg	5,80 Mg		51-52
B7	plastik/metal	LH	LH	■	0,07 Mg	1,17 Mg		51-52
B7	szkło	LH	LH	■	0,10 Mg	0,39 Mg		51-52
B7	Odpady bio	LH	LH	■	0,10 Mg	0,37 Mg		51-52
B7	Całkowita ilość wytworzonych odpadów:	LH	LH	■	18,21 Mg	17,32 Mg		-4,88%
B7	odpady niebezpieczne	LH	LH	■	0	0		51-52
	odpady inne niż niebezpieczne	LH	LH	■	18,21 Mg	17,32 Mg	-4,88%	51-52
WW B7	Procentowy udział odpadów nadających się do recyklingu	LH	LH		-	42,49%		51-52
WW B7	Czy sklepy Sieci segregują odpady?	FB	PSH	■	TAK	TAK		
System kaucyjny								
WW B7	Liczba sklepów objętych systemem kaucyjnym (o powierzchni równej lub większej niż 200 m²)	PSH	LH	■	974	1 072	10,06%	52
WW B7	Liczba urządzeń do zbiórki w ramach systemu kaucyjnego dostarczonych do sklepów	PSH	LH	■	Nie było urządzeń	765 (stan na dzień publikacji raportu 22.06.2026)	-	19, 52
Przeciwdziałanie marnowaniu żywności								
WW B7	Liczba sklepów objętych Ustawą o przeciwdziałaniu marnowaniu żywności (powyżej 250 m² powierzchni sprzedaży)	PSH	LH	■	739	813	10,01%	53

Rodzaj wskaźnika: nr VSME lub WW	Kategoria danych	Kogo dotyczy?	Źródło pozyskania danych	Rodzaj ujawnienia	2024	2025	Zmiana	Miejsce w raporcie
Współpraca z Too Good To Go								
WW B7	Liczba uratowanych paczek	PSH	Too Good To Go	■	9 892	8 727	-11,78%	54
WW B7	Liczba sklepów Lewiatan ratujących paczki	PSH	Too Good To Go	■	49	76	55,10%	54
WW B7	Poziom skuteczności (w %)	PSH	Too Good To Go	■	68,68%	59%	-9,68 pp.	54
WW B7	Poziom wyświetleń kont w aplikacji	PSH	Too Good To Go	■	284 902	203 125	-28,70%	54
WW B7	Oceny od użytkowników	PSH	Too Good To Go	■	4,59	4,5	-1,96%	54
WW B7	Zwroty paczek	PSH	Too Good To Go	■	13 (0,13%)	0,27%	14 pp.	54
WW B7	Liczba lub % dodań do ulubionych	PSH	Too Good To Go	■	5 032	4 532	-9,94%	54

Roczny przepływ masy używanych istotnych materiałów								
B7	Czy jednostka prowadzi działalność w sektorze, w którym mają znaczenie znaczące przepływy materiałów (takie jak produkcja, budownictwo, branża opakowań lub inne)?	LH	LH	■		NIE		
B7	Kluczowy materiał:	LH	LH	■		Nie dotyczy		
B7	Całkowity roczny przepływ masy używanych istotnych materiałów (masa w kg)	LH	LH	■		Nie dotyczy		
B7	Całkowity roczny przepływ masy używanych istotnych materiałów (objętość w m ³)	LH	LH	■		Nie dotyczy		

Ryzyko związane z klimatem								
C4	Czy jednostka zidentyfikowała zagrożenia związane z klimatem i zdarzenia dotyczące przejścia związanego z klimatem, powodujące poważne ryzyka związane z klimatem dla jednostki?	LH	LH	■		NIE		
C4	Opis zagrożeń związanych z klimatem oraz zdarzeń dotyczących przejścia związanego z klimatem	LH	LH	■		Nie dotyczy		
C4	Ujawnienie, w jaki sposób zostało ocenione narażenie i wrażliwość jej aktywów, działań i łańcucha wartości na te zagrożenia i zdarzenia dotyczące przejścia	LH	LH	■		Nie dotyczy		
C4	Perspektywy czasowe wszelkich zagrożeń związanych z klimatem oraz zdarzeń dotyczących przejścia związanego z klimatem	LH	LH	■		Nie dotyczy		
C4	Ujawnienie czy podjęta działania mające na celu przystosowanie się do zmiany klimatu w odniesieniu do wszelkich zagrożeń związanych z klimatem i zdarzeń dotyczących przejścia związanego z klimatem	LH	LH	■		Nie dotyczy		
C4	Potencjalne negatywne skutki ryzyk związanych z klimatem, które mogące wpłynąć na jej wyniki finansowe lub działalność gospodarczą w perspektywie krótko-, średnio- lub długoterminowej, wskazując, czy według jej oceny poziom tych ryzyk jest wysoki, średni, czy też niski	LH	LH	■		Nie dotyczy		
	Ujawnienie wszelkich innych ujawnień środowiskowych i/lub specyficznych dla jednostki ujawnień środowiskowych					Dostępne w rozdziale: System kaucyjny, Przeciwdziałanie marnowaniu żywności.		52-54

Rodzaj wskaźnika: nr VSME lub WW	Kategoria danych	Kogo dotyczy?	Źródło pozyskania danych	Rodzaj ujawnienia	2024	2025	Zmiana	Miejsce w raporcie
Ujawnienia społeczne								
B1	Liczba pracowników Lewiatan Holding	LH	LH	■	85	84	-1,18%	12, 57

Rodzaj umowy								
B8	Umowy o pracę na czas nieokreślony	LH	LH	■	82	84	2,44%	57
B8	Umowy o pracę na czas określony	LH	LH		3	0	-100%	57
WW B8	Liczba osób pracujących w pełnym wymiarze czasu	LH	LH	■	83	82	-1,20%	57
WW B8	Liczba osób pracujących w niepełnym wymiarze czasu	LH	LH	■	2	2	0%	57
WW B8	Liczba umów o pracę	LH	LH	■	85	84	-1,18	57
WW B8	Liczba umów cywilnoprawnych	LH	LH	■	1	1	0%	57

Płeć								
B8	Kobiety	LH	LH	■	56	55	-2%	58
B8	Mężczyźni	LH	LH	■	29	29	0%	58
B8	Inna	LH	LH	■	0	0	0%	58

Kraj zatrudnienia								
B8	Czy jednostka prowadzi działalność w więcej niż jednym kraju?	LH	LH	■		NIE		
B8	Kraj umowy o pracę	LH	LH	■		Polska		

Wskaźnik rotacji								
B8	Liczba pracowników, którzy opuścili jednostkę od 1.01 do 31.12 danego roku	LH	LH	■	5	5	0%	57
B8	Liczba pracowników - stan na 1.01 danego roku	LH	LH	■	85	84	-1,18%	57
B8	Liczba pracowników - stan na 31.12 danego roku	LH	LH	■	85	84	-1,18%	57
B8	Poziom rotacji	LH	LH	■	5,88%	5,95%	0,07 pp.	57
WW B8	Liczba nowozatrudnionych	LH	LH	■	4	4	0%	57
WW B8	Liczba osób które odeszły z pracy	LH	LH	■	5	5	0%	57
WW B8	Liczba osób zwolnionych z pracy	LH	LH	■	0	0	0%	57

Bezpieczeństwo i Higiena Pracy								
B9	Liczba wypadków przy pracy podlegająca zgłoszeniu	LH	LH	■	0	0	0%	57
B9	Liczba godzin przepracowanych przez 1 pracownika zatrudnionego na pełen etat w okresie raportowania	LH	LH	■	1 681	1 711	1,78%	57
B9	Całkowita liczba godzin przepracowanych przez wszystkich pracowników w okresie raportowania	LH	LH	■	141 030	144 824	2,69%	57
B9	Liczba wypadków śmiertelnych	LH	LH	■	0	0	0%	57

Rodzaj wskaźnika: nr VSME lub WW	Kategoria danych	Kogo dotyczy?	Źródło pozyskania danych	Rodzaj ujawnienia	2024	2025	Zmiana	Miejsce w raporcie
Wynagrodzenie i rokowania zbiorowe								
B10	Liczba osób zarabiających co najmniej płacę minimalną	LH	LH	■	85	84	-1,18%	57
B10	Średni poziom wynagrodzenia godzinowego brutto mężczyzn (w EUR)	LH	LH	■	Nie dotyczy	Nie dotyczy		
B10	Średni poziom wynagrodzenia godzinowego brutto kobiet (w EUR)	LH	LH	■	Nie dotyczy	Nie dotyczy		
B10	Luka płacowa pomiędzy kobietami a mężczyznami (w %)	LH	LH	■	Nie dotyczy	Nie dotyczy		
B10	Liczba pracowników objętych układami zbiorowymi pracy	LH	LH	■	Nie dotyczy	Nie dotyczy		
B10	Odsetek pracowników objętych układami zbiorowymi pracy (w %)	LH	LH	■	Nie dotyczy	Nie dotyczy		

Szkolenia								
B10	Średnia liczba godzin szkoleń przebytych przez kobiety (liczone liczba kobiet w Lewiatan Holding x ilość godzin szkoleniowych na 1 osobę)	LH	LH	■	495,5	504	1,72%	58
B10	Średnia liczba godzin szkoleń przebytych przez mężczyzn (liczone liczba mężczyzn w Lewiatan Holding x ilość godzin szkoleniowych na 1 osobę)	LH	LH	■	540,5	395,5	-26,83%	58
WW B10	Liczba osób biorących udział w szkoleniach w CEL	PSH	LH	■	6 945	8 305	19,58%	58
WW B10	Liczba modułów, z których skorzystali uczestnicy	PSH	LH	■	126	110	-12,70%	58
WW B10	Liczba ukończonych szkoleń	PSH	LH	■	93 415	99 267	6,26%	58
WW B10	Nowe kursy	PSH	LH	■	42	23	-45,24%	58
WW B10	Nowe zagadnienia	PSH	LH	■	47	25	-46,80%	58
WW B10	Szkolenie HACCP – Praktyczny sklep:		LH	■				
	liczba warsztatów	PSH	LH	■	25	24	-4%	60
	liczba uczestników warsztatów	PSH	LH	■	134	75	-44,03%	60
WW B10	Szkolenie HACCP – online (e-learning)	PSH	LH	■	2 139	642	-69,99%	59
WW B10	Szkolenie z merchandising lady sklepowej oraz stoiska owoce-warzywa:	PSH	LH	■				
WW B10	liczba warsztatów	PSH	LH	■	44	56	27,27%	59
WW B10	liczba uczestników warsztatów	PSH	LH	■	201	279	38,81%	59
WW B10	szkolenie online – liczba uczestników	PSH	LH	■	-	2 068	-	59
WW B10	Programy rozwojowe (liczba osób):							
WW B10	Akademia Przywództwa	PSH	LH	■	-	15	-	60
WW B10	analiza danych i raportowanie	PSH	LH	■	-	16	-	60
WW B10	skuteczne negocjacje	PSH	LH	■	-	12	-	60
WW B10	Nowe formy szkoleniowe – podcasty:							
WW B10	liczba podcastów	LH	LH	■	-	9	-	58
WW B10	liczba odsłuchań	LH	LH	■	-	3 489	-	58
WW B10	Łączna liczba zalogowanych użytkowników na platformie Akademii Umiejętności Eurocash	PSH	AUE	■	1 737	1 642	-5,47%	60
WW B10	Uczestnicy webinarów AUE	PSH	AUE	■	552	1 089	97,28%	60
WW B10	Uczestnicy warsztatów AUE	PSH	AUE	■	640	895	39,84%	60
WW B10	Liczba absolwentów SGH – studia na kierunku współtworzonym przez Eurocash S.A.	PSH	AUE	■	15	5	-66,67%	60
	Liczba uczestników Kongresu Przedsiębiorców Polskiego Handlu AUE	PSH	AUE	■	272	202	-25,74%	60

Rodzaj wskaźnika: nr VSME lub WW	Kategoria danych	Kogo dotyczy?	Źródło pozyskania danych	Rodzaj ujawnienia	2024	2025	Zmiana	Miejsce w raporcie
Informacje dodatkowe: kadra zarządzająca, osoby samozatrudnione, pracownicy tymczasowi								
C5	Liczba kobiet w kadrze kierowniczej najwyższego szczebla	LH	LH	■	0	0	0%	58, 66
C5	Liczba mężczyzn w kadrze kierowniczej najwyższego szczebla	LH	LH	■	3	3	0%	58, 66
C5	Współczynnik płci wśród kadry kierowniczej najwyższego szczebla	LH	LH	■	0	0	0%	58, 66
C5	Całkowita liczba osób samozatrudnionych bez personelu, które pracują wyłącznie na rzecz jednostki	LH	LH	■	Nie dotyczy			
C5	Całkowita liczba pracowników tymczasowych zapewnionych przez jednostki prowadzące głównie działalność związaną z zatrudnieniem	LH	LH	■	Nie dotyczy			

Polityki i procesy dotyczące praw człowieka								
C6	Czy jednostka posiada kodeks postępowania lub politykę dotyczącą praw człowieka?	LH	LH	■	Nie dotyczy	TAK		60
C6	Czy dokumenty te obejmują następujące kwestie:	LH	LH	■				
C6	praca dzieci	LH	LH	■	Nie dotyczy	TAK		45, 60, 66
C6	praca przymusowa	LH	LH	■	Nie dotyczy	TAK		45, 60, 66
C6	handel ludźmi	LH	LH	■	Nie dotyczy	TAK		45, 60, 66
C6	dyskryminacja	LH	LH	■	Nie dotyczy	TAK		45, 60, 66
C6	zapobieganie wypadkom	LH	LH	■	Nie dotyczy	TAK		45, 60, 66
C6	inne (jeśli tak, to jakie?)	LH	LH	■	Nie dotyczy			
C6	Czy istnieje mechanizm rozpatrywania skarg pracowników?	LH	LH	■	Nie dotyczy	TAK		45

Poważne incydenty dotyczące praw człowieka								
C7	Czy odnotowano incydenty naruszania praw człowieka?	LH	LH	■	NIE	NIE		60
C7	Czy te incydenty były związane z kwestiami takimi jak: praca przymusowa, handel ludźmi, dyskryminacja, zapobieganie wypadkom?	LH	LH	■	Nie dotyczy	Nie dotyczy		
C7	Czy jednostka posiada wiedzę na temat jakichkolwiek potwierdzonych incydentów dotyczących osób wykonujących pracę w łańcuchu wartości, dotkniętych społeczności, konsumentów i użytkowników końcowych?	LH	LH	■	NIE	NIE		60
C7	Specyfikacja potwierdzonych incydentów dotyczących osób wykonujących pracę w łańcuchu wartości, dotkniętych społeczności, konsumentów i użytkowników końcowych.	LH	LH	■	Nie dotyczy	Nie dotyczy		

Ujawnienia dotyczące ładu korporacyjnego								
Naruszenie przepisów antykorupcyjnych i dotyczących zwalczania przekupstwa								
B11	Czy w raportowanym okresie jednostka otrzymała wyroki skazujące lub podlegała grzywnom za naruszenie przepisów antykorupcyjnych i dotyczących zwalczania przekupstwa?	LH	LH	■	NIE	NIE		66
B11	Całkowita liczba wyroków skazujących	LH	LH	■	Brak wyroków skazujących	Brak wyroków skazujących		66
B11	Całkowita kwota grzywnien	LH	LH	■	Brak grzywnien	Brak grzywnien		66

Rodzaj wskaźnika: nr VSME lub WW	Kategoria danych	Kogo dotyczy?	Źródło pozyskania danych	Rodzaj ujawnienia	2024	2025	Zmiana	Miejsce w raporcie
Przychody z niektórych rodzajów działalności								
C8	Przychody z kontrowersyjnych rodzajów broni (miny przeciwpiechotne, amunicja kasetowa, broń chemiczna, broń biologiczna)	LH	LH	■	Nie dotyczy	Nie dotyczy		
C8	Przychody z uprawy i produkcji tytoniu	LH	LH	■	Nie dotyczy	Nie dotyczy		
C8	Przychody z węgla	LH	LH	■	Nie dotyczy	Nie dotyczy		
C8	Przychody z ropy naftowej	LH	LH	■	Nie dotyczy	Nie dotyczy		
C8	Przychody z gazu	LH	LH	■	Nie dotyczy	Nie dotyczy		
C8	Całkowite przychody z sektora paliw kopalnych (węgiel, ropa i gaz) (tj. jednostka osiąga przychody z działalności związanej z poszukiwaniem, górnictwem, wydobyciem, produkcją, przetwarzaniem, magazynowaniem, rafinacją lub dystrybucją, w tym transportem i magazynowaniem, paliw kopalnych zdefiniowanych w art. 2 pkt 62 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/1999 oraz handlem tymi paliwami)	LH	LH	■	Nie dotyczy	Nie dotyczy		
C8	Przychody z produkcji chemikaliów	LH	LH	■	Nie dotyczy	Nie dotyczy		

Wykluczenie z unijnych wskaźników referencyjnych								
C8	Jednostki są wyłączone z unijnych wskaźników referencyjnych dostosowanych do porozumienia paryskiego, jeżeli uzyskują:	LH	LH	■	Nie dotyczy	Nie dotyczy		
C8	co najmniej 1% swoich przychodów z działalności związanej z poszukiwaniem, wydobyciem, dystrybucją lub rafinacją węgla kamiennego i brunatnego	LH	LH	■	Nie dotyczy	Nie dotyczy		
C8	co najmniej 10% swoich przychodów z działalności związanej z poszukiwaniem, wydobyciem, dystrybucją lub rafinacją paliw olejowych	LH	LH	■	Nie dotyczy	Nie dotyczy		
C8	co najmniej 50% swoich przychodów z działalności związanej z poszukiwaniem, wydobyciem, dystrybucją lub rafinacją paliw gazowych	LH	LH	■	Nie dotyczy	Nie dotyczy		
C8	50% swoich przychodów z produkcji energii elektrycznej, której intensywność emisji gazów cieplarnianych wynosi powyżej 100 g CO ₂ e/kWh	LH	LH	■	Nie dotyczy	Nie dotyczy		
C8	żadne z powyższych	LH	LH	■	Nie dotyczy	Nie dotyczy		
C8	Jednostki są wykluczone z jakichkolwiek unijnych wskaźników referencyjnych, które są zgodne z porozumieniem paryskim	LH	LH	■	Nie dotyczy	Nie dotyczy		

Wskaźnik zróżnicowania organu zarządzającego pod względem płci								
C9	Czy jednostka posiada organ zarządzający?	LH	LH	■	TAK	TAK		
C9	Liczba kobiet w organie zarządzającym na koniec okresu sprawozdawczego	LH	LH	■	0	0	0%	58, 66
C9	Liczba mężczyzn w organie zarządzającym na koniec okresu sprawozdawczego	LH	LH	■	3	3	0%	58, 66
C9	Wskaźnik zróżnicowania organu zarządzającego pod względem płci	LH	LH	■	0	0	0%	58, 66

MAMY TO!

W razie pytań dotyczących

Raportu zapraszamy do kontaktu:

 raportesg@lewiatan.pl

raportesg.lewiatan.pl

