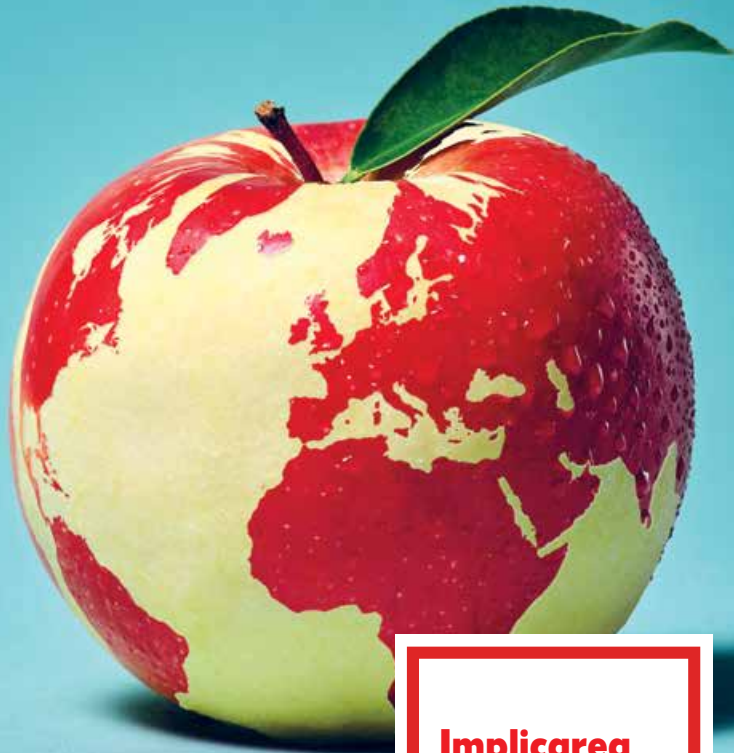


# RESPONSABILI ÎNCĂ DE LA ÎNCEPUT

Broșură de responsabilitate socială 2020



**Implicarea  
face  
diferența.**



**Kaufland**

Kaufland Moldova

# Despre Broșură

Aceasta este prima broșură de Responsabilitate Socială Corporativă a Kaufland Moldova. Informațiile prezentate în continuare acoperă anul financiar 2020 (1 martie 2020 – 28 februarie 2021) și descriu activitatea noastră în cele 4 magazine și sediul central.

Broșura este structurată în 7 capitole și prezintă indicatori de performanță non-financiară relevanți pentru activitatea noastră.

În scopuri de comunicare, pe parcursul broșurii, termenii „Kaufland Moldova” sau „Compania”, au fost folosiți în locul denumirii oficiale a companiei Kaufland S.R.L.

Broșura a fost dezvoltată de echipa internă a Kaufland Moldova, coordonată de:

**Cristina Aramă**

PR Manager – Departament Comunicare

## Consultanță

Pregătirea broșurii de sustenabilitate s-a desfășurat cu sprijinul și îndrumarea tehnică a The CSR Agency.



## Contact

Pentru mai multe informații legate de această broșură, comentarii, sugestii și alte întrebări cu privire la abordarea noastră privind principiile sustenabilității, ne puteți contacta la:

## KAUFLAND S.R.L

Str. Sfatul Țării 29, MD-2012, Chișinău

Tel: +373 22 85 93 00

[presa@kaufland.md](mailto:presa@kaufland.md)

[www.kaufland.md](http://www.kaufland.md)

# Cuprins

**Mesajul Directorului General** ..... **04**

**Mesajul Directorului Executiv** ..... **06**

**1. Povestea noastră** ..... **08**

Grupul Schwarz ..... **08**

Kaufland Moldova ..... **10**

Cifrele cheie ale anului 2020 ..... **12**

Conformare, etică și responsabilitate în afaceri ..... **13**

**2. Sortiment: ne implicăm pentru a face lucrurile așa cum trebuie. De la început** ..... **16**

Mărcile proprii Kaufland ..... **16**

Produse sustenabile ..... **20**

**3. Lanțul de aprovizionare: ne implicăm pentru furnizorii noștri** ..... **22**

Responsabilitate pe întreg lanțul de aprovizionare ..... **22**

Sprijinim producătorii locali ..... **23**

Furnizorii noștri în 2020 ..... **23**

**4. Angajați: ne implicăm pentru echipă** ..... **24**

Kaufland Moldova, Angajator de TOP ..... **24**

Politica de remunerare ..... **26**

Diversitate și egalitate de șanse ..... **27**

Formare și dezvoltare profesională. Beneficii ..... **28**



**5. Magazine: ne implicăm pentru mediul înconjurător** ..... **30**

Deșeurile generate în operațiuni ..... **30**

Consumul de energie ..... **32**

Emisii de gaze cu efect de seră ..... **34**

Consumul de apă ..... **35**

**6. Societate: ne implicăm pentru comunitățile noastre** ..... **36**

Programele noastre ..... **36**

Proiectele noastre între 2019 – 2020 ..... **37**

**7. Criza care ne-a unit: solidari cu comunitățile noastre în lupta împotriva COVID-19** ..... **42**

# Mesajul Directorului General



## Dragi prieteni,

Într-o lume plină de provocări, care se află într-o continuă schimbare, noi demonstrăm, că Implicarea face diferența prin acțiuni concrete și proiecte care generează schimbări și contribuie la dezvoltarea sustenabilă a comunității în care lucrăm. Această atitudine este firească pentru noi, pentru că înțelegem rolul pe care îl avem nu doar în business, ci și în societate. Am în vedere impactul pe care îl generăm în viețile clienților, partenerilor, angajaților și furnizorilor noștri.

Începând cu 2016, Kaufland și-a asumat angajamentul de a fi un prieten și un partener activ și de încredere al Republicii Moldova, care dincolo de activitățile de zi cu zi, contribuie la dezvoltarea economică a comunităților locale și sprijină proiecte de implicare socială. Responsabilitatea socială face parte din ADN-ul companiei, iar în prezent, majoritatea activităților și programelor de responsabilitate socială pe care le desfășurăm se concentrează pe 5 piloni: protecția mediului, educația, proiecte sociale, sport și cultură.

2020 a fost un an dificil pentru noi toți. Confrunțați cu o criză fără precedent la nivel global, am fost nevoiți să ne adaptăm și să luăm decizii rapide. Am văzut în tot acest timp, că lucrurile pe care mulți dintre noi le consideram firești și normale, s-au schimbat într-o secundă: de la întâlnirile cu cei dragi și mersul la serviciu, până la modul în care ne făceam cumpărăturile. Deși contextul pe care îl traversam atunci era plin de incertitudini și provocări, am știut că trebuie să ne asumăm responsabilitatea de a fi alături de cei de lângă noi. Astfel, încă din primele zile

ale crizei generate de COVID-19, am luat toate măsurile pentru ca oamenii din echipa Kaufland și clienții care intrau în magazinele noastre să fie în siguranță, investind pe parcursul anului peste 5.000.000 de lei pentru astfel de acțiuni. Pe lângă toate acestea, ne-am luat angajamentul să fim alături și de cei aflați în linia întâi, dar și de persoanele vulnerabile cel mai afectate de această situație: am donat peste 3.600.000 de lei în semn de susținere a comunităților și a medicilor din prima linie.

Muncim zi de zi pentru a schimba lumea din jurul nostru, pentru a fi alături de cei de lângă noi, intervenind acolo unde impactul acțiunilor noastre vor fi resimțite de oameni. Kaufland nu este doar o afacere de succes, care contribuie cu taxe și impozite la bugetul statului. Nu suntem doar un angajator bun, care oferă locuri de muncă bine plătite și investește în angajați. Suntem o resursă care contribuie permanent la dezvoltarea comunității și desigur un bun vecin și prieten.

Scopul nostru este să ne facem bine munca, având ca motivație grija față de oameni și de mediul înconjurător. De modul cum vom reuși să realizăm toate planurile ambițioase pe care ni le-am propus, depinde viitorul afacerii noastre. Vom continua să facem acest lucru, ghidați de corectitudine, profesionalism și mult suflet, pentru noi și pentru generațiile viitoare, aici, în Republica Moldova.

**Marco Höbl,**

**Director general Kaufland Republica Moldova și România**

# Mesajul Directorului Executiv



## Dragi prieteni,

2019 a fost anul în care, după patru ani de muncă și eforturi comune Kaufland a deschis ușile magazinelor sale pentru oamenii din Republica Moldova. Odată cu acest pas, am adus aici experiența noastră de business și toate procesele care ne recomandă la nivel internațional ca fiind o companie de încredere, pentru care sustenabilitatea și responsabilitatea socială sunt părți esențiale în strategia de afaceri – motor care stă la baza performanței constante.

În 2020 ne-am continuat misiunea de a aduce pe piața din Republica Moldova un retail modern, performant și dinamic. În același timp, am rămas fideli proiectelor noastre de implicare socială, identificând cele mai stringente necesități ale comunității în care ne desfășurăm activitatea. Ne-am propus să creăm locuri de muncă la standarde europene unde angajații sunt sufletul afacerii, să promovăm produsele și producătorii autohtoni pe rafturile magazinului, investind astfel

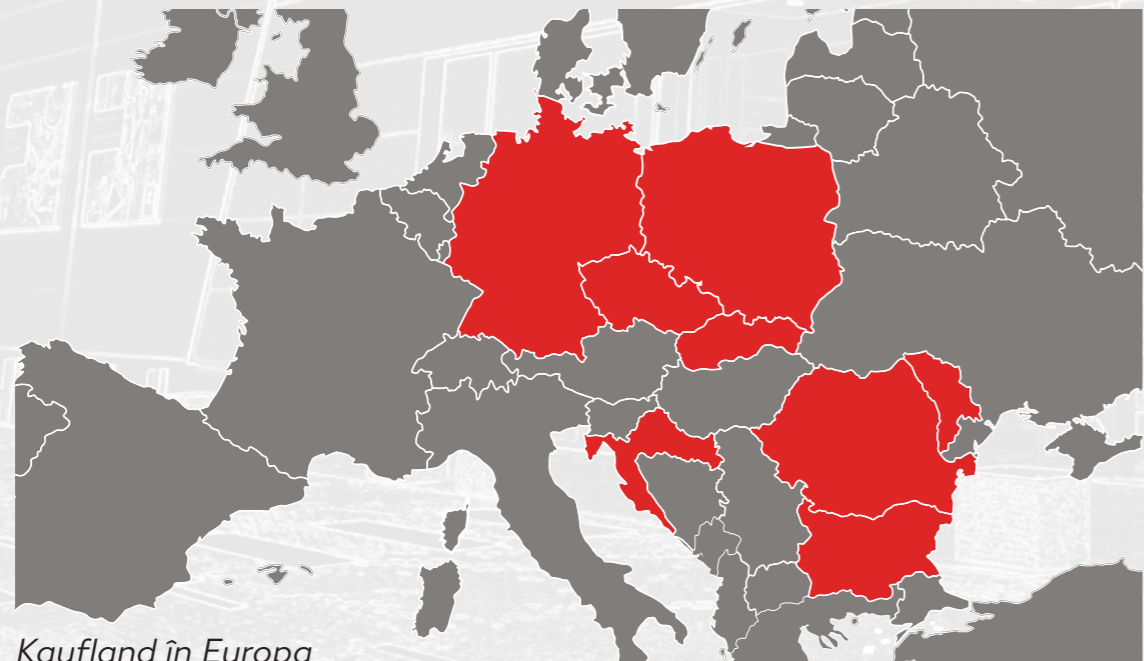
activ în economia țării, obiectivul nostru final fiind ca oamenii de aici, din Republica Moldova, să aibă parte de produse și servicii de calitate, o atitudine prietenoasă și onestă.

Însă Kaufland merge dincolo de pragul magazinelor sale și reprezintă un bun vecin și o resursă pe care comunitățile noastre se pot baza. Scopul nostru este să ne desfășurăm activitatea având grijă de oameni și de mediul înconjurător, pentru că știm că de modul cum vom reuși să atingem acest obiectiv, depinde viitorul afacerii noastre și al oricărei economii sustenabile. Informațiile prezentate în această broșură reprezintă un prim pas, o dovadă a angajamentelor noastre esențiale susținute prin acțiuni concrete, având în minte un principiu fundamental pentru Kaufland, transparența.

**Dona Răpciugă**  
Director Executiv Kaufland Moldova

# Grupul Schwarz

Grupul Schwarz este o companie comercială internațională de top, cu aproximativ 12.900 de magazine și 500.000 de angajați în 33 de țări. Grupul a generat o cifră de afaceri totală de 125,3 miliarde de euro în anul financiar 2020. Împărțit în diviziile de producție, comerț și mediu, Grupul Schwarz acoperă întregul ciclu de valoare adăugată. Lidl și Kaufland reprezintă pilonii grupului în retailul alimentar. Pe rafturile acestora se regăsesc multe articole marcă proprie, de la înghețată la băuturi, care sunt produse de Schwarz Produktion. Se pune un accent deosebit pe utilizarea de materii prime durabile, precum și pe ambalaje ecologice. De asemenea, împreună cu furnizorul de servicii de mediu PreZero, Grupul Schwarz urmărește de mulți ani viziunea reciclării în circuit închis. În gestionarea deșeurilor și a reciclării, PreZero se concentrează pe reutilizarea materialelor și investește astfel într-un viitor curat. Schwarz Dienstleistungen oferă sprijin în probleme administrative și operaționale. Toate companiile din Grupul Schwarz împărtășesc o viziune comună asupra sustenabilității: trăirea responsabilității la nivel global, prin diversitate.



Kaufland în Europa

## Călătoria noastră

**Kaufland Stiftung & Co. KG, parte a Grupului Schwarz, având sediul central internațional în Neckarsulm, furnizează procesele și sistemele necesare pentru a susține companiile de la nivel național în operațiunile lor. Kaufland operează peste 1.350 de magazine în Germania și Europa de Est.**

### 1930

Josef Schwarz se alătură companiei Südfrüchte-Großhandlung Lidl & Co. Din Heilbronn. Grupul este redenumit Lidl & Schwarz și se extinde ca o rețea de magazine, tip engros, cu un sortiment vast de produse alimentare.

### 1968

Dieter Schwarz și Walter Herrmann deschid primul magazin pentru produse de larg consum din Backnang sub numele Handelshof. Anterior, Joseph Schwarz predase conducerea companiei fiului său, Dieter Schwarz. Astfel, se deschide calea pentru a deveni un comerciant cu amănuntul de succes, la nivel internațional.

### 1960

Deschiderea primului magazin Cash-&-Carry sub numele de Handels-und Fruchthof Heilbronn.

### 1984

Se deschide primul magazin Kaufland cu autoservire în Neckarsulm. Numărul de clienți este enorm.

### 1993

100 de magazine Kaufland, odată cu deschiderea noului magazin din Berlin Prenzlauer Berg.

### 1990

Expansiune în noile land-uri. În Meißen se deschide primul punct de vânzare într-un cort.

### 2003

Lansarea mărcii proprii K-Classic. La scurt timp urmează dezvoltarea altor mărci proprii Kaufland.

### 2010

Magazinul Kaufland cu nr. 1.000 se deschide în Berlin. În momentul de față există deja 600 de magazine în Germania și un total de 400 de magazine în Bulgaria, Polonia, România, Croația, Slovacia și Cehia.

### 2018

Kaufland sărbătorește aniversarea a 50 de ani de la înființare prin magazine modernizate, cu o nouă înfățișare.

### 2005

Se deschide primul magazin Kaufland din România.

### 2010/2011

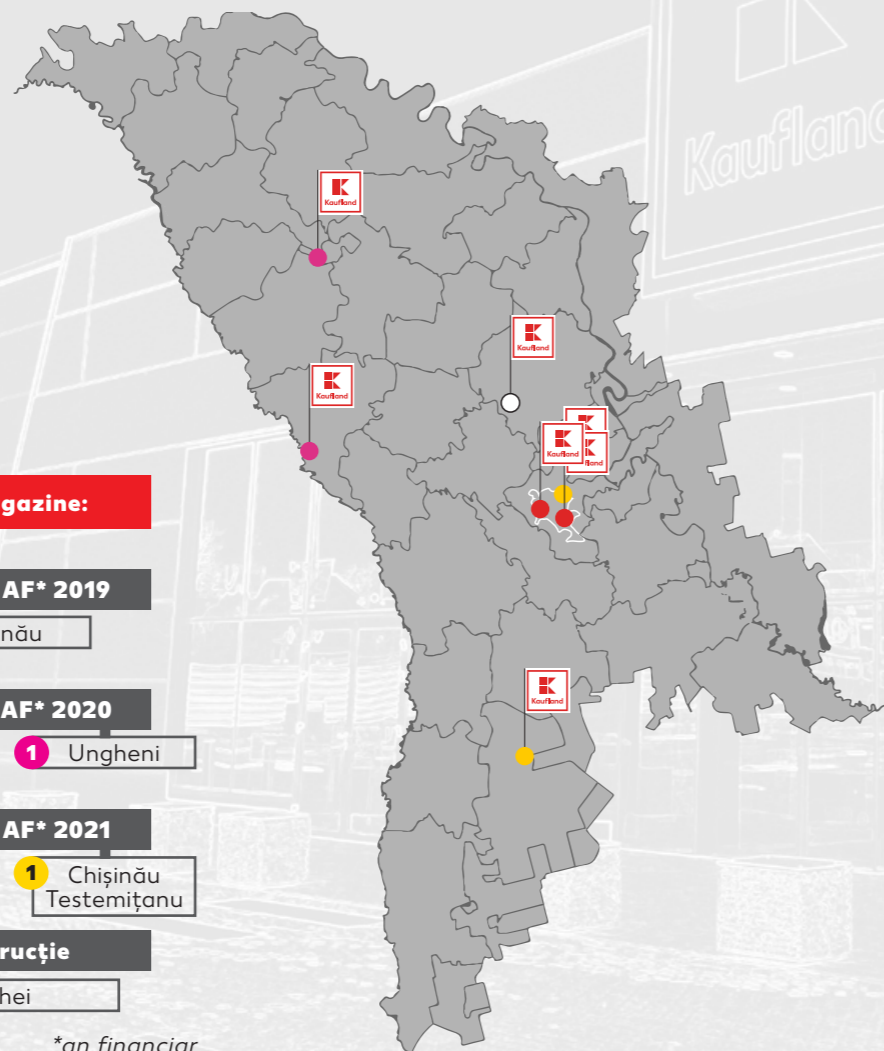
Un singur nume: KaufMarkt (din 2010) și Handelshof (din 2011) devin Kaufland.

### 2019

**Kaufland deschide primele magazine în Moldova.**

# Kaufland Moldova

Kaufland Moldova face parte din rețeaua de magazine europeană Kaufland, cu operațiuni în Germania, Cehia, Slovacia, Croația, Polonia, Bulgaria și România, aparținând Grupului Schwarz, compania fiind prezentă în Republica Moldova de 4 ani, cu primele magazine deschise în anul 2019.



În 2019, Kaufland a deschis ușile primelor două magazine în Republica Moldova. În timp ce în 2020 compania opera 4 magazine, în prezent operează o rețea de 6 magazine în țară, dezvoltate după cele mai înalte standarde de calitate și confort.

Satisfacția clienților este în centrul afacerii noastre. Fiecare dintre angajații Kaufland contribuie la un mediu prietenos, creând pentru orice client o experiență plăcută la cumpărături.

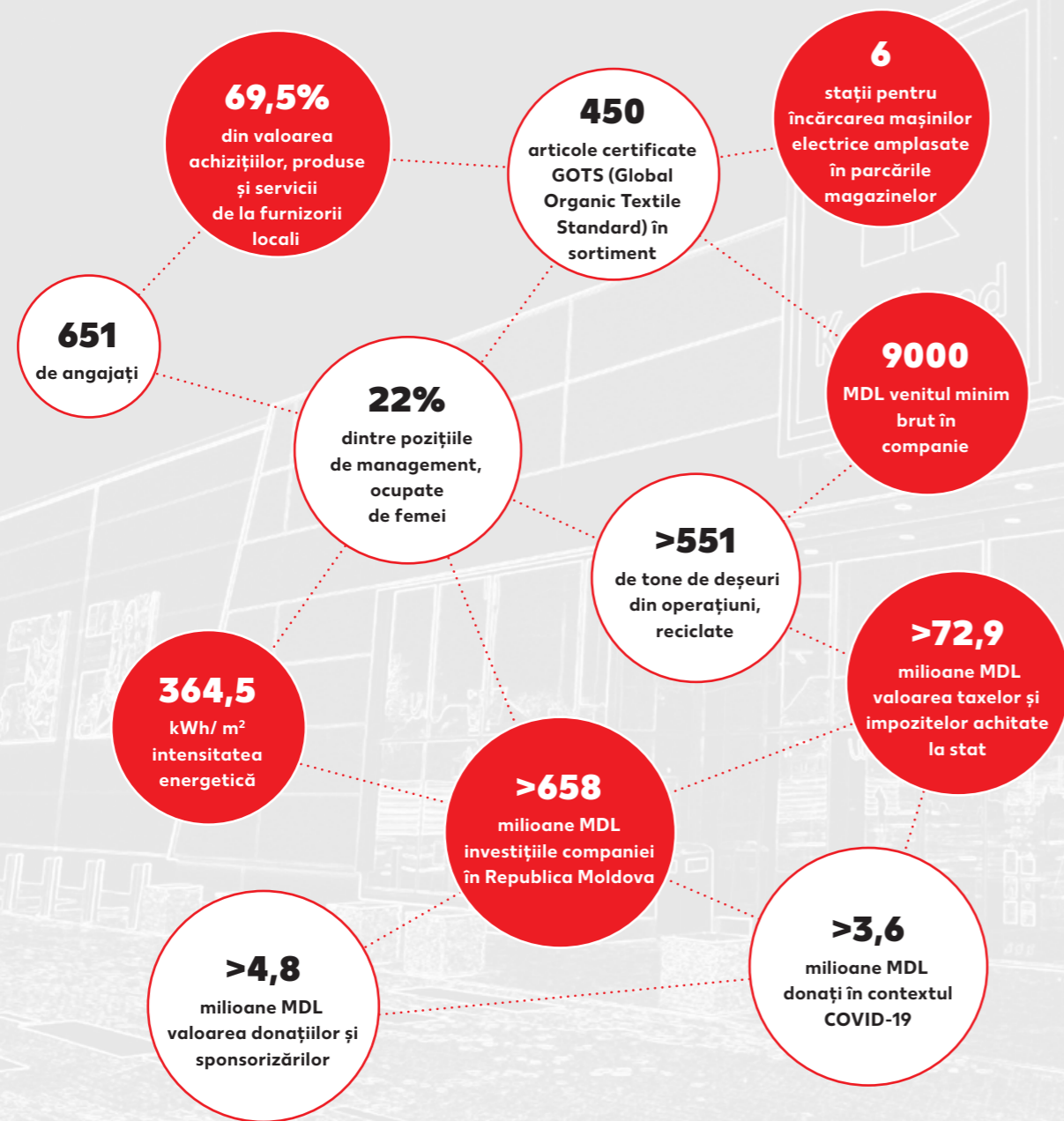
Ne străduim să fim un partener de afaceri onest, pentru că astfel putem continua să fim un cetățean activ al comunității, a cărei bunăstare o susținem și o creștem. În confirmarea planurilor și acțiunilor noastre, din 2016 și până în 2020, Kaufland a investit deja peste 658 milioane de lei moldovenești în dezvoltarea companiei în Republica Moldova.



După doi ani de activitate pe piața din Republica Moldova, Kaufland își reconfirmă statutul de companie care aplică cele mai inovatoare tehnologii în domeniul retail, iar grija față de angajați, clienți, parteneri și comunitate rămâne a fi o prioritate. În acest sens, Kaufland Moldova a obținut premiul cel mare - „Mercuriul de Aur” la patru categorii în cadrul concursului „Marca Comercială a Anului 2020”:

- „Marca comercială responsabilă social”;
- „Contribuție importantă la dezvoltarea sustenabilă (durabilă);
- „Inter” (Indicatori economici și financiari).
- Implementarea standardelor de integritate în sectorul privat

## Cifrele cheie ale anului 2020



## Conformare, etică și responsabilitate în afaceri

### Valorile noastre

Ne dorim să construim relații lungă durată și de încredere cu toți partenerii noștri, având la bază dorința de a contribui împreună la creșterea sustenabilă a comunităților noastre. Valorile care stau la baza modelului nostru de afaceri sunt ancorate în principii solide precum corectitudinea, respectul și grija față de tot ce ne înconjoară.

Totodată, conduita pe care o adoptăm la locul de muncă este caracterizată de trei valori fundamentale care își pun amprenta asupra comportamentului nostru:

- **Performanța**  
ca fundament al succesului, ce presupune acțiune, perseverență, curaj și pasiune
- **Dinamismul**  
puterea prin care sporim ceea ce este bun și creăm ceva nou, ce presupune deschiderea și abilitatea de a realiza schimbări, precum și preluarea fermă a responsabilității.
- **Corectitudinea**  
bazată pe apreciere și respect, este temelia colaborării noastre, caracterizată de încredere.

### Conformarea

Încălcarea legilor aplicabile poate atrage prejudicii financiare și pierderi de reputație pentru Kaufland. În plus, astfel de abateri pot avea ca rezultat cereri pentru despăgubiri și consecințe penale pentru angajații companiei sau membrii corpului corporativ. Acțiunile întreprinse de companie și angajații săi se bazează așadar pe următorul principiu:

**„Respectăm legea aplicabilă și liniile directoare interne.”**

Acesta reprezintă un principiu corporativ central care este obligatoriu pentru toți angajații. Compania și conducerea sa se angajează în mod expres să respecte și să supravegheze implementarea acestui principiu corporativ.

În acest context, compania a implementat un sistem de management al conformității (SMC), care include standarde CMS obligatorii. Aceste standarde specifică anumite cerințe și elemente pentru a asigura un nivel adecvat de conformitate. Un element esențial al SMC este că încălcările legii aplicabile și ale ghidurilor interne ar trebui evitate și încălcările identificate sancționate/pedepsite în consecință („principiul toleranței zero”).

Domeniile de interes ale SMC sunt, de exemplu, anticorupția/antifrauda, legea antitrust și protecția datelor. Măsurile SMC includ în special emiterea și comunicarea reglementărilor (de exemplu, reglementări privind gestionarea beneficiilor și regulile de protecție a datelor), implementarea măsurilor de formare și instruire, precum și urmărirea tuturor dovezilor interne și externe ale posibilelor încălcări ale drepturilor.

Departamentele companiei responsabile de conformitate analizează eficacitatea măsurilor descrise mai sus. În plus, acestea investighează și clarifică toate posibilele cazuri ce ridică suspiciuni.

Mai multe informații despre principiile și valorile care ne ghidează în activitatea de zi cu zi puteți citi accesând pagina noastră [www.kaufland.md](http://www.kaufland.md), secțiunea **Despre Kaufland** → **Valori**

### Canale de raportare

Unul dintre obiectivele noastre principale este reprezentat de evitarea riscurilor care ar putea pune în pericol încrederea clienților și partenerilor noștri de afaceri. În acest scop, orice persoană, care ar putea avea semne ale încălcării principiilor compliance, se poate adresa, pentru consultanță și/sau raportare, către managerul compliance sau avocatul extern confidențial.

### Drepturile omului

Respectăm, promovăm și protejăm drepturile omului, atât la nivelul întregului lanț valoric, cât și la nivelul sistemelor globale de aprovizionare. Împreună cu angajații noștri, cu clienții, cu partenerii de afaceri și cu acționarii, lucrăm în fiecare zi pentru a obține progrese în domeniul drepturilor omului - susținuți în mod special de angajamentele noastre pentru practici comerciale corecte și

### Contribuții politice

Compania este împotriva oricăror contribuții politice și acordă o deosebită atenție pentru prevenirea și combaterea oricăror acțiuni îndreptate spre acordarea și/sau obținerea de foloase necuvenite/ilegale. În acest sens, la nivelul companiei există directive și politici dedicate

De asemenea, sistemul nostru de raportare online BKMS®, care reprezintă o platformă de comunicare, permite transmiterea în orice moment, de informații cu privire la încălcarea principiilor Compliance, inclusiv în mod anonim. Toate informațiile primite prin sistemul de raportare BKMS® sunt procesate de către Managerul Intern de Compliance.

condiții de muncă și de viață decente. Mai multe informații despre abordarea noastră cu privire la implementarea mecanismelor de gestionare și prevenire a încălcării drepturilor omului, dar și modul în care gestionăm riscurile în această direcție puteți citi [aici](#) sau accesând

[www.kaufland.md](http://www.kaufland.md), secțiunea **Despre Kaufland** → **Responsabilitate** → **Sustenabilitate** → **Lanțul de aprovizionare**

pentru tratarea conflictelor de interese, conformare și tratarea cadourilor. Acestea sunt aduse la cunoștința tuturor angajaților prin școlarizări și suport permanent din partea departamentului Legal&Compliance. Totodată, activitatea de sponsorizare este strict monitorizată, inclusiv prin prisma beneficiarilor finali.



**Marca Comercială a Anului 2020**

**În cadrul concursului „Marca Comercială a Anului 2020”, Kaufland a devenit deținătoarea trofeului Integrității, în cadrul nominalizării - „Implementarea standardelor de integritate în sectorul privat”. Această distincție este oferită de către Centrul Național Anticorupție, în parteneriat cu PNUD Moldova, în cadrul proiectului „Lupta cu corupția prin consolidarea integrității în Republica Moldova” (implementat cu sprijinul financiar al Ministerului Afacerilor Externe al Norvegiei).**

**Concursul „Marca Comercială a Anului” este organizat de către Camera de Comerț și Industrie, în colaborare cu Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală. Începând cu anul 2003, acest concurs se desfășoară anual, având ca scop testarea competitivității produselor și serviciilor, efectuată în baza evaluării mărcilor comerciale de către un juriu profesionist și de către consumatorii din Republica Moldova.**



## Mărcile proprii Kaufland

Satisfacția clienților stă mereu în centrul preocupărilor noastre. Dorințele și nevoile acestora sunt într-o continuă schimbare, de aceea scopul nostru este să le oferim cea mai bună experiență la cumpărături, informându-i în permanență cu privire la opțiunile pe care le au la dispoziție în magazinele Kaufland.

### Produse alimentare



**K-Classic** – marca proprie ce oferă un sortiment bogat de produse, la cel mai convenabil preț. Calitatea produselor este garantată prin controalele constante și verificările realizate de institute de verificare independente.



Este o marcă proprie de gustări preparate, gata de consum. Sandvișuri, specialități de cafea gata preparată, băuturi, deserturi pe bază de lapte, suc de portocale și smoothie-uri sunt pregătite cu atenție, gata să fie alese și savurate din raionul To Go, special amenajat în magazinele noastre.



**K-Bio** – include o gamă variată de produse bio, la preț convenabil, fabricate conform cerințelor și normelor legale naționale și internaționale privind producția ecologică și etichetarea produselor ecologice și, de exemplu, nu conțin coloranți, potențiatori de gust sau arome artificiale.



**K-free** – gamă de produse ce nu conțin gluten sau lactoză și le oferă clienților cu intoleranțe sau alergii cel mai bun raport calitate-preț.



**K-take it veggie** – gamă largă de produse vegane sau vegetariene, ce oferă un sortiment bogat pentru toți clienții noștri care își doresc să adopte o dietă mai echilibrată.



## Produse nealimentare



Noua marcă proprie pentru copii cuprinde tricouri, bluze cu mânecă lungă, gece, jachete, colanți, pantaloni, pantofi sport, hanorace, veste și multe altele. Produsele Hip&Hopps conving prin materialele selectate, prelucrare superioară, rezistență și funcționalitate. Atunci când este posibil, toate fibrele naturale folosite sunt din bumbac eco certificat GOTS. Calitatea se verifică periodic de departamentul nostru intern pentru asigurarea calității, dar și de institute independente.



Kidland – prima marcă proprie de jucării, pune accent pe siguranță și calitate verificată, oferind modele variate, la prețuri avantajoase. Astfel, pe lângă controalele de calitate interne, efectuate din timpul

producției, apelăm la expertiza institutelor independente. La jucăriile din lemn punem accentul pe materii prime cu certificat FSC® din silvicultura durabilă. În plus, toate jucăriile din lemn sunt verificate de TÜV®.



Kuniboo – marca proprie pentru copii și bebeluși cu produse atent selecționate, realizate cu cele mai exigente cerințe de calitate și confort. Cea mai mare parte a fibrelor naturale prelucrate sunt din bumbac organic certificat GOTS (Global Organic Textile Standard), nasturii sunt suficient de puternici pentru a evita ruperea, testați pentru a exclude posibile reacții adverse la nichel, iar hârtia în care sunt ambalate produsele este certificată FSC® (Forest Stewardship Council).



Gamă de produse pentru grădinarii amatori și iubitorii de aer curat, ce include unelte pentru grădinărit și accesorii pentru balcoane sau terase. Produsele sunt fabricate din materiale robuste și de calitate pentru a face față tuturor factorilor de mediu. Verificările TÜV și garanția aferentă produselor electrice, care depășește perioada impusă prin lege, fac ca raportul dintre preț și calitate să fie unul corect. În plus, articolele din lemn sunt certificate FSC® și provin dintr-un proces de fabricație sustenabil.



Este gama care oferă produse electrocasnice de calitate superioară, la prețuri bune. Produsele mărcii SWITCH ON au un design atractiv și modern, respectând totodată un nivel tehnic ridicat. Sigure, funcționale, durabile și ușor de folosit, produsele SWITCH ON sunt prevăzute cu un cablu de alimentare și/sau cu baterie integrată și certificate de către institute renumite, independente și acreditate, precum TÜV Rhineland.



## Produse cosmetice



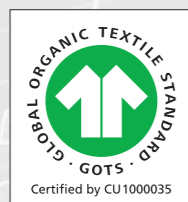
Este o gamă de produse pentru îngrijire personală, ce include creme, geluri de duș, produse pentru păr, îngrijirea feței, produse cosmetice pentru bărbați, dar și alte tipuri de produse ce acoperă nevoile zilnice ale întregii familii: bebeluși, adolescenți, femei și bărbați.



Mai multe informații despre produsele marcă proprie din sortimentul nostru puteți citi accesând pagina noastră [www.kaufland.md](http://www.kaufland.md), secțiunea [Despre Kaufland](#) → [Mărci proprii](#)

## Produse sustenabile

Angajamentul nostru este să le oferim clienților produse de calitate, prin cele peste 14.000 de articole alimentare și nealimentare, disponibile în 2020 pe rafturile magazinelor noastre. Selecția și compoziția produselor care intră în sortimentul nostru are impact asupra sănătății, siguranței și bunăstării consumatorilor, de aceea, una din zonele prioritare pentru noi este reprezentată de reducerea conținutului de zahăr și sare din produsele marcă proprie. Aspectele ce țin de sustenabilitatea lanțului de aprovizionare și implicit a produselor sunt esențiale atunci când alegem ce să includem în sortiment, de aceea facem eforturi pentru a include cât mai multe produse certificate, care să ateste calitatea și bunele practici utilizate în producția acestora. Totodată, ne asumăm responsabilitatea pentru impactul pe care îl are activitatea noastră asupra mediului înconjurător și asupra comunităților care lucrează de-a lungul întregului lanț valoric.



### GOTS

Multe din articolele textile de uz casnic și articolele de îmbrăcăminte din gama noastră de mărci proprii conțin cel puțin 70% bumbac organic certificat și poartă sigiliul GOTS (Global Organic Textile Standard), care garantează un proces de producție textilă ecologic și responsabil din punct de vedere social. Mai multe pe [www.global-standard.org](http://www.global-standard.org).



### FSC

Majoritatea produselor din lemn din gama noastră marcă proprie sunt certificate FSC®, ceea ce înseamnă că sunt produse în conformitate cu directivele stricte ale Forest Stewardship Council®. Printre acestea se numără șervețele, produse de igienă precum hârtie igienică și jucării din lemn pentru copii. Cumpărând produse certificate FSC®, clienții noștri contribuie și promovează utilizarea responsabilă a pădurilor. Mai multe pe [www.fsc.org](http://www.fsc.org).



### Fairtrade

Produsele de ciocolată K-Classic și K-Bio sunt certificate Fairtrade. Acest lucru arată că ingredientul principal, cacao, provine dintr-un lanț de piață echitabil. Produsele care conțin cacao Fairtrade numără, printre altele, ciocolata de copt,

crema de ciocolată tartinabilă și diverse tipuri de fursecuri. Schema Fairtrade Cocoa permite producătorilor de cacao Fairtrade să vândă cantități mai mari din propriile culturi în condiții comerciale echitabile. Achiziționând produse marcate cu această siglă, clienții noștri contribuie activ la îmbunătățirea condițiilor de viață și de muncă ale micilor fermieri și la o producție ecologică. Mai multe pe [info.fairtrade.net/sourcing](http://info.fairtrade.net/sourcing).

### UTZ

UTZ face acum parte din Rainforest Alliance. Cele două organizații și-au unit forțele în 2018 pentru a crea un viitor mai bun pentru oameni și natură. De aceea, veți vedea noul sigiliu de certificare Rainforest Alliance și eticheta UTZ pe produsele noastre K-Classic. Produsele K-Classic certificate UTZ sau Rainforest Alliance contribuie la îmbunătățirea condițiilor de mediu și a oportunităților de trai durabile pentru fermieri, lucrători și familiile acestora. Prin susținerea programului, producătorii și mărcile de dulciuri precum K-Classic contribuie la dezvoltarea unor practici agricole mai durabile. Mai multe pe [www.rainforest-alliance.org](http://www.rainforest-alliance.org).

### MSC

Ne extindem în permanență paleta de produse din pește provenit din practici de pescuit sustenabile pe care este aplicat sigiliul MSC (Marine Stewardship Council). Sigla Marine Stewardship Council (MSC) identifică produsele din pește care provine din pescuit sustenabil. Pescăriile certificate MSC garantează faptul că stocurile de pește sunt suficiente, habitatul marin este protejat și capturile accidentale sunt minimizate. Mai multe pe: [www.msc.org](http://www.msc.org).

### Microplastice

Încă din 2013, ca parte din „Angajamentul voluntar (fără) microplastice”, ne-am angajat să eliminăm complet particulele de microplastic din produsele marcă-proprie

în categorii precum cosmetice, de igienă personală, precum și detergenți și produse de curățenie. Acestea au fost înlocuite cu materiale naturale, provenite din surse regenerabile, printre altele.

Cu definiția noastră extinsă a „Formulei fără microplastic”, ne-am propus să nu mai folosim microplastice și polimeri sintetici nebiodegradabili în rețelele produselor cosmetice și detergenților, agenților de curățare și detergenților de uz casnic din gama noastră proprie, până la finalul anului 2021 – cu condiția ca acest lucru să nu aibă ca rezultat o reducere semnificativă a performanței și/sau a siguranței produsului\*.

În plus, avem un dialog constant și cu restul furnizorilor noștri pentru a face progrese relevante și în domeniul mărcilor industriale.

Toate articolele marcă proprie fără microplastice vor fi marcate treptat cu sigla „Microplastic Free Formula”.

\* nu se referă la materialele de ambalare sau de transport

Tip certificare articole	Marcă proprie	Altele	Total articole certificate
Fairtrade	67	3	70
Organic (bio)	79	132	211
FSC (food)	3	10	13
FSC (non-food)	32	0	32
Rainforest Alliance	4	0	4
UTZ	24	11	35
MSC	4	0	4
GOTS	448	2	450
Articole din pește provenit din pescuit sustenabil	4	4	8
Articole din cacao provenită din surse sustenabile	40	0	40
Articole din cafea provenită din surse sustenabile	8	2	10
Ouă provenite din surse sustenabile	0*	4	4
<b>TOTAL**</b>	<b>713</b>	<b>168</b>	<b>881</b>

\* n/a, deoarece nu există în sortiment ouă marcă proprie

\*\* nu reprezintă totalul absolut, deoarece un articol poate avea una sau mai multe certificări

## Responsabilitate pe întreg lanțul de aprovizionare

Asumarea responsabilității ecologice și sociale depășește granițele magazinelor noastre. Ne așteptăm ca și partenerii noștri de afaceri să pună în aplicare în mod corespunzător un set de standarde sociale și de mediu. Așteptările noastre în relația cu partenerii sunt reflectate de prevederile din Codul de conduită Kaufland cu privire la standardele sociale pentru partenerii de afaceri, pe care aceștia și-l asumă și semnează la începutul oricărei colaborări.

Codul de conduită constituie baza pentru relațiile de afaceri pe termen lung cu furnizorii noștri. Acesta se bazează pe standarde și directive internaționale, cum ar fi principiile Organizației Internaționale a Muncii (OIM), ale Declarației Universale a Drepturilor Omului a Națiunilor Unite, ale convențiilor ONU cu privire la drepturile copilului, liniile directoare ale OCDE pentru întreprinderi multinaționale, precum și principiile rețelei Global Compact a ONU, o inițiativă la care Grupul Schwarz a aderat la începutul anului 2020.

Principiile de bază care reprezintă cerințe minime ce trebuie îndeplinite vizează aspecte precum: respectarea legislației, combaterea discriminării, zero toleranță pentru munca forțată și munca minorilor, libertatea de asociere și dreptul la negociere colectivă, contract de muncă și norme de lucru corecte, remunerație echitabilă, asigurarea sănătății și securității la locul de muncă, protecția mediului înconjurător, politici anticorupție și auditarea standardelor sociale.



Mai multe informații despre cum verificăm conformarea furnizorilor cu prevederile Codului de Conduită puteți citi [aici](#) sau accesând pagina noastră [www.kaufland.md](http://www.kaufland.md), secțiunea **Despre Kaufland → Sustenabilitate → Lanțul de aprovizionare.**

## Sprijinim producătorii locali

### GLOBAL G.A.P. certificare fructe & legume

Începând din 2017, producătorii moldoveni sunt ajutați prin programe speciale de susținere, să dezvolte și să obțină una din cele mai prestigioase certificări internaționale de calitate și siguranță alimentară, GLOBAL G.A.P. (Good Agricultural Practices), ce le va permite inclusiv exportul produselor oriunde în lume.

Costurile aferente obținerii acestei certificări internaționale, respectiv costurile pentru servicii de consultanță, training-uri, analize de sol și apă, construirea unor planuri de acțiune personalizate, implementare și evaluare au fost achitate integral de către Kaufland Moldova, reprezentând aproximativ 2 milioane MDL.

Standardul Fructe & Legume acoperă următoarele cerințe:

- Siguranța alimentară;
- Trasabilitate;
- Asigurarea calității;
- Sănătatea și siguranța lucrătorilor;
- Managementul terenului;
- Managementul site-ului;
- Managementul aplicării fertilizărilor;
- Managementul combaterii integrate;
- Managementul produselor de protecție a plantelor;
- Managementul apei.

## Furnizorii noștri în 2020

În 2020, 69,5% dintre cheltuielile totale cu furnizorii au fost direcționate către furnizori locali.

### Furnizorii de mărfuri

An	Furnizori locali (proporția cheltuielilor)	Alți furnizori (proporția cheltuielilor)	Total
2020	72,3%	27,7%	100%

### Furnizorii de servicii suport

An	Furnizori locali (proporția cheltuielilor)	Alți furnizori (proporția cheltuielilor)	Total
2020	58,1%	41,9%	100%



În august 2020, peste **3.700** de articole din sortimentul nostru proveneau de la furnizori locali.

## Kaufland Moldova, Angajator de TOP



[cariere.kaufland.md](https://cariere.kaufland.md)

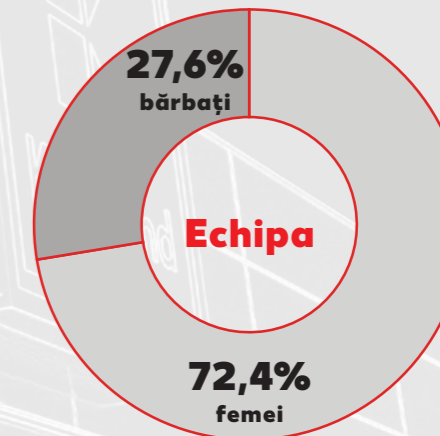
Succesul Kaufland este garantat de atenția pe care o acordăm oamenilor care lucrează alături de noi și reprezintă sufletul companiei. Gestionarea cu succes a unei companii de dimensiunea Kaufland poate fi realizată doar cu ajutorul unor politici puternice de resurse umane, care urmăresc să ofere un mediu de lucru corect, o cultură plină de viață și să însuflețască angajații mândria de a fi parte din echipa Kaufland. Totul începe cu oamenii noștri, mediul pe care l-am creat încurajează dezvoltarea personală și profesională, recompensează creativitatea și inspiră satisfacție profesională.

[recrutare@kaufland.md](mailto:recrutare@kaufland.md)

După cei aproape doi ani de prezență pe piață, Kaufland este primul retailer din țară care a obținut certificarea internațională - „Angajator de TOP” (Top Employer) în Republica Moldova. Totodată, pentru al treilea an la rând, Kaufland a obținut certificarea „Angajator de Top” în Europa, dovedind astfel că angajații sunt o prioritate pentru companie și că atingerea performanței, inclusiv la nivelul grijii pentru oamenii Kaufland, a devenit deja o tradiție.

Pentru a obține această distincție, Kaufland a trecut printr-un proces amplu și riguros de auditare realizat de Top Employers Institute, o organizație independentă din Olanda. Astfel, au fost analizate și evaluate practicile de resurse umane, pachetele salariale și beneficiile oferite, condițiile de muncă, programele de formare profesională și oportunitățile de dezvoltare în companie, alături de studierea culturii organizaționale.

În 2020, echipa Kaufland Moldova a fost formată din 651 de angajați, dintre care 471 femei și 180 bărbați.



Echipa Kaufland Moldova după vârsta angajaților	<30	30-50	>50	Total
	228	363	60	651

Echipa Kaufland Moldova după norma de lucru	Part-time	Full-time	Total
	77	574	651

Echipa Kaufland Moldova după tipul contractului	Perioadă determinată	Perioadă nedeterminată	Total
	2	649	651

Număr total de angajați noi, în funcție de gen	Bărbați	Femei	Total
	77	218	295

Număr total de angajați noi, în funcție de vârstă	<30	30-50	>50	Total
	127	148	20	295

## Politica de remunerare

La Kaufland Moldova, salariul se acordă în mod diferențiat, în baza unei matrice salariale cu trepte multiple, predefinite, în funcție de anumite perioade de timp și de funcția exercitată și este înscris în contractul individual de muncă. Unul din principiile noastre de bază și la nivel central: orice minut lucrat este înregistrat și remunerat ca atare. Toți timpii înregistrați de angajat sunt procesați, iar pe baza lor se calculează venitul lunar. Kaufland depune toate eforturile ca pentru aceeași activitate depusă pe aceeași funcție, salarizarea să fie unitară.



La stabilirea salariilor individuale se au în vedere aspecte precum:

- felul și importanța muncii prestate;
- competența și aptitudinile profesionale;
- gradul de autonomie, răspundere și inițiativa în muncă;
- nivelul de pregătire și de cunoștințe necesar și cerințele de ocupare a postului;
- atribuțiile și responsabilitățile avute;
- importanța socială a muncii prestate în raport cu alte ramuri ale economiei naționale;

- nivelurile medii de salarizare, în ramuri similare, în economii aflate într-un stadiu de dezvoltare similar;
- contextul economic și condițiile de piață în care își desfășoară activitatea compania.

La Kaufland Moldova, venitul minim brut în companie este de 9000 MDL. Venitul cuprinde salariul, adaosurile și sporurile la salariul de bază, precum și tichetele de masă.

## Diversitate și egalitate de șanse

Avem o poziție solidă în ceea ce privește egalitatea de șanse între femei și bărbați, ca parte a abordării noastre privind diversitatea și incluziunea, și ne străduim să asigurăm echilibrul de gen la toate nivelurile de conducere. Suntem conștienți că un loc de muncă ce este caracterizat de diversitate, incluziune și egalitate de șanse este un loc care facilitează creșterea, dezvoltarea și în acest fel, performanța companiei. În cadrul Kaufland Moldova se urmărește promovarea unor relații de muncă echitabile, de natură să asigure protecția socială a salariaților, prevenirea și evitarea conflictelor colective de muncă ori a declanșării grevelor. Tuturor salariaților le sunt recunoscute dreptul la plată egală pentru muncă egală, dreptul la negocieri colective, precum și dreptul la protecția datelor cu caracter personal conform prevederilor legislației în vigoare.

Discriminările, directe sau indirecte, față de un salariat sau candidat la ocuparea unei funcții vacante, bazate pe criterii de sex, vârstă, rasă, culoare a pielii, etnie, religie, opțiune politică, origine socială, domiciliu, handicap, infectare cu HIV/SIDA, apartenență sau activitate sindicală, precum și pe alte criterii nelegate de calitățile sale profesionale, sunt interzise.

Ne asigurăm că toate formele de discriminare sunt eliminate prin acțiuni concrete, ghidate de principiile și valorile noastre:

- prevenirea oricăror fapte de discriminare, prin instituirea unor măsuri speciale, în vederea protecției persoanelor defavorizate care nu se bucură de egalitatea șanselor;
- mediere prin soluționarea pe cale amiabilă a plângerilor, reclamațiilor și sesizărilor individuale ale salariaților, ca procedură prealabilă obligatorie anterioară acțiunii la instanța judecătorească competentă;
- sancționarea comportamentului discriminatoriu, acesta nefiind tolerat.

Toți angajații parcurg cursul online (prin platforma de training) – Legislație generală privind prevenirea tuturor formelor de discriminare. Cursul este cu repetitivitate și se parcurge de către fiecare angajat o dată la 2 ani/ în funcție de data ultimei parcurgeri.

La Kaufland Moldova, aproximativ **22%** dintre pozițiile de management sunt ocupate de femei, iar aproximativ **16%** de angajați au vârsta sub 30 de ani.

Număr total de angajați în management, după gen	Bărbați	Femei	Total
	25	7	32

Număr total de angajați în management, după vârstă	<30	30-50	>50	Total
	5	27	0	32

Notă: cifrele nu includ Top Managementul

## Formare și dezvoltare profesională. Beneficii

Vrem ca angajații noștri să aibă acces la toate resursele de care au nevoie pentru a se dezvolta, astfel încât să își poată îndeplini cu succes sarcinile de zi cu zi. Punem la dispoziția acestora programe de dezvoltare și școlarizare care se desfășoară atât online, prin Platforma de training Kaufland, cât și față în față.

Fiecare angajat parcurge cursuri online sau programe online de școlarizare, pentru școlarizarea inițială, reșcolarizare sau recapitulări periodice. Trainingurile variază ca durată, și acoperă toate ariile companiei/tematicile. De exemplu, pentru angajații din magazine, formarea are loc într-un mix de cursuri online și la locul de muncă (on the job), iar angajații din sediul central parcurg cursuri online (e-Learning) cu diverse tematici (ex. Politica de energie, SSM, Imobiliare, Legal&Compliance etc).

Pentru cadrele de conducere nou promovate, la nivelul Kaufland Moldova există Programul First Time Manager, iar pentru cadrele de conducere din vânzări (Director Regional, Vânzări sau Manager Magazin), programul Ofensiva de calificare. Angajații din sediul central au la dispoziție catalogul de training care cuprinde atât cursuri din pachetul Office, dar și cursuri pe diverse tematici de dezvoltare soft skills, cum ar fi negociere, comunicare etc.

### Beneficii pentru angajați

Toți angajații primesc beneficiile oferite de companie, indiferent de normă, tipul sau perioada contractului.

Beneficii/Tip de contract	Normă întreagă	Jumătate de normă	Perioadă determinată/ Internship-uri
Concediu parental	✓	✓	✓
Timp de lucru flexibil în Sediile Centrale	✓	✓	✓
Concediu sabatic	✓	✓	✓
Posibilitatea de a lucra de la distanță	✓	✓	✓
Concediu și zile libere suplimentare	✓	✓	✓
Cursuri gratuite de limbi străine pentru copiii angajaților	✓	✓	✓
Reduceri la abonamente la săli de fitness	✓	✓	✓
Asigurări la pachet privat medical	✓	✓	✓

Totodată, angajații noștri beneficiază de o serie de sporuri, astfel:

- Spor pentru muncă suplimentară - spor de 100% aplicat la salariul de bază pentru fiecare oră și minut lucrate
- Spor pentru muncă prestată în zile de sărbători legale: spor de 100% aplicat la salariul de bază pentru fiecare oră și minut lucrate în zile de sărbătoare legală
- Spor pentru muncă prestată sâmbăta: spor de 10% aplicat la salariul de bază pentru fiecare oră și minut lucrate într-o zi de sâmbătă
- Spor pentru muncă prestată duminică: spor de 15% aplicat la salariul de bază pentru fiecare oră și minut lucrate într-o zi de duminică
- Spor pentru muncă de noapte: spor de 50% aplicat la salariul de bază pentru fiecare oră și minut de muncă de noapte lucrate în intervalul 22:00-06:00
- Spor pentru muncă în zi liberă: spor de 100% aplicat la salariul de bază
- Spor transport: se aplică pentru angajații din magazine care lucrează în afara programului transportului public

Angajații noștri primesc și o serie de ajutoare, în cazul unor evenimente:

- Ajutor de înmormântare - acordat familiei în caz de deces al salariatului
- Ajutor pentru nașterea/adopția unui copil pentru unul dintre părinți dacă amândoi sunt angajați Kaufland.
- Ajutor cu ocazia primei căsătorii, doar unuia dintre soți dacă amândoi sunt angajați Kaufland.
- Ajutor acordat angajatului la decesul soțului/soției ori la decesul unei rude de gradul I

Alte beneficii acordate angajaților, includ:

- Tichete de masă
- Cadouri de Crăciun și 1 iunie acordate copiilor angajaților cu vârsta până la 14 ani, inclusiv.
- Cursuri de educație financiară

- Plata de beneficii sociale voluntare de Crăciun și Paște
- Zile libere suplimentare, acordate pentru persoanele cu dizabilități, pentru căsătorie, deces în familie, nașterea unui copil, pentru părinții care au copii în clasa I sau a II-a, pentru schimbarea domiciliului și pentru angajații care donează sânge
- Plăți aniversare pentru recunoașterea apartenenței neîntrerupte în cadrul companiei, la 10, 25 și 40 de ani. În 2020, alte beneficii oferite angajaților au inclus ghiozdane pentru grădiniță/școală clasa I, discount-uri și prețuri preferențiale la servicii de spălătorie auto, Baby packet (pachete cu produse de igienă necesare unui bebeluș, din gama bevola, marca proprie Kaufland).

### Evaluarea angajaților

Pentru verificarea aptitudinilor profesionale ale salariatului, la încheierea contractului individual de muncă, acestuia i se poate stabili o perioadă de probă, prevăzută în contractul individual de muncă, stabilită conform reglementărilor legale. Pe parcursul perioadei de probă, salariatul beneficiază de toate drepturile și îndeplinește obligațiile prevăzute de legislația muncii, de regulamentul intern al unității și de contractul individual de muncă.

Procesul de evaluare a angajaților are loc periodic, pentru grupul țintă definit, iar angajatul primește feedback în baza modelului de competențe Kaufland. Feedback-ul vizează performanțele sale în ultimele 12 luni. Pentru angajații cu potențial de promovare, se organizează Discuțiile de potențial.

### Consilierul angajaților

Toți angajații noștri pot apela la Consilierul de încredere atunci când au nevoie de o opinie obiectivă, de medierea unor situații de conflict sau atunci când au întrebări cu privire la discriminare, beneficii sau alte teme HR. Consilierul este, de asemenea, responsabil de promovarea valorilor companiei și se apropie în mod activ de angajați pentru a înțelege atmosfera.

## Deșeuri generate în operațiuni

Una dintre cele mai importante valori de care ne conducem în activitatea noastră, este grija pentru mediul înconjurător. De aceea, politicile noastre privind protecția mediului cuprind cele mai bune practici existente la nivel internațional, ce pot fi aplicate în toate magazinele noastre. Astfel, analizăm și cercetăm în permanență tehnologii noi și inovatoare, pentru a identifica cele mai bune soluții pe care le putem aplica pentru protejarea mediului înconjurător.

La nivelul operațiunilor noastre, facem eforturi pentru colectarea materialelor pe care le utilizăm în activitățile zilnice, recuperarea și valorificarea deșeurilor reprezentând o prioritate aflată în centrul politicii noastre de protecție a mediului.

Deșeuri colectate (on-site)	Tone	Metodă de gestionare
Hârtie/Carton	478,3	Reciclare
Sticlă	19,3	
Metal	14,7	
Plastic și PET-uri	31,9	
Lemn	2,6	
Deșeuri periculoase (DEEE-uri, uleiuri, baterii, corpuri de iluminat)	4,6	
Alte deșeuri nepericuloase (deșeuri de construcții, articole deteriorate etc.)	0,3	Depozitare
Deșeuri menajere	3.117	
Deșeuri organice	106,7	Incinerare

### Reciclatoarele Tomra

În parcurile magazinelor Kaufland, au fost instalate, în premieră pentru Republica Moldova, automate de reciclat ambalaje. Prin intermediul acestui program, Kaufland Moldova contribuie la demersurile de reducere a poluării și încurajează clienții săi să adopte o atitudine responsabilă față de mediul înconjurător.

Aparatele de reciclat sunt self-service și acceptă trei tipuri de ambalaje: PET-uri (cu volum de până la 3 litri), sticlă și doze de aluminiu (cu volum de până la 1 litru).



Containerele sunt complet tehnologizate și au o capacitate de procesare a ambalajelor de până la 60 de recipiente pe minut. De la începutul perioadei de funcționare, peste 54.000 de persoane au ales să recycleze peste 270.000 ambalaje la aparatele de tip self-service TOMRA.

### Sistem de colectare a recipientelor de plastic provenite de la produse de igienă sau curățenie

Pornind de la deviza „consumul excesiv de plastic dăunează grav naturii”, Kaufland Moldova introduce în premieră în magazine un sistem nou de colectare a recipientelor goale de plastic provenite de la produsele de igienă sau de curățenie. Pentru a încuraja comportamentul eco, clienții care aduc ambalaje goale pentru reciclare primesc cupoane de reducere de 50% pentru achiziționarea de produse noi de îngrijire. Acest spațiu amenajat sub forma unei broșuțe țestoase este disponibil în toate magazinele Kaufland Moldova



### REset Plastic

Kaufland face parte din Grupul Schwarz. Pentru activitatea de bază a Kaufland – comerțul cu produse alimentare – resursele sunt indispensabile ca materiale pentru transport și ambalare. Oricine aduce plastic în acest ciclu poartă, însă, responsabilitatea pentru ce se întâmplă cu acesta în continuare. Prin urmare, Grupul Schwarz s-a angajat de mulți ani, în mod deosebit, în colectarea, sortarea și reciclarea acestor resurse. Viziunea „mai puțin plastic – bucle închise” este, de asemenea, urmărită în mod constant. Pentru a se ridica la nivelul ambiției sale de a fi un motor de inovare orientat spre viitor, Schwarz Group s-a angajat să reducă consumul de plastic cu 20% până în 2025, să facă 100% din ambalajele mărcilor proprii cât mai reciclabile posibil și să utilizeze în medie 25% de material reciclat în ambalajele din plastic ale mărcilor proprii. În plus, Schwarz Group a semnat Angajamentul global al noii economii a plasticului, al Fundației Ellen MacArthur în 2018. Pentru a implementa obiectivele stabilite, Schwarz Group a lansat Strategia pentru reducerea plasticului REset Plastic în 2018.



### Cele cinci principii ale REset Plastic – strategia plastică a Schwarz Group:

- REduce** – Reducem – oriunde este posibil – plasticul.
  - REdesign** – Proiectăm ambalaje reciclabile și închidem buclele.
  - REcycle** – Colectăm, sortăm și reciclăm plasticul pentru a închide bucla.
  - REmove** – Susținem eliminarea deșeurilor de plastic din mediu.
  - REsearch** – Investim în cercetare și dezvoltarea de soluții inovatoare și educăm cu privire la reciclare.
- Kaufland a eliminat complet toate articolele din plastic de unică folosință, cum ar fi paiile de băut, paharele și borcanele de unică folosință, farfuriile, tacâmurile și bețișoarele de bumbac cu tije de plastic din gama sa până la sfârșitul anului 2019. În plus, din grijă pentru mediu, am anunțat eliminarea integrală a plasticului negru din ambalajele produselor marcă proprie, până la finalul anului 2021.



## Consumul de energie

Utilizarea eficientă a resurselor, reducerea amprentei de carbon și promovarea protecției mediului sunt elemente prioritare în magazinele și centrele noastre logistice.

Prin gestionarea atentă a consumului de energie, ne dorim să promovăm un comportament conștient al angajaților în privința energiei, să creștem eficiența energetică a clădirilor și să desfășurăm operațiuni cât mai sustenabile. Cu ajutorul unui sistem software de gestionare a energiei, verificăm în mod constant toate magazinele, centrele logistice, clădirile administrative în privința fluxurilor de energie. În plus, putem să identificăm oportunitățile de economisire și să documentăm constant succesul măsurilor de reducere a consumului de energie implementate.

Consum de energie electrică	2020 (kWh)
În magazine	5.916.568
În sediul central	44.587
<b>Total</b>	<b>5.961.155</b>

Consum de gaz natural	2020 (kWh)
În magazine	220.976

Consum de energie prin arderea de combustibil pentru mașinile din flota companiei	2020 (kWh)
Benzină	124.168
Motorină	456.316
<b>Total</b>	<b>580.484</b>

Factori de conversie:

1 l motorină = 10,561 kWh

1 l benzină = 9,585 kWh

**Consumul total de energie = Energie electrică + Gaz natural + Combustibil**

**Consumul total de energie = 6.762.615 kWh**

**Intensitatea energetică:**

$$\text{IE raportată la suprafața zonelor de vânzare} = \frac{\text{Consum total de energie}}{\text{Suprafața zonelor de vânzare}} = \frac{6.762.615}{9.796,1} = 690,3 \text{ kWh/m}^2$$

$$\text{IE raportată la suprafața zonelor de vânzare + zone auxiliare} = \frac{\text{Consum total de energie}}{\text{Suprafața zonelor de vânzare + zone auxiliare}} = \frac{6.762.615}{18.548,9} = 364,6 \text{ kWh/m}^2$$

**Suprafața zonelor de vânzare: 9.796,1 m<sup>2</sup>**

**Suprafața zonelor de vânzare + zone auxiliare: 18.548,9 m<sup>2</sup>**

**Magazine dotate cu instalații de climatizare ecologice**

Tehnologia folosită de instalația multicompresor de refrigerare și climatizare ne permite să protejăm resursele naturale: în loc să folosim combustibili precum păcura, gazul sau lemnul, magazinele sunt încălzite aproape integral cu căldura reziduală provenită de la rafturile de răcire. Cu ajutorul tehnicilor noastre eficiente energetic, contribuim în mod activ la reducerea contribuției noastre la schimbările climatice prin eliminarea emisiilor de CO<sub>2</sub> provenite de la o instalație clasică de încălzire.



**Stații de încărcare pentru mașini electrice**

Din grijă pentru mediul înconjurător, susținem și condusul ecologic. De aceea, punem la dispoziție stații de încărcare pentru automobilele electrice. Stațiile sunt amplasate în parcurile magazinelor noastre și funcționează non-stop. Porturile de încărcare disponibile gratuit în cadrul stațiilor sunt:

- CCS (curent continuu DC de până la 50 kW);
- ChaDeMo (curent continuu DC de până la 50 kW);
- AC (curent alternativ cu putere de încărcare de până la 43 kW).

Datorită acestor porturi, stațiile de încărcare sunt compatibile cu toate tipurile actuale de automobile 100% electrice, precum și cele plug-in hibride. Fiecare stație dispune de două porturi de încărcare, astfel, pot fi alimentate simultan două mașini, cu oricare din opțiunile DC + opțiunea AC.



## Emisii de gaze cu efect de seră

Criza climatică cu care ne confruntăm în ultimele decenii reprezintă una din cele mai mari probleme la nivel global, iar efectele sale încep să își facă simțită prezența din ce în ce mai puternic. Știm că stă în responsabilitatea noastră să ne măsurăm și reducem emisiile de gaze cu efect de seră (GES), pentru a putea lua cele mai bune și eficiente măsuri de limitare a cantității de emisii generate.

Emisii GES (tone CO <sub>2</sub> eq)	2020
Scopul 1 (emisii directe)	190,79
Scopul 2 (emisii indirecte din consumul de energie)	2.901,89
Scopul 3 (emisii indirecte)	99.621,04
<b>Total</b>	<b>102.713,72</b>



Inventarierea anuală a emisiilor de gaze cu efect de seră ne ajută să avem în permanență o imagine de ansamblu a dimensiunii impactului pe care îl avem în direcția schimbărilor climatice și ne oferă baza necesară pentru a lua măsuri care să reducă și să diminueze aceste efecte. Informațiile prezentate mai jos includ emisiile generate din activitățile noastre și emisiile de GES generate în lanțul de producție sau cele din produsele vândute și introduse pe piață. Metodologia utilizată pentru inventarierea emisiilor respectă Standardele GHG Protocol.

Amprenta de carbon include emisiile de gaze cu efect de seră într-un an financiar, care sunt eliberate direct și indirect prin activitățile desfășurate în Moldova. Pentru a putea compara diferitele gaze cu efect de seră, am folosit CO<sub>2</sub> ca referință, transformând toate emisiile în echivalent CO<sub>2</sub> (CO<sub>2</sub>eq), utilizând potențialul lor de încălzire globală (GWP – de exemplu, 1 kg de metan are același efect dăunător de seră cu 28 kg de CO<sub>2</sub> și este prezentat în inventarul de emisii ca 28 kg CO<sub>2</sub>eq).

Conversia datelor privind consumul în CO<sub>2</sub> eq se bazează pe factorii de emisie. Metodologia utilizează două tipuri de factori de emisie:

- **Factori de piață** (factori de emisie care descriu emisiile de CO<sub>2</sub> ale procesului propriu de fabricație și furnizare a unui material sau a unui proces; de exemplu, producătorii de energie electrică din UE trebuie să țină cont de emisiile de CO<sub>2</sub> generate de producerea de energie electrică)
- **Bazați pe localizare** (pentru majoritatea surselor de emisie, determinarea emisiilor de CO<sub>2</sub> poate fi realizată doar prin utilizarea datelor secundare din baze de date științifice, cum ar fi, de exemplu, IPCC – Grupul interguvernamental privind schimbările climatice).

Factor emisie energie electrică: 486,8 gCO<sub>2</sub>/ kWh

## Consumul de apă

Impactul direct pe care îl avem asupra resurselor de apă este unul redus, dar de-a lungul lanțului valoric, apa este un element extrem de important pentru producătorii și furnizorii noștri. De aceea, ne monitorizăm atent consumul de apă din cadrul organizației și facem eforturi pentru eficientizarea acestuia atât în magazine, cât și în sediul administrativ. Toată apa folosită în activitățile noastre provine din sistemul public de alimentare. Nu folosim apă extrasă din alte surse și nu avem un inventar al modului în care apa este extrasă de furnizorul nostru. De asemenea, după utilizare, apa este evacuată în sistemul public de canalizare.

Consumul de apă	2020 (m <sup>3</sup> )
În magazine	20.696

## Programele noastre

Ne dorim să fim un partener de încredere pentru comunitățile din Moldova, iar programele de responsabilitate socială pe care le implementăm să contribuie la bunăstarea cetățenilor. Credem cu tărie că putem face bine împreună și că schimbările se produc doar atunci când ne unim forțele. De aceea, în 2018, Kaufland a lansat strategia „Implicarea face diferența”, sub umbrela căreia sunt comunicate toate acțiunile de responsabilitate socială și investiții comunitare. „Implicarea face diferența” descrie modul în care abordăm și implementăm proiecte și măsuri pentru a ne atinge angajamentele luate în fața partenerilor și comunităților noastre: implicați mereu, gata să ajutăm și să ne aducem contribuția. Această atitudine ghidează fiecare membru al echipei și îl încurajează să ia parte, prin acțiunile sale, la dezvoltarea sustenabilă a companiei, dar și a comunității în general, deoarece orice angajament poate face diferența. Domeniile în care investim cu prioritate sunt: educația, ecologia, zona socială, cultura, sportul și sănătatea.

Programele și proiectele pe care le susținem și dezvoltăm în parteneriat cu reprezentanții societății civile pun accent pe dimensiunea și durata impactului pozitiv pe care îl putem genera pentru comunități. Investim în proiecte pe termen mediu și lung, de care cei din jurul nostru pot beneficia rapid. De asemenea, o caracteristică importantă pe care o căutăm este implicarea clienților și angajaților, astfel încât mesajele pe care vrem să le transmitem prin proiectele implementate să genereze schimbări la nivelul întregii comunități, nu doar la nivelul beneficiarilor direcți. Astfel, începând cu 2016, împreună cu partenerii din sectorul non-guvernamental, am reușit să desfășurăm în Republica Moldova o serie de proiecte de responsabilitate socială, în valoare totală de peste 18.000.000 MDL.

**4.816.002**  
milioane de lei a fost  
bugetul investit  
în proiecte comunitare în  
perioada martie 2020 -  
februarie 2021

## Proiectele noastre între 2019 – 2020

### Kaufland: ne implicăm pentru comunitate



Implicarea noastră pentru comunitățile din Moldova a început încă din 2016, cu mult timp înainte de deschiderea primului magazin Kaufland. Astfel, în perioada 2016-2019, am desfășurat patru ediții ale Festivalului „Bucurie în Mișcare”, prin care am promovat un stil de viață sănătos alături de AVI Moldova, oferind energie participanților ale căror vârste erau cuprinse între 0 și 99 de ani.

În preajma sărbătorilor de iarnă, peste 100 de membri ai echipei Kaufland și voluntari AVI-Moldova, în parteneriat cu Primăria Municipiului Chișinău, au demarat campania „Un Oraș Mai Curat”, în cadrul căreia au făcut curățenie în 4 spații verzi din Capitală. În urma acțiunii au fost strânși peste 200 de saci cu resturi aruncate necorespunzător în parcurile din Chișinău, dar și curățate frunzele din parcuri.





Începând din 2017, am adus muzica clasică în locuri neconvenționale din Republica Moldova și am susținut tinerele talente, promovând subiecte sociale în cadrul expediției „La La Play”, împreună cu Moldovan National Youth Orchestra.



### Campania de prevenire a accidentelor rutiere

În 2020, ne-am alăturat Ministerului Afacerilor Interne și Primăriei Municipiului Chișinău, în campania de sensibilizare a opiniei publice și prevenire a accidentelor rutiere, cauzate de depășirea limitei de viteză: „Nu se va întâmpla cu mine. Sigur? Stop viteză la drum”.

Prin intermediul acestei campanii desfășurate în perioada 19 august - 22 septembrie, am contribuit la eforturile de comunicare pe care le întreprind autoritățile pentru a responsabiliza conducătorii auto în trafic. În cadrul campaniei, au fost difuzate o serie de mesaje de sensibilizare în spațiul public, la TV și în social media.



### 1 iunie #altfel

Deși în 2020, criza generată de COVID-19 ne-a făcut pe toți să amânăm o mare parte din proiectele și evenimentele planificate, dar mai ales celebrarea unor zile pe care le așteptăm cu nerăbdare, indiferent de situația complicată, „Ziua Copiilor” a rămas o ocazie specială, motiv să ne aducem aminte cu zâmbet și sinceritate de copilărie. Astfel, de 1 iunie, Kaufland Moldova, alături de Asociația „The Moldova Project”, a decis să dăruiască bucurie și zâmbete la peste 250 de copii din familii social-vulnerabile din raioanele Anenii Noi, Hîncești și Criuleni. Respectând restricțiile recomandate de autoritățile responsabile, au fost organizate un șir de activități în aer liber, chiar și în curțile caselor beneficiarilor „The Moldova Project”. Am încercat în acest fel să creăm o adevărată atmosferă de sărbătoare, cu muzică pentru copii, jocuri și activități artistice, face painting, cadouri etc. La sărbătoare au fost invitați și părinții. La desert, micuții au avut parte de brioșe delicioase, pregătite cu iscusință și dragoste de un grup de voluntare, care ne susțin în activitățile noastre și, prin implicare, aduc multă bucurie copiilor. Totodată, copiii au primit și cadouri speciale - jucării, produse de igienă și fructe din partea Kaufland Moldova.



**Kaufland: ne implicăm pentru viitor**

În 2019, am donat către CCF/HHC un microbuz dotat tehnic pentru copiii cu nevoi speciale din „Casa Comunitară” Chișinău, pentru ca ei să se poată deplasa mai ușor la medic, terapie, dar și la evenimentele publice. Tot în 2019, am organizat campania „Cadoul din cutia de pantofi”, alături de Asociația Ajută un Om, unde am colectat peste 7000 de cadouri care au fost distribuite copiilor din familii social-vulnerabile din mediul rural.



**Kaufland: ne implicăm pentru combaterea risipei alimentare**

În condițiile în care la nivel mondial există numeroși oameni care nu își pot asigura hrana necesară, iar sărăcia reprezintă una din principalele cauze, stă în responsabilitatea noastră ca retailer să facem tot ce ține de noi pentru a limita risipa alimentară.

Pe lângă măsurile pe care le luăm la nivelul operațiunilor (buna dimensionare a stocurilor, condiții de păstrare pentru alimente), acolo unde este posibil, donăm partenerilor din sectorul non-guvernamental, alimente bune de consum pentru a le da mai departe către cei aflați în nevoie.

Kaufland Moldova a devenit în 2020 primul partener din retail la Banca de Alimente. Proiectul are drept scop colectarea, depozitarea și distribuția către persoanele și familiile social-vulnerabile, organizații non-guvernamentale, cantine și centre sociale, produse alimentare scoase din circuitul comercial (cu ambalaj deteriorat sau aproape de data scadenței).

Timp de patru luni de activitate (septembrie - decembrie 2020), s-a reușit recuperarea a peste 15.000 kg de produse alimentare, în valoare de 240.000 MDL. Produsele au ajuns la circa 40 de organizații, care au susținut peste 1400 de beneficiari, pregătind peste 31.000 de porții de mâncare pentru persoanele nevoiașe.



**Evenimente susținute de Kaufland**

Ne propunem să aducem alături de noi generații întregi de clienți prin calitate și sustenabilitate, să fim un partener activ în dezvoltarea economică și socială a țării, pentru că doar un mediu sănătos este prielnic unei afaceri prospere. Pe lângă exemplele de inspirație pe care Kaufland le oferă clienților în magazine, online și prin intermediul proiectelor de responsabilitate socială, am fost alături de ei și la diverse evenimente, unde trăim împreună experiențe inedite: Summer Fest, RoofOffline, Electro Maraton, Pop Simfonic, Maratonul Internațional Chișinău, spectacolul Masha și Ursul, Concertul Smiley, Student Fest și Ignite.

## Solidari cu comunitățile noastre în lupta împotriva COVID-19



Criza generată de pandemia de COVID-19 a reprezentat un eveniment fără precedent pentru întreaga umanitate: a dus la pierderi de vieți omenești și a dat peste cap sistemele de sănătate, economia și piața muncii. Cu numeroși oameni care riscă să ajungă la limita sărăciei extreme, oameni care și-au pierdut locurile de muncă și afaceri care s-au închis ca urmare a măsurilor necesare pentru stoparea răspândirii virusului, efectele crizei sunt departe de a se fi terminat. Totodată, toată această perioadă a avut implicații mult mai profunde: izolarea, carantina, granițele închise, restricțiile de călătorie – toate acestea și-au lăsat o amprentă puternică la nivelul fiecăruia dintre noi.

Aproximativ  
**5.000.000**  
MDL investiți pentru  
implementarea măsurilor  
de protecție și prevenire  
în spațiile noastre.

Cu multe dintre evenimentele și proiectele noastre anulate sau amânate, am știut de la bun început că nu putem sta departe. Am știut că trebuie să luăm măsuri pentru a garanta siguranța și protecția angajaților și clienților noștri, dar și că trebuie să venim în ajutorul partenerilor, dar mai ales al celor aflați în prima linie în lupta cu virusul.



### Pentru angajații, clienții și partenerii noștri

Din luna martie a anului 2020, ne-am adaptat și am venit rapid cu proceduri noi, astfel încât, de mai multe ori pe zi, în toate magazinele noastre, să fie dezinfectate toate suprafețele des utilizate de clienți și colegi, dar și obiectele de uz comun, precum cărucioarele de cumpărături, coșurile de mână, mânere, clanțe, balustrade, cântarele de la Legume-Fructe, cleștii de la brutărie, casele de marcat, mobilierul de la case și Biroul de Informații, butoanele de lift, scările rulante, mesele de la Grill etc. De asemenea, toaletele din magazine și toate spațiile comune ale angajaților au fost dezinfectate de mai multe ori pe zi. În toate magazinele am instalat stații cu dezinfectant de mâini gratuit, atât în zonele pentru clienți, cât și la casele de marcat. Am comunicat constant angajaților noștri regulile de igienă și i-am încurajat să le respecte. Ne-am încurajat clienții să respecte distanța de siguranță, instalând în magazine marcaje pentru aceasta, i-am încurajat să evite cât mai mult posibil folosirea bancnotelor și să opteze pentru plata cu cardul sau cu telefonul. În magazine și sediul central au fost alocate echipe responsabile de implementarea măsurilor suplimentare de igienă și prevenție și am demarat și un set de măsuri pentru

a proteja angajații din birouri. De asemenea, am pus la dispoziție și o linie telefonică specială pentru informarea corectă și completă a angajaților. Totodată, în perioada imediat următoare, am continuat să luăm constant măsuri pentru protecția clienților și angajaților, respectând cu strictețe recomandările autorităților. Am decis la începutul lunii aprilie ca personalul medical, angajații Ministerului Afacerilor Interne și cei ai Ministerului Apărării să aibă acces prioritar, rapid, la intrarea în magazinele Kaufland și la casele de marcat. Aceste măsuri prioritare au făcut parte din inițiativa Kaufland prin care ne-am dorit să-i sprijinim în eforturile extraordinare pe care au fost nevoiți să le facă în tot acel timp.



### Certificarea DEKRA: confirmarea că măsurile de siguranță au fost implementate corect

Am fost prima rețea de magazine care în noiembrie 2020 a obținut o certificare internațională ce venea să confirme că toate măsurile de siguranță aplicate împotriva răspândirii COVID-19 sunt implementate corect, complet și sunt conforme cu standardele sanitare internaționale ale Organizației Mondiale a Sănătății și ale instituțiilor locale. În acest fel, în urma evaluării măsurilor de prevenire a răspândirii COVID-19 în cele trei locații din Republica Moldova, certificatul DEKRA atestă că magazinele Kaufland Moldova

sunt oficial „locații de încredere” (Trusted Facility Standard). Auditul DEKRA, pentru măsurile de prevenire a răspândirii COVID-19, a fost realizat fizic, în urma deplasării pe teren a unei echipe de auditori pentru controlul fiecărui magazin. O serie de 134 de criterii au fost verificate de inspectori pentru acordarea certificării.



Dincolo de greutățile cu care s-a confruntat sistemul sanitar, și economia a suferit pierderi importante. Restricțiile impuse de autorități pentru a limita răspândirea virusului au afectat multe afaceri mici. Astfel, autoritățile au fost nevoite să vină cu o serie de măsuri în sprijinul acestora, pentru a limita pierderile provocate de pandemia de COVID-19. Pentru a sprijini eforturile autorităților de echilibrare a economiei, în aprilie 2020 am luat decizia de a plăti cu trei luni în avans taxele la bugetul statului și bugetele locale.

Astfel, Kaufland a direcționat peste 5 de milioane de lei către bugetul de stat și bugetele locale, reprezentând taxe care trebuiau achitate până în iunie 2020. Suma a fost plătită într-o singură tranșă, pe data de 3 aprilie și a inclus contribuțiile asigurărilor medicale, impozitul pe imobil și asigurările sociale.

### Pentru comunitate și alături de eroii din prima linie

Am înțeles rapid că situația cu care ne confruntăm era una extrem de dificilă pentru toată lumea, așa că am reacționat fără ezitare la greutățile cu care se confrunta comunitatea. În linie cu strategia noastră de CSR și valorile care ne reprezintă ca și companie, am donat peste 3.600.000 MDL către ONG-uri și proiecte ce au venit în sprijinul eroilor din prima linie, dar și a grupurilor vulnerabile. Am văzut atunci, mai mult ca niciodată că responsabilitatea face diferența și implicarea fiecăruia dintre noi poate salva vieți.

În semn de susținere și pentru a contribui la eforturile sistemului medical și social în lupta cu epidemia COVID-19, am realizat mai multe acțiuni de responsabilitate corporativă, donând:

- 1.077.000 MDL – pentru campania „Împreună pentru voi”. Din suportul financiar oferit, au fost achiziționate o parte din echipamentele medicale și consumabilele necesare pentru Centrul COVID-19 din Chișinău.
- 1.200.000 MDL – pentru procurarea a 15.000 de kituri de recoltare a analizelor și medii de transport pentru testarea COVID-19.
- 860.000 MDL – pentru procurarea echipamentelor medicale pentru instituțiile medicale Municipale.

Pentru cei aflați în situații vulnerabile, ne-am implicat alături de partenerii non-guvernamentali, donând:

- 100.000 MDL – pentru campania „Ajut. Îmi pasă”, realizată împreună cu „The Moldova Project” și Misiunea Socială „Diaconia”. Zeci de familii social vulnerabile au beneficiat de sprijin în această perioadă dificilă.
- 300.000 MDL – sprijin pentru persoanele social vulnerabile și beneficiarii Misiunii Sociale „Diaconia” și Direcției Generale Asistență Socială din cadrul Primăriei Chișinău.
- 65.000 MDL – pentru susținerea campaniei „Ajut. De Paște” organizată de „The Moldova Project”.

Peste **3.600.000** MDL donați către ONG-uri și proiecte ce au venit în sprijinul eroilor din prima linie și a grupurilor vulnerabile





## KAUFLAND S.R.L

Str. Sfatul Țării 29,  
MD-2012, Chișinău

**Tel:**  
+373 22 85 93 00

**Adresa de mail:**  
[office@kaufland.md](mailto:office@kaufland.md)

