

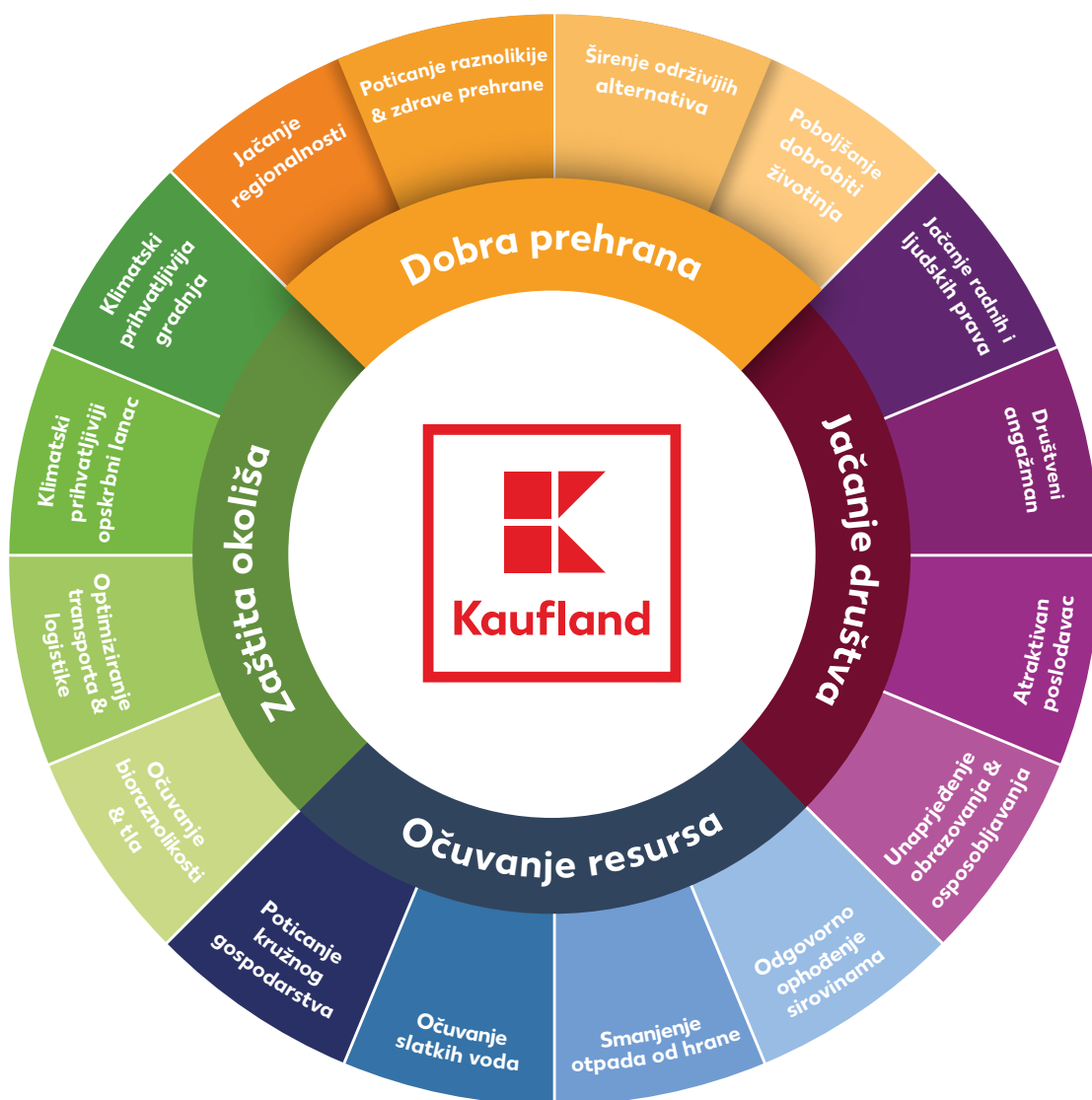
# SMJERNICA DOBRA PREHRANA



July 2025



# NAŠA STRATEGIJA ODRŽIVOSTI



Društva Grupaice Kaufland izradila su ovu Smjernicu kao zajedničku smjernicu za sva društva u Grupaciji Kaufland.

# SADRŽAJ

|    |                                                                                     |                                         |       |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------|
| 01 |   | <b>NAŠA ODGOVORNOST</b>                 | 04-05 |
| 02 |  | <b>IZAZOVI I TREND OVI</b>              | 06-11 |
| 03 |  | <b>ZNANSTVENI KONCEPTI<br/>PREHRANE</b> | 12-15 |
| 04 |  | <b>NAŠ PRISTUP</b>                      | 16-17 |
| 05 |  | <b>NAŠE MJERE I<br/>CILJEVI</b>         | 18-29 |
| 06 |  | <b>DALJNI KORACI</b>                    | 30-31 |

# 01 NAŠA ODGOVOR- NOST

**SVOJOM ŠIROKOM I RAZNOLIKOM  
PONUDOM ZDRAVIH I ODRŽIVIH  
PROIZVODA PROMIČEMO  
KVALITETNU PREHRANU  
KOJA JE DOSTUPNA SVIMA.  
KONTINUIRANO ĆEMO  
POBOLJŠAVATI UTJECAJ NAŠEG  
ASORTIMANA NA ZDRAVLJE  
I OKOLIŠ. U SVAKOJ ROBNOJ  
GRUPI NUDIMO BAREM JEDNU  
ODRŽIVIJU ALTERNATIVU.**

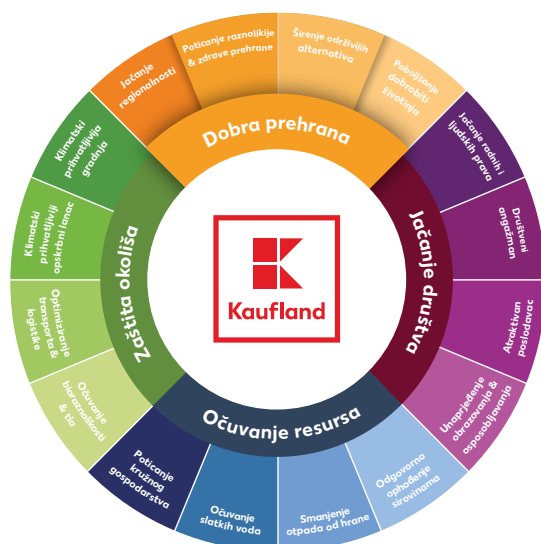
# DOBRA PREHRANA – DIO NAŠE CSR STRATEGIJE

Svjesni smo odgovornosti za ljude, životinje i okoliš koja je usko povezana s trgovinom hranom. Svoje održive aktivnosti Kaufland provodi s jasnim načelom: „Kao snažan, pouzdan trgovac hranom, poslodavac i partner, gradimo temelje za bolju budućnost te omogućujemo svima pristup dobroj i održivijoj prehrani.“ Temelj našeg održivog angažmana je naša zajednički razvijena strategija društvene odgovornosti s četiri ključne teme, a to su: „Dobra prehrana“,

„Jačanje društva“, „Očuvanje resursa“ i „Očuvanje okoliša“. Uzimamo u obzir aktualne rasprave na društvenoj i političkoj razini te donosimo odluke koje utječu na naše poslovne aktivnosti, naš asortiman i našu komunikaciju.

U okviru teme „Dobra prehrana“ želimo promicati raznolikost i zdravu prehranu, povećati udio održivijih alternativa, jačati regionalnost i poboljšati dobrobit životinja. Želimo motivirati naše kupce da biraju regionalne, održivije i zdravije proizvode. Pritom naglasak stavljamo na jednostavnost, izbor, radost i uživanje.

Ovom smjernicom stvaramo temelj koji se redovito ažurira na temelju aktualnih znanstvenih otkrića i društvenih trendova.



Strategija održivosti

## 02 IZAZOVI I TRENDOWI

**ZDRAVLJE PLANETA I ZDRAVLJE  
LJUDI NERAZDVOJIVO SU POVEZANI:  
ODRŽIVIA PREHRANA NIJE TREND,  
VEĆ NUŽNOST I PRILIKA ZA  
POZITIVNE PROMJENE U OSOBNOJ,  
DRUŠTVENOM I EKOLOŠKOM  
SMISLU.<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Nutrition Hub: Nutrition Trend Report, 2023.

# ZDRAVLJE I OKOLIŠ

Naš način prehrane ima velik utjecaj na naše zdravlje.<sup>2</sup> Prema Svjetskoj zdravstvenoj organizaciji (WHO), ljudi diljem svijeta sve više konzumiraju visokokaloričnu i masnu hranu te hranu bogatu šećerima, dok se istovremeno sve manje kreću. U 2022. godini 2,5 milijardi ljudi bilo je pretilo – što je oko 16 % svjetske populacije.<sup>3</sup> Procjenjuje se da bi do 2035. godine više od polovice svjetske populacije moglo imati prekomjernu tjelesnu masu ili biti pretilo.<sup>4</sup>

Utjecaji naše prehrane na naše zdravlje raznoliki su i složeni. Neuravnotežene prehrambene navike, posebno u kombinaciji s nedostatkom tjelovježbe, mogu povećati rizik od prekomjerne težine i pretilosti te tako doprinijeti razvoju bolesti koje su povezane s prehranom poput dijabetesa tipa 2 i

kardiovaskularnih bolesti.<sup>5</sup> Diljem svijeta, gotovo 11 milijuna smrtnih slučajeva godišnje pripisuje se bolestima povezanim s prehranom.<sup>6</sup> Glavni uzrok je nedovoljan unos voća i povrća te – posebno u zapadnim industrijaliziranim zemljama – prehrana koja je često prekomjerno kalorična te sadrži previše šećera, soli i masti (posebno zasićenih masnih kiselina). Međutim, prema izvješću Komisije EAT-Lancet, četvrtina svih smrtnih slučajeva u svijetu mogla bi se spriječiti zdravijom prehranom.<sup>7</sup>

## Primjer iz Hrvatske

Gotovo dvije trećine (65 %) odraslih koji su živjeli u Republici Hrvatskoj u 2019. godini imalo je prekomjernu tjelesnu masu ili debljinu (42 % prekomjernu tjelesnu masu i 23 % debljinu).<sup>8</sup> Osim toga 22 % svih smrtnih slučajeva dovodi se u vezu s nezdravom hranom.<sup>9</sup>

<sup>2</sup> AJPM (Američki časopis za preventivnu medicinu): Healthy Lifestyle Score Including Sleep Duration and Cardiovascular Disease Risk (Skala zdravog načina života, uključujući količinu sna i rizik od kardiovaskularnih bolesti), 2022.

<sup>3</sup> WHO: Obesity and overweight (Prekomjerna tjelesna masa i debljina), 2024.

<sup>4</sup> Svjetska federacija za debljinu (WOF): Svjetski atlas debljine 2023, 2023.

<sup>5</sup> WHO: Debljina uzrokuje rak i glavni je faktor invaliditeta i smrti, upozorava novo izvješće WHO-a za 2022.

<sup>6</sup> Statista: Broj smrtnih slučajeva povezanih s prehranom u svijetu prema uzroku, u usporedbi s godinama 1990. i 2017., 2024.

<sup>7</sup> Komisija EAT-Lancet: Food Planet Health, 2019.

<sup>8</sup> HZZO: Gotovo dvije trećine odraslih osoba u Hrvatskoj ima prekomjernu tjelesnu masu ili debljinu!

<sup>9</sup> OECD/European Observatory on Health Systems and Policies: Croatia: Country Health Profile 2023.



Osim zdravstvenih aspekata, naša prehrana ima značajan utjecaj i na okoliš. Jedno od najvažnijih pitanja našeg vremena svakako je kako do 2050. godine možemo ostvariti održivu prehranu za deset milijardi ljudi diljem svijeta, a da pritom ostanemo unutar granica ekološkog opterećenja.<sup>10</sup> Naša prehrana trenutno troši 55 % biokapaciteta našeg planeta.<sup>11</sup> Ovdje je od posebne važnosti utjecaj proizvodnje hrane na klimu, pri čemu značajnu ulogu igra sve veća potrošnja mesa diljem svijeta. Prema podatcima Organizacije za hranu i poljoprivredu Ujedinjenih naroda (FAO)<sup>12</sup>, globalna potrošnja mesa po osobi gotovo se udvostručila od 1960-ih – s oko 23,1 kilograma godišnje na 43,2 kilograma u 2019. godini. To je dijelom posljedica rastućeg blagostanja u mnogim dijelovima svijeta jer si sve više ljudi diljem svijeta može priuštiti meso – iako se najveći udio mesa još uvijek konzumira u zapadnim industrijaliziranim zemljama.

Studija Sveučilišta u Bonnu utvrdila je izravnu vezu između značajno smanjene konzumacije mesa u bogatijim zemljama i postizanja globalnih klimatskih ciljeva te sigurnosti hrane u budućnosti.<sup>13</sup>

Stočarstvo je odgovorno za oko 15 % globalnih emisija stakleničkih plinova koje uzrokuje čovjek, što je gotovo isto kao i emisije od prometa u cijelom svijetu.

Prema FAO-u, utjecaj biljne hrane na klimu obično je 10 do 50 puta manji od utjecaja životinjskih proizvoda.

Sukladno tome, prelazak s pretežno mesne prehrane na vegetarijansku ili vegansku prehranu značajno bi smanjio emisije stakleničkih plinova.<sup>14</sup> Jedna studija također je otkrila da biljna hrana ne samo da proizvodi 75 % manje stakleničkih plinova, već uzrokuje i 75 % manje onečišćenja vode te se pri proizvodnji koristi 75 % manje zemlje nego kod hrane koja sadrži meso.<sup>15</sup>

<sup>10</sup>BMUV: Planetarne granice, 2024.

<sup>11</sup>Dan ekološkog duga: Ministar zaštite okoliša Ekvadora poziva na djelovanje: "Iskoristimo našu ekološku snagu kako bismo oblikovali našu budućnost", 2022.

<sup>12</sup>FAO: World Agriculture 2015./2030., 2015.

<sup>13</sup>Zaklada Heinrich-Böll-Stiftung: Meat Consumption and Climate Change: What's the Connection?, 2022.

<sup>14</sup>CarbonBrief: What is the climate impact of eating meat and dairy, 2020.

<sup>15</sup>Peter Scarborough et al.: Vegani, vegetarijanci, oni koji jedu ribu i meso u Ujedinjenom Kraljevstvu pokazuju različite utjecaje na okoliš, 2023.)

Grafikon u nastavku prikazuje utjecaj naše prehrane na klimu, bioraznolikost i sirovine potrebne za proizvodnju naše hrane. Ti su učinci uglavnom negativni; na primjer resursi se troše ili se tlo onečišćuje upotrebom pesticida u konvencionalnoj poljoprivredi.



### Brojke i činjenice

CO<sub>2</sub>e otisak **biljnih**

**NAMIRNICA U  
PROSJEKU JE  
10 DO 50 PUTA  
MANJI**

od onog **životinjskih** proizvoda.



**37%**

globalnih emisija stakleničkih plinova može se pripisati globalnom prehranbenom sustavu.<sup>16</sup>

Konzumacijom isključivo biljne prehrane proizvodi se prosječno

**75% MANJE**

stakleničkih plinova, dolazi do manjeg onečišćenja vode te se troši manje zemljišta u usporedbi s prehranom koja uključuje meso.

**VIŠE OD 2,5  
MILIJARDI**

odraslih osoba su 2022. godine imali prekomjernu težinu, što je oko 43 % svih odraslih osoba u svijetu.<sup>17</sup>

**90%  
KARDIOVASKULARNIH  
BOLESTI**

moglo bi se spriječiti zdravim načinom života.<sup>18</sup>

<sup>16</sup>WWF: Essen wir das Klima auf? (Jedemo li klimu?), 2022.

<sup>17</sup>FAO: Obesity and overweight (Prekomjerna tjelesna masa i debljina), 2024.

<sup>18</sup>AJPM: Healthy Lifestyle Score Including Sleep Duration and Cardiovascular Disease Risk (Skala zdravog načina života, uključujući količinu sna i rizik od kardiovaskularnih bolesti), 2022.

# ODLUKA O POTROŠNJI I KUPNJI

Prema anketama, aspekti održivosti igraju sve važniju ulogu za potrošače.

U jednoj anketi potrošača, polovica ispitanika složila se s tvrdnjom da njihove svakodnevne odluke mogu pomoći u rješavanju klimatske krize. Nadalje, 30 % ih je izjavilo da pri donošenju odluka o kupnji uzimaju u obzir kriterije održivosti.<sup>19</sup> Studija Europske komisije također je otkrila da bi više od polovice građana Europske unije željelo dobiti informacije o utjecaju svoje hrane na okoliš.<sup>20</sup> Osim boljeg označavanja hrane, potrošači sve više cijene regionalne, sezonske i pravedno proizvedene proizvode, kao i organske proizvode i ekološki prihvatljiviju ambalažu.<sup>21</sup> Dvije trećine potrošača u EU žele se hraniti zdravije i održivije.<sup>22</sup> Gotovo četvrtina Europljana kaže da u budućnosti žele jesti manje mesa, ribe i morskih plodova te sve više konzumirati biljne alternative. Ipak, postoje odstupanja između tih rezultata i

stvarnih odluka o kupnji, kao što možemo vidjeti i u Kauflandu. Razlika između stava i ponašanja postala je jasna u studiji provedenoj u Njemačkoj 2022. godine: potrošači su ocijenili CO<sub>2</sub>e-otisak nekog proizvoda s 36 bodova na ljestvici od 0 do 100, no stvarno kupovno ponašanje ocijenjeno je sa samo 22 boda. Nasuprot tome, ponašanje u kontekstu konzumacije mesa i ribe bilo je dosljednije stavovima, pri čemu su stavovi postigli samo 34 boda, a ponašanja čak 40 bodova. Stoga je, po našem mišljenju, još važnije omogućiti našim kupcima da donose svjesne odluke o kupnji i da mogu birati iz odgovarajućeg asortimana na informiran način.<sup>23</sup>

## Brojke i činjenice

**GOTOVO 60%**

potrošača spremno je promijeniti svoje potrošačke navike kako bi smanjili negativne utjecaje na okoliš.<sup>24</sup>

**95%**

Europljana pridaje poseban značaj zdravoj prehrani.<sup>25</sup>

<sup>19</sup> Statista: Sustainable Consumption in Germany 2021., 2022.

<sup>20</sup> Izvešće Europske komisije: Stavovi Europljana o okolišu, 2020.

<sup>21</sup> Studija Utopia: Die grüne Mitte (Zelena sredina), 2022.

<sup>22</sup> Europska komisija: Making our food fit for the future – Citizen's expectations, 2020. (Priprema naše hrane za budućnost – očekivanja građana)

<sup>23</sup> Fakultet DHBW Heilbronn: Jaz između stavova i ponašanja u maloprodaji, 2024.

<sup>24</sup> IBM (Institut za poslovnu vrijednost): Meet the 2020 consumers driving change, 2020. (Upoznajte potrošače 2020. koji pokreću promjene)

<sup>25</sup> World Avocado Organization (Svjetske organizacije za avokado): Istraživanje Svjetske organizacije za avokado otkriva europske prehrambene navike, 2024.

# REGULATIVE I ZAKONODAVSTVO

Pravni i regulatorni okvir za trgovce hranom poput Kauflanda se stalno mijenja. Inicijative Europske unije poput strategije „Od polja do stola“, Uredbe o lancima opskrbe bez krčenja šuma, Uredbe o obnovi prirode i poreza na CO<sub>2</sub>e, plastiku, šećer i sol pokazuju da postoji politička volja za svjesnijom i održivijom prehranom. Kako bi se uspostavili standardi promicanja zdravlja u domeni marketinga koji je usmjeren prema djeci, Svjetska zdravstvena organizacija (WHO) je 2023. izdala odgovarajuće smjernice.<sup>26</sup> WHO je u tu svrhu predstavio katalog nutritivnih kriterija.<sup>27</sup>

U Izvješću o prehrambenim trendovima za 2023. godinu, više od trećine ispitanih stručnjaka za prehranu očekuje da će prehrana na biljnoj bazi postati „novo normalno“. <sup>28</sup> Istovremeno, 48 % stručnjaka smatra da se ne radi samo o odricanju od mesa. Sve više ljudi prilikom kupnje obraća pozornost na lokalne i sezonske proizvode te zahtijeva ekološki prihvatljivije poslovne prakse, transparentne i kratke lance opskrbe te minimalan otpad od hrane i ambalaže. Povjerenje potrošača treba ojačati ne samo kroz informiranje o sastojcima proizvoda, nego i o njihovom podrijetlu, proizvodnim ili prerađivačkim procesima, proizvođačima i povezanim uvjetima.<sup>29</sup>

Stoga je sve važnije pružiti kupcima smjernice o aspektima održivosti proizvoda, educirati ih, osigurati transparentnost i poticati dijalog. U tom kontekstu, EU poduzima odlučnije mjere protiv tzv. greenwashinga:

Direktivom o tvrdnjama o prihvatljivosti za okoliš, Europska komisija ima za cilj stvoriti „jedinstveni okvir u Europskoj uniji za usklađivanje tvrdnji o proizvodima“. <sup>30</sup> U budućnosti, informacije o ekološkim proizvodima moraju biti točne, specifične i relevantne tijekom cijelog životnog ciklusa proizvoda. Moraju biti provjerljive, znanstveno utemeljene i verificirane eksternom revizijom. Popratne informacije moraju biti izravno istaknute na proizvodu, a izjave bi trebale biti lako razumljive ciljnoj skupini. Dodatne informacije trebaju biti lako dostupne. Nejasni ili obmanjujući pojmovi i naglašavanje nebitnih detalja nisu dopušteni. Osim toga, očekuje se da interaktivni alati, poput sustava podržanih umjetnom inteligencijom, pružaju podršku u procesu provjere.

<sup>26</sup> WHO: WHO preporučuje strože politike za zaštitu djece od štetnog utjecaja marketinga hrane, 2023.

<sup>27</sup> WHO: Europski modeli nutritivnog profila, 2023.

<sup>28</sup> Nutrition Hub: Nutrition Trend Report, 2023.

<sup>29</sup> ADM: 2023 Global Consumer Trends, 2023.

<sup>30</sup> Njemačko Savezno udruženje za prirodnu hranu i prirodne proizvode (BNN e.V.): Planet-score, 2023.



## 03 ZNANSTVENI KONCEPTI PREHRANE

**KLJUČNOM TEMOM „DOBRA PREHRANA“ NASTOJIMO PROMICATI ZDRAVLJE NAŠIH KUPACA I EKOLOŠKU RAVNOTEŽU PLANETA. KAO ODGOVORNA TVRTKA AKTIVNO SMO POSVEĆENI KONTINUIRANOM SMANJIVANJU NEGATIVNOG UTJECAJA NAŠEG ASORTIMANA PREHRAMBENIH PROIZVODA NA OKOLIŠ.**

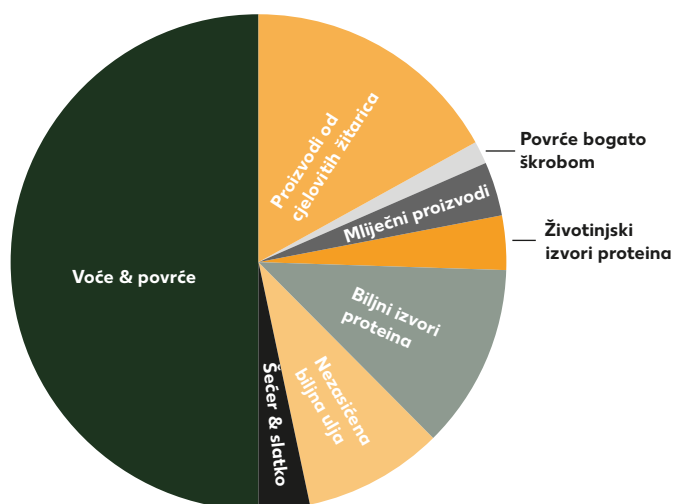
**NA TEMELJU TRENUTNIH ZNANSTVENIH OTKRIĆA PLANETARNU ZDRAVU PREHRANU (PLANETARY HEALTH DIET) SHVAĆAMO KAO PIONIRSKI KONCEPT KOJI SPAJA ZDRAVLJE I ODRŽIVOST TE JE KORISTIMO KAO OSNOVU ZA NAŠE DJELOVANJE.**

# ISKORISTIMO PRISTUP PLANETARNE ZDRAVE PREHRANE

## DEEP DIVE: PLANETARY HEALTH DIET (PHD)

Sve je više znanstvenih studija i prehrambenih preporuka koje na holistički način gledaju na okoliš, prehranu i zdravlje. Planetarna zdrava prehrana još je uvijek teorijski koncept, ali po prvi put predstavlja sveobuhvatan, konkretan nutritivni okvir koji uzima u obzir planetarne granice.

### Planetarna zdrava prehrana



Informativni graf PHD

Godine 2019., Komisija EAT-Lancet predložila je znanstvenu osnovu za globalnu promjenu u prehrani s Planetarnom zdravom prehranom (PHD). Razvijena je pod vodstvom profesora Johana Rockströma i kroz rad 37 stručnjaka iz 16 različitih zemalja iz područja prehrane, zdravlja, održivosti, poljoprivrede i politike.

Prema spomenutoj studiji, oko 10 milijardi ljudi moglo bi se zdravo hraniti do 2050. godine kada bi cijelo stanovništvo jelo biljnu i uravnoteženu prehranu - bez prekoračenja ekoloških granica našeg planeta.

Prema znanstvenim studijama, kada bi se na globalnoj razini uvela prehrana prema smjernicama Komisije EAT-Lancet trenutne godišnje ugljične emisije povezane s prehranom smanjile bi se za 17 %.

Spomenuta prehrana pretežno se temelji na biljnoj prehrani, pri čemu životinjski proizvodi također imaju određeni značaj, iako u manjoj mjeri nego danas. Planetarna zdrava prehrana još uvijek je teorijski koncept, no ona predstavlja sveobuhvatan, konkretan, znanstveno utemeljen nutritivni okvir koji po prvi put u obzir uzima planetarne granice.



## 1. Voda je najbolje piće

Umjesto zaslađenih ili alkoholnih pića, bolje je piti vodu iz slavine ili nezaslađeni čaj, idealno 1,5 litara dnevno.



## 2. Voće i povrće – obilno i šareno

Jedite pet porcija voća i povrća svaki dan, idealno sezonsko i raznoliko.



## 3. Redovito jedite mahunarke i orašaste plodove

Jedite mahunarke poput graška, graha ili leće barem jednom tjedno i šaku orašastih plodova jednom dnevno.



## 4. Cjelovite žitarice su najbolji izbor

Kada su u pitanju proizvodi od žitarica poput kruha, brašna, riže i tjestenine, bolje je odabrati proizvode od cjelovitih žitarica koji imaju veći udio vlakana.



## 5. Dajte prednost biljnim uljima

Esencijalne masne kiseline i vitamin E mogu se apsorbirati putem biljnih ulja od uljane repice, sjemena lana, soje, oraha ili maslina.



## 6. Mlijeko i mliječni proizvodi svaki dan

Kao dobar izvor proteina, kalcija, vitamina B2 i joda, mlijeko i mliječni proizvodi doprinose zdravlju kostiju.



## 7. Riba svaki tjedan

Jedite masnu ribu poput lososa, skuše i haringe jednom ili dva puta tjedno radi unosa omega-3 masnih kiselina; morske ribe poput bakalara i crvenperke također sadrže i jod.



## 8. Meso i suhomesnati proizvodi – manje je više

Značajna konzumacija mesa i suhomesnatih proizvoda povećava rizik od kardiovaskularnih bolesti ili raka debelog crijeva te zagađuje okoliš; preporučuje se manje od 300 grama tjedno.



## 9. Slatka, slana i masna hrana – bolje ju je izbjegavati

Sol, šećer i masti posebno se „skrivaju“ u suhomesnatim proizvodima, pecivima, slatkišima, brzom hrani i gotovim jelima, pa ih je bolje izbjegavati.



## 10. Uživajte u obrocima

Odvojite vrijeme za jelo i pravite pauze te jedite obroke zajedno ako je moguće.



## 11. Ostanite aktivni i pazite na težinu

Tjelesna aktivnost i prehrana usko su povezane te se preporučuje aktivna svakodnevica s redovitim tjelovježbom.



# 04 NAŠ PRISTUP

Mi u Kauflandu svjesni smo da naša prehrana utječe na naše zdravlje i da proizvodnja namirnica sa sobom nosi brojne ekološke izazove. Istovremeno, prehrana kod nas predstavlja i radost uživanja i dobar okus.

Naš koncept za ključnu temu „Dobra prehrana“ stoga uključuje sljedeća glavna načela:

- **Uživanje i okus hrane**
- **Zdravlje za ljude i okoliš**
- **Zdrava i svjesna prehrana za sve**

Naše mjere unutar strateške teme „Dobra prehrana“ usklađujemo s naša četiri stupa, kao što je prikazano na sljedećoj slici:



Za Kaufland, ključna tema „Dobra prehrana“ temelji se na četiri stupa:

- **Promicanje raznolike i zdrave prehrane:**

Omogućujemo raznolik i zdravu prehranu tako što nudimo širok izbor regionalnih, svježih i održivo proizvedenih namirnica. Trenutno ne postoji jasna i univerzalno prihvaćena definicija zdrave prehrane; u tom kontekstu treba uzeti u obzir mnoge čimbenike: samu osobu, način života i prehrambene navike, spol, aktivnost, prethodne bolesti, alergije, intolerancije itd. Stoga Kaufland želi ponuditi niz zdravih alternativa i podržati sve ljude u tome da se zdravije hrane.

- **Razvoj održivijih alternativa:**

Proširivanjem naše ponude održivijih alternativa, nudimo našim kupcima ekološki prihvatljive i odgovorne mogućnosti kupovine.

- **Jačanje regionalnosti:**

Kontinuiranim širenjem regionalnih proizvoda te dugoročnom suradnjom s lokalnim dobavljačima.

- **Poboljšanje dobrobiti životinja:**

Aktivno se zalažemo za poboljšanje dobrobiti životinja promicanjem proizvoda koji potječu iz uzgoja koji je bolji i primjereniji dotičnoj životinjskoj vrsti i kontinuiranim unapređenjem naših standarda. Pritom podržavamo savjesnu konzumaciju životinjskih proizvoda.

Nudimo sve veći asortiman proizvoda koji zadovoljavaju četiri gore navedena stupa. U tu svrhu, nacionalni i internacionalni odjeli u Nabavi postavljaju odgovarajuće ciljeve u sklopu revizije asortimana – uzimajući u obzir vlastita saznanja, kao i znanstvene informacije, analize trendova i zapažanja kod konkurencije.

Pritom se fokusiramo i na proizvode poznatih proizvođača i na vlastite robne marke. Izravna razmjena informacija i iskustava s dobavljačima vlastitih robnih marki o temama vezanim uz održivost odvija se svake godine u razgovorima između nacionalnih i internacionalnih organizacijskih jedinica Kauflanda. Nadležni odjel u Nabavi odgovoran je za odabir asortimana, a samim time i za odabir proizvoda vlastitih robnih marki i proizvoda poznatih proizvođača za naše trgovine.

Osim na prilagodbu asortimana, usredotočeni smo na podizanje svijesti među našim kupcima kako bismo im omogućili donošenje svjesnijih odluka o kupnji i potrošnji. Bavimo se različitim prehrambenim obrascima, podizanjem svijesti o ekologiji i rastućom sklonošću prema digitalnim aplikacijama.

Kako bi se smanjio utjecaj prehrambenog sustava na klimu, preporučuje se pretežno biljna prehrana. Proizvodnja mesa, posebno stočarstvo, uzrokuje znatno više emisija CO<sub>2</sub>e nego proizvodnja hrane biljnog podrijetla. Ovaj pristup primjenjujemo, na primjer, fokusirajući se više na prehranu na biljnoj bazi.

# 05 NAŠE MJERE I CILJEVI

Naše mjere unutar strateške teme „Dobra prehrana” usklađujemo s naša četiri stupa:

| <b>PROMICANJE RAZNOLIKE I ZDRAVE PREHRANE</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <b>RAZVOJ ODRŽIVIJIH ALTERNATIVA</b>                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>JAČANJE REGIONALNOSTI</b>                                                                                                                                                                                                                                        | <b>POBOLJŠANJE DOBROBITI ŽIVOTINJA</b>                                  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Veliki izbor*:               <ul style="list-style-type: none"> <li>• svježeg voća i povrća</li> <li>• biljnih proteina</li> <li>• proizvoda od cjelovitih žitarica i vlakana</li> <li>• proizvoda bez glutena i laktoze</li> <li>• sportske prehrane</li> </ul> </li> <li>• Izmjene sastava (npr. smanjenje udjela šećera, soli i masti)</li> <li>• Minimiziranje aditiva</li> <li>• Ambalaža prilagođena djeci (prilagodbe dizajna)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Veliki izbor*:               <ul style="list-style-type: none"> <li>• BIO-proizvoda</li> <li>• alternativa na biljnoj bazi</li> <li>• klimatski prihvatljivijih proizvoda</li> <li>• pravedno proizvedenih proizvoda</li> </ul> </li> <li>• Kvaliteta i sigurnost proizvoda</li> <li>• Kontinuirano razvijanje certifikata</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proširenje asortimana regionalnih proizvoda</li> <li>• Dugoročna suradnja s lokalnim dobavljačima</li> <li>• Vrhunska svježina osigurana:               <ul style="list-style-type: none"> <li>• kratkim transportnim rutama</li> <li>• sezonskom ponudom: s polja direktno u poslovnici</li> </ul> </li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poboljšanje uvjeta uzgoja</li> <li>• Poboljšanje zdravlja životinja</li> <li>• Optimizacija stočne hrane</li> </ul> |

Pregled mjera i aktivnosti temeljenih na četiri stupa

\*odabrani primjeri

Ove teme i mjere odnose se i na naš asortiman i na ciljano osvještavanje i informiranje kupaca, zaposlenika i društva u pogledu dobre prehrane.

# PROMICANJE RAZNOLIKE I ZDRAVE PREHRANE

Promičemo raznolik i zdravu prehranu nudeći najširi asortiman regionalnih, svježih i održivo proizvedenih namirnica kako bismo doprinijeli zdravlju i zadovoljstvu naših kupaca.

## SVJEŽE VOĆE I POVRĆE

Svakodnevna konzumacija voća i povrća igra važnu ulogu u našoj prehrani i zdravlju. Ne preporučuje se bez razloga visok udio voća i povrća u prehrani, kao što je to slučaj i u okviru Planetarne zdrave prehrane. U Kauflandu u asortimanu voća i povrća imamo preko 300 proizvoda, te nam je važno ne samo ponuditi širok izbor, već i potaknuti želju i uživanje u jelu. To postaje jasno čim uđete u trgovinu Kauflanda jer se odjel voća i povrća nalazi na ulazu i predstavlja početak svake kupovine te je dizajniran na atraktivan način.

Naši standardi kvalitete za voće i povrće strogo su od zakonskih zahtjeva te također strogo ograničavaju odobrene aktivne sastojke kako bi se upotreba sintetičkih kemijskih pesticida svela na najmanju moguću mjeru. Standardi su definirani u „Općim Kauflandovim specifikacijama“ i „Kauflandovom popisu izuzeća“ za posebno opasne ili štetne pesticide. Pojediniosti o uzgoju odnosno kontroli kvalitete od polja do police možete pronaći u našem [„Izveštaju o transparentnosti za voće i povrće“](#).



## ASORTIMAN ZA SPECIFIČNE PREHRAMBENE POTREBE

Kaufland nudi raznolik asortiman za svjestan i zdrav način življenja i prehrane. Od proizvoda bez glutena i laktoze do posebne sportske prehrane i informacija o posebno vrijednim izvorima proteina.

### Proizvodi bez glutena i laktoze

Za održavanje dobrog zdravlja potrebna je raznolika i uravnotežena prehrana. Kako kod svih, tako i kod osoba koje imaju intolerancije i alergije. Posebno se osobe koje su osjetljive na gluten, imaju celijakiju ili ne podnose laktozu često suočavaju s izazovima prilikom kupnje. Budući da nam je užitak glavni prioritet i da kupcima koji imaju posebne načine prehrane želimo olakšati kupovinu, u našoj ponudi imamo razne proizvode bez laktoze ili glutena. Naš asortiman uključuje slatkiše, mliječne proizvode i pekarske proizvode.

### Sportska prehrana

Za mnoge ljude sport i tjelesna aktivnost dio su svakodnevnog života. To također utječe na prehranu. Vlastitom markom K-Concept+ Sports zadovoljavamo posebnu potražnju za sportskom prehranom. Asortiman obuhvaća proteinske pločice, a razvijen je u suradnji s nutricionistima.

### Visoke potrebe za proteinima

Budući da su proteini elementarne molekule svih živih organizama, Njemačko društvo za prehranu preporučuje redoviti unos proteina.<sup>31</sup> Kako bismo pružili podršku našim kupcima, promičemo visok udio proteina u mliječnim proizvodima i nudimo raznolik asortiman biljnih i životinjskih izvora proteina.

## SMANJENJE ŠEĆERA, SOLI I MASTI

Ono što je poznato kao prirodna slatkoća u voću i povrću - fruktoza - donekle se razlikuje u složenim proizvodima jer je kombinacija mnogih sastojaka ta koja određuje okus. Budući da se konzumiranjem pojedinačnih proizvoda preporučeni dnevni unos šećera ili

soli postiže već u okviru jednog obroka ili porcije, od 2021. godine sustavno pregledavamo i analiziramo asortiman proizvoda vlastite robne marke. Naš je cilj stvoriti ravnotežu između smanjenja tih sastojaka i okusa proizvoda.

### Preporuka WHO-a o unosu šećera i soli

**DODANI ŠEĆERI\* NE BI TREBALI ČINITI VIŠE OD 10 % UKUPNOG DNEVNOG UNOSA KALORIJA,**

što odgovara oko 50 g slobodnih šećera s prosječnim unosom kalorija od 2000 kcal dnevno odnosno oko 10 čajnih žličica šećera.<sup>32</sup>

**MAKSIMALNO 5 GRAMA**

soli dnevno, što odgovara otprilike 1 čajnoj žličici soli.<sup>35</sup>

\* Slobodni (dodani) šećeri su šećeri koji se dodaju hrani i pićima, kao i šećer koji se prirodno pojavljuje u medu, sirupu ili voćnim sokovima.

<sup>31</sup> DGE: Smjernica Protein, 2022.

<sup>32</sup> WHO: smjernica, Unos šećera za odrasle i djecu, 2015.

<sup>33</sup> WHO: Action on salt and hypertension, 2024

Na internacionalnoj razini surađujemo s dobavljačima kako bismo postupno optimizirali recepture proizvoda vlastitih robnih marki. Osim toga, neprestano kontroliramo artikle kod kojih je već smanjen udio šećera, masti i soli kako bismo pronašli dodatne mogućnosti smanjenja

tih sastojaka. Pri tome osiguravamo da kvaliteta i okus ostanu nepromijenjeni te ne koristimo nikakve zamjene. Prilikom razvoja novih receptura proizvoda, od samog početka pazimo da je sadržaj šećera, soli i masti što je moguće niži.

## MINIMIZIRANJE ADITIVA

Aditivi mogu promijeniti okus, konzistenciju ili boju hrane ili produžiti njezin rok trajanja. Često se koriste u visoko prerađenim proizvodima. Aditivi odobreni u Europskoj uniji (EU) općenito se smatraju bezopasnima za zdravlje, ali neki od njih imaju lošu reputaciju ili su znanstveno kontroverzni. Pogotovo kada je riječ o svjesnoj prehrani, proizvodi bi trebali biti u što manjoj

mjeri prerađeni. Trudimo se izbjegavati aditive gdje god je to moguće i osigurati autentičan okus. Stoga u proizvodima vlastitih robnih marki ne koristimo pojačivače okusa ni umjetne arome gdje god je to moguće, a izbjegavamo i začine i ekstrakt kvasca kad god je to moguće.



## TESTIRANJE NA ŠTETNE TVARI

Neželjene tvari mogu ući u hranu iz različitih izvora. To uključuje ostatke pesticida i onečišćivače iz okoliša, ali i tvari koje nastaju tijekom proizvodnje hrane. Hrana također može sadržavati i neželjene tvari i mikroorganizme poput toksina od plijesni ili bakterija.<sup>34</sup>

Stoga naše proizvode vlastitih robnih marki redovito testiraju neovisni instituti i časopisi za ispitivanja u kontekstu sastojaka, deklaracija, štetnih tvari i mikrobioloških aspekata. Nadalje, imamo, na primjer, sustav kontrole prijema robe koji nadilazi zakonske zahtjeve u kojem se sustavno provjeravaju namirnice (voće i povrće).

## DJEČJI MARKETING NA AMBALAŽI

Važno nam je da proizvodi putem ambalaže ne usmjeravaju namjerno djecu na proizvode koji sadrže šećer. Kaufland se stoga obvezao da više neće koristiti dizajne usmjerene prema djeci za proizvode vlastitih robnih marki koji su prema kriterijima WHO-a klasificirani kao nezdravi. Kod svih proizvoda koji su prema kriterijima WHO-a

klasificirani kao nezdravi, izbjegavamo za vlastite robne marke koristiti dizajn ambalaže koji je usmjeren prema djeci. Promjena ambalaže bit će postupno uvedena za sva pakiranja proizvoda vlastite robne marke na koje se to odnosi.

### Promjena dizajna pakiranja u neutralni

**77%**

artikala koji imaju djeci usmjeren dizajn već su u procesu promjene te će s promijenjenim dizajnom uskoro biti dostupni u svim trgovinama Kauflanda.



**23%**

artikala koji su imali djeci usmjeren dizajn već su dobili neutralni dizajn.

<sup>34</sup> BVL (njemački Savezni ured za zaštitu potrošača i sigurnost hrane): Nepoželjne tvari i organizmi, 2004.

# RAZVOJ ODRŽIVIJIH ALTERNATIVA



Neprestano proširujemo našu ponudu održivih alternativa kako bismo našim kupcima ponudili ekološki prihvatljivije i odgovornije mogućnosti kupovine. Postupnim širenjem naše ponude kako bismo uključili održivije i zdravije alternative, potrošačima pružamo sve veći izbor proizvoda koji su bolji za njihovo zdravlje i zdravlje planeta. Stoga smo si postavili cilj prema kojem želimo kupcima ponuditi održiviju alternativu u svakoj skupini proizvoda.

## IZBOR BIO-PROIZVODA

Bio-proizvodi podliježu strožim smjernicama proizvodnje od poljoprivrednih proizvoda iz konvencionalne proizvodnje. Koncept organske proizvodnje odgovara našim idejama o transparentnosti, boljim uvjetima uzgoja životinja, očuvanju bioraznolikosti, zdravom tlu, čistim podzemnim vodama i zdravoj, prirodnoj hrani proizvedenoj bez genetskog inženjeringa. Stoga je kontinuirano širenje naše ponude BIO-proizvoda još jedan fokus naše korporativne strategije i strategije održivosti.

U svakoj robnoj grupi nudimo barem jednu BIO-alternativu konvencionalnom proizvodu. Pod vlastitom robnom markom „K-Bio“ nudimo širok izbor od oko 150 BIO-proizvoda – od povrća i voća do mlijeka, brašna i kave. Oni se proizvode u skladu s propisima EU-a o organskom uzgoju, a njihovu kvalitetu redovito testiraju neovisni laboratoriji i instituti za ispitivanje.

### Regenerativna poljoprivreda

Kako bismo dodatno smanjili emisije CO<sub>2</sub>e, poduzimamo i mjere u uzvodnom toku lanca opskrbe. Na različite načine podržavamo regenerativnu poljoprivredu koja se temelji na prilagođenim plodoredima i smanjenoj upotrebi pesticida i gnojiva. Zajedno podržavamo

poljoprivrednike u njihovom prijelazu na regenerativnu poljoprivredu jer regenerativne poljoprivredne prakse smanjuju emisije stakleničkih plinova, pa čak i aktivno pohranjuju ugljik. Kaufland u Njemačkoj od 2023. godine također surađuje s agrotehničkom tvrtkom Klim. Klimova modularna, fleksibilna platforma omogućuje mjerenje samih emisija, ali i mjerenje smanjenja emisija u tvrtkama. Poljoprivrednici smanjuju emisije i vrše sekvencijaciju ugljika diverzifikacijom plodoreda, smanjenjem upotrebe pesticida i gnojiva ili smanjenjem obrade tla.

## ALTERNATIVE NA BILJNOJ BAZI

Sve više ljudi odlučuje živjeti bez mesa odnosno na biljnoj prehrani, zbog čega svojim kupcima kroz širok asortiman nudimo raznolikost vegetarijanske i veganske prehrane te se trudimo učiniti takav stil prehrane što jednostavnijim, a da pritom ne žrtvujemo okus hrane.

U Kauflandu nudimo više od 800 veganskih i vegetarijanskih namirnica. Neki od tih proizvoda dio su asortimana naše vlastite robne marke „K-TAKE IT VEGGIE“, koja nosi V-oznaku radi bolje prepoznatljivosti. U mnogim slučajevima također nose BIO-oznaku za kontrolirani organski uzgoj. Gdje god je to moguće, koristimo održive sirovine te što je moguće manje aroma. Raznolikost proizvoda je velika: osim mahunarki i proizvoda od mahunarki poput tofua, tempeha, brašna (npr. brašna od slanutka) ili tjestenine (npr. penne od zelenog graška), tu su i

orašasti plodovi i razni maslaci od orašastih plodova, namazi, zamjene za mlijeko poput zobenog mlijeka ili jogurta od soje, kao i brojni gotovi proizvodi poput humusa, falafela ili odrezaka.

Trenutno u asortimanu imamo više od 20 proizvoda marke „K-TAKE IT VEGGIE“.

Naše mjere uključuju:

- aktivnosti kao što su npr. sudjelovanje u Veganuaryju
- letak s posebnim naglaskom na vegetarijanske i veganske proizvode



V-Label



Bio-oznaka za kontroliranu organsku poljoprivredu

### Primjer iz Njemačke

#### Učiniti omjer proteina transparentnim prema metodologiji WWF-a<sup>35</sup>

Kaufland se zalaže za veću transparentnost o udjelu životinjskih proteina u usporedbi s biljnim proteinima u svom asortimanu proizvoda. U tu svrhu, Kaufland je 2023. godine u Njemačkoj napravio procjenu svog asortimana brendiranih i vlastitih robnih marki na temelju metodologije WWF-a (Svjetskog fonda za prirodu). U raspravama s relevantnim dionicima, ova se metodologija pokazala kao najprihvaćenija.

WWF-ova metodologija prikazuje udio izvora proteina odnosno tzv. protein-split koji određuje udio prodaje proteina biljnog podrijetla u odnosu na proteine životinjskog podrijetla, što je u skladu i s Planetarnom zdravom prehranom (PHD). Naš je cilj u nadolazećim godinama postupno povećavati udio biljnih izvora proteina te proširiti našu ponudu novim i inovativnim proizvodima. Nadalje, želimo podići svijest među našim kupcima i ohrabriti ih da se odluče za biljne i zdravije alternative.

<sup>35</sup> Više informacija o metodologiji WWF-a možete pronaći na njihovoj internetskoj stranici



## PRAVEDNO PROIZVEDENI PROIZVODI

Nudeći proizvode s certifikatom Fairtrade, podržavamo bolje radne, životne i trgovinske uvjete u Africi, Aziji i Latinskoj Americi.

### **Proizvodi s oznakom Fairtrade**

Nudimo širok asortiman artikala s oznakom Fairtrade. Naš asortiman proizvoda obuhvaća kavu, kakao, čokoladu i proizvode od čokolade, namaze i banane.

### **Program Fairtradea za kakao**

Kod nas kupci mogu pronaći proizvode od čokolade marke K-Classic, K-Favourites i K-Bio koji sadrže sirovine s oznakom Fairtrade (za kakao). Spomenuti kakao potječe iz pravedne trgovine. To uključuje čokolade, čokoladne namaze, razne žitarice i kekse.



Oznaka  
Fairtrade



Oznaka  
Fairtrade za  
sirovine (za  
kakao)

# JAČANJE REGIONALNOSTI

Regionalnost podrazumijeva kratke prometne rute, svježinu i kvalitetu, kao i podršku lokalnim poduzećima i gospodarstvima. Regionalni proizvodi često su sezonski: kada je sezona domaćeg voća i povrća, put od regionalnog proizvođača do police u trgovini je kratak. To dovodi do niže potrošnje energije i nižih emisija CO<sub>2</sub>e, kao i do svježijih proizvoda. Kaufland je stoga definirao ciljeve za poticanje širenja svog regionalnog asortimana proizvoda do 2025. godine.

Spomenuti ciljevi provode se na nacionalnoj razini, a osnova za to je dugoročna suradnja s našim lokalnim dobavljačima.

Jačamo regiju kontinuiranim širenjem regionalnih proizvoda i dugoročnim partnerstvima s našim lokalnim dobavljačima.

U Kauflandu su svi regionalni proizvodi označeni odgovarajućom etiketom na polici. Na taj način su jasno prepoznatljivi kupcima. Kako bismo povećali vidljivost regionalnih proizvoda, veliki dio asortimana postavljamo na središnje mjesto u našim poslovnicama.



# POBOLJŠANJE DOBROBITI ŽIVOTINJA

Jaja, meso, suhomesnati proizvodi, riba i mliječni proizvodi ubrajaju se u svakodnevnu prehranu mnogih ljudi. Stoga su za nas kao trgovca hranom ovi proizvodi sastavni dio asortimana. Već dugi niz godina preuzimamo odgovornost za poboljšanje životnih uvjeta stočnih životinja. Želimo osigurati strože propise od nacionalnih zakona i doprinijeti većoj dobrobiti životinja.

Također smo uključeni u inicijative za poboljšanje uzgoja i držanja životinja.

Detaljne informacije o našem strateškom pristupu, kao i o ciljevima i mjerama za promicanje dobrobiti životinja, možete pronaći u „[Kauflandovoj smjernici za ribu](#)“.



# TRANSPARENTNOST I SLJEDIVOST

Kaufland ima za cilj stvoriti najvišu moguću razinu transparentnosti duž cijelog lanca vrijednosti. To se posebno odnosi na proizvode naše vlastite robne marke, na čijoj je ambalaži, uz nekoliko iznimaka, otisnuta referenca na dobavljača. To našim kupcima omogućuje da razumiju odakle potječe svaki proizvod.

Kad je riječ o mesu i ribi, za mnoge potrošače ne igra samo podrijetlo sve važniju ulogu, već i vrsta uzgoja. Zbog toga planiramo još više olakšati sljedivost ovih proizvoda – na primjer, putem QR koda na pakiranju proizvoda. Putem usluge „fTrace” kupci mogu pronaći sve riblje proizvode, pojedinačne mesne proizvode i suhomesnate proizvode naših vlastitih robnih marki K-BLUE BAY, K-CLASSIC, K-FAVOURITES, K-PURLAND, K-TO GO, te detaljne informacije o liniji K-BIO.

Osim toga, stvaramo transparentnost o podrijetlu i kvaliteti proizvoda putem raznih neovisnih te internih oznaka za proizvode. Kupci bi se trebali moći brzo orijentirati i dobiti podršku pri donošenju odluka o kupnji, na primjer putem oznake „Naše mi najbolje paše” kojim se označavaju proizvodi na polici.

Ovdje ćete pronaći pregled najvažnijih oznaka u Kauflandu.

# DRUŠTVENI ANGAŽMAN

Podržavamo kampanje, donacije i sponzorstva koja doprinose dobroj prehrani.

Ove aktivnosti mogu biti vrlo raznolike i kreću se od našeg programa donacije voća i povrća osnovnim školama do izrade priručnika sa savjetima za kupce.

Zdrava prehrana temelj je zdravog i aktivnog života. Prehrambene navike formiraju se već u djetinjstvu i utječu na kasniji odnos prema hrani. Stoga bismo željeli doprinijeti podizanju svijesti djece o svjesnoj prehrani u ranoj dobi i prenijeti im radost zdrave prehrane. Ovaj cilj ostvarujemo u okviru našeg projekta Kaufland škola voća i povrća tako što podižemo svijest o pravilnoj prehrani djece, donirajući svim učenicima partnerskih škola svježe voće i povrće svaki tjedan tijekom cijele školske godine.



# 06 DALJNI KORACI

Glavni fokus u nadolazećim godinama svakako će nam biti pitanje kako svoj asortiman možemo učiniti održivijim i kako možemo podići svijest naših kupaca. U tom kontekstu uvijek pratimo i političke promjene. Cilj nam je dodatno povećati transparentnost našeg asortimana i pružiti našim kupcima informacije prilagođene njihovim potrebama. U tu svrhu, 2025. godine pokrećemo temu „Dobra prehrana“ s tvrdnjom: „Dobra prehrana za sve. Danas i sutra.“ – i jačamo našu kontinuiranu komunikaciju.

Nadalje, željeli bismo u nadolazećim godinama detaljnije ispitati utjecaje prehrane na okoliš – s ciljem što većeg smanjenja negativnih utjecaja i naglašavanja pozitivnih učinaka u proizvodnji (generiranje humusa, bioraznolikost, dobrobit životinja itd.).

Mi u prehrambenom lancu moramo surađivati kako bismo ostvarili cilj održive prehrane, a to zahtijeva znatne napore naših dobavljača i poslovnih partnera, kao i uzvodnog toka lanca opskrbe u poljoprivredi. S prvim projektima u segmentu vlastite robne marke (npr. projekt Klim za regenerativnu poljoprivredu) i sveobuhvatnom strategijom nulte neto stope emisija (Net Zero) jasno smo definirali svoj cilj kao maloprodajno poduzeće.

Trenutno procjenjujemo prikladne metode za naš široki asortiman kako bismo vidjeli na koji način možemo povećati udio proteina biljnog podrijetla. Ovdje posebice koristimo tzv. protein-split WWF-a Švicarska, kao i mjerač proteina (tracker) koji su razvili Green Protein Alliance i ProVeg Nizozemska. O rezultatima i određivanju metodologije izvještavat ćemo u budućnosti u okviru ovih smjernica, koje ćemo redovito ažurirati.

Kaufland također želi povećati udio cjelovitih žitarica u svom asortimanu, povećati upotrebu nezasićenih masnih kiselina u usporedbi sa zasićenim masnim kiselinama te značajno proširiti udio biljnih proteina te je počeo razvijati konkretne ciljeve za provedbu. Naš sveobuhvatni asortiman zahtijeva jasnu strategiju i ključne pokazatelje uspješnosti provedbe. Trenutno smo u procesu definiranja konkretnih i mjerljivih ciljeva.

Start-up tvrtke mogu doprinijeti prehrambenoj industriji inovacijama i pružiti novi poticaj nama i našim kupcima.

Zbog toga aktivno pristupamo start-up tvrtkama koje se fokusiraju na svjesniju prehranu s novim idejama i pristupima. Kaufland Hrvatska pruža podršku natjecanju FoodTech Startup Competition kao jedan od partnera. Natjecanje je osmišljeno kako bi se pronašle i podržale nove, kreativne ideje te vizije u prehrambenoj i ugostiteljskoj industriji, a cilj je potaknuti inovacije, održivost i digitalizaciju u prehrambenom sektoru.

U sklopu naših aktivnosti u kontekstu održivosti, u budućnosti bismo se željeli intenzivno usredotočiti na ključna pitanja prehrane. U tom kontekstu ćemo se baviti pitanjem o tome na koji način trebamo postupati sa slatkišima i visoko prerađenim proizvodima te kako ih treba procijeniti u kontekstu svjesne prehrane. Drugi fokus je na daljnjem promicanju konzumacije voća i povrća kroz inovativne ponude u našem asortimanu.

Sustavno ćemo se baviti ovim temama kako bismo aktivno podržali zdrave i održive prehrambene navike.

Važno nam je dugoročno ponuditi odgovarajuću alternativu za svaki prehrambeni stil i učiniti najzdraviju alternativu privlačnom sukladno potrebama naših kupaca. Naš je cilj stvoriti zdrava rješenja i alternative u okviru našeg asortimana proizvoda, kako u okviru vlastitih robnih marki, tako i u suradnji s našim industrijskim partnerima





# IZVORI

Archer-Daniels-Midland Company (ADM)

**2023 Global Consumer Trends**

<https://www.adm.com/en-us/insights-and-innovation/consumer-trends/>

Godina izdanja: 2023. (Status: 22.11.2024.)

AJPM (Američki časopis za preventivnu medicinu)

**Healthy Lifestyle Score Including Sleep Duration and Cardiovascular Disease Risk (Skala zdravog načina života, uključujući količinu sna i rizik od kardiovaskularnih bolesti)**

[https://www.ajpmonline.org/article/S0749-3797\(22\)00112-X/fulltext](https://www.ajpmonline.org/article/S0749-3797(22)00112-X/fulltext)

Godina izdanja: 2022. (Status: 12.11.2024.)

Njemačko Savezno ministarstvo za okoliš, zaštitu prirode i nuklearnu sigurnost (BMUV)

**Planetarne granice**

<https://www.bmuv.de/themen/nachhaltigkeit/integriertes-umweltprogramm-2030/planetare-belastbarkeitsgrenzen>

Godina izdanja: 2024. (Status: 12.11.2024.)

Njemačko Savezno udruženje za prirodnu hranu i prirodne proizvode (BNN e.V.)

**Planet-score: Stvarne oznake održivosti umjesto greenwashinga**

<https://n-bnn.de/planet-score>

Godina izdanja: 2023. (Status: 12.11.2024.)

Njemačko Savezno ministarstvo hrane i poljoprivrede (BMEL)

**Više zaštite djece u oglašavanju**

<https://www.bmel.de/DE/themen/ernaehrung/gesunde-ernaehrung/kita-und-schule/lebensmittelwerbung-kinder.html>

Godina izdanja: 2024. (Status: 12.11.2024.)

Savezna agencija za političko obrazovanje

**Prekomjerna tjelesna masa**

<https://www.bpb.de/kurz-knapp/zahlen-und-fakten/soziale-situation-in-deutschland/516115/uebergewicht/>

Godina izdanja: 2022. (Status: 12.11.2024.)

Njemački Savezni ured za zaštitu potrošača i sigurnost hrane (BVL)

**Nepoželjne tvari i organizmi**

[https://www.bvl.bund.de/DE/Arbeitsbereiche/01\\_Lebensmittel/02\\_UnerwuenschteStoffeOrganismen/Im\\_UnerwuenschteStoffeOrganismen\\_node.htmlSchadstoff%20%E2%80%93%20Wikipedia](https://www.bvl.bund.de/DE/Arbeitsbereiche/01_Lebensmittel/02_UnerwuenschteStoffeOrganismen/Im_UnerwuenschteStoffeOrganismen_node.htmlSchadstoff%20%E2%80%93%20Wikipedia)

Godina izdanja: 2004. (Status: 12.11.2024.)

CarbonBrief:

**What is the climate impact of eating meat and dairy (Kakav utjecaj na klimu ima konzumacija mesa i mliječnih proizvoda)**

<https://interactive.carbonbrief.org/what-is-the-climate-impact-of-eating-meat-and-dairy/index.html>

(Status: 22.11.2024.)

Njemačko društvo za prehranu (DGE), Godina izdanja: 2022

**Smjernica za proteine**

<https://www.dge.de/wissenschaft/dge-leitlinien/leitlinie-protein/>

Godina izdanja: 2024. (Status: 12.11.2024.)

Fakultet DHBW Heilbronn

**Stephan Rüschen: Whitepaper Nr. 32: Jaz između stava i ponašanja u sektoru maloprodaje hrane – empirijska analiza i preporuke za djelovanje (Razvoj 2021.-2024.)**

<https://handel-dhbw.de/schriftenreihe/whitepaper/attitude-behavior-gap-im-leh-eine-empirische-analyse-und-handlungsempfehlungen-entwicklung-2021-2024/>

EAT Forum

**Sažetak za zdravstvene djelatnike Komicije EAT-Lancet**

<https://eatforum.org/lancet-commission/healthcare-professionals/>

(Status: 22.11.2024.)

Europska komisija

**Making our food fit for the future – Citizen's expectations (Priprema naše hrane za budućnost – očekivanja građana)**

<https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2241>

Godina izdanja: 2020. (Status: 17.10.2024.)

Europska komisija

**Stavovi Europljana o okolišu**

<https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2257>

Godina izdanja: 2020. (Status: 17.10.2024.)

FAO

**Obesity and overweight (Prekomjerna tjelesna masa i debljina)**

<https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight>

Godina izdanja: 2024. (Status: 12.11.2024.)

FAO

**Svjetska poljoprivreda: prema 2015./2030. FAO-ova perspektiva.**

<https://www.fao.org/4/y4252e/y4252e00.htm#TopOfPage>

Godina izdanja: 2003. (Status: 12.11.2024.)

HZZO

Gotovo dvije trećine odraslih osoba u Hrvatskoj ima prekomjernu tjelesnu masu ili debljinu!

<https://www.hzjz.hr/sluzba-promicanje-zdravlja/gotovo-dvije-trecine-odraslih-osoba-u-hrvatskoj-ima-prekomjernu-tjelesnu-masu-ili-debljinu/#:~:text=Uz%20iznimku%20onih%20starijih%20od%2075%20godina%2C%20%C5%A1to,samo%20udio%20onih%20s%20debljinom%20%286%25%20naprema%2029%25%29.>

Zaklada Heinrich-Böll-Stiftung

**Meat Consumption and Climate Change: What's the Connection? (Konzumacija mesa i klimatske promjene: kako su povezane?)**

<https://il.boell.org/en/2023/03/30/what-relation-between-meat-consumption-and-climate-change>

Godina izdanja: 2022. (Status: 12.11.2024.)

Institut za poslovnu vrijednost (IBM)

**Meet the 2020 consumers driving change (Upoznajte potrošače 2020. koji pokreću promjene)**

<https://www.ibm.com/downloads/cas/EXK4XKX8>

Godina izdanja: 2020. (Status: 17.10.2024.)

Nutrition Hub

**Nutrition Trend Report**

<https://www.nutrition-hub.com/post/nutrition-trends-report-2023>

Godina izdanja: 2023. (Status: 17.10.2024.)

Dan ekološkog duga

**Dan ekološkog duga 2022**

<https://overshoot.footprintnetwork.org/newsroom/press-release-july-2022-german/#:~:text=Ecuadors%20Umweltminister%20ruft%20zum%20Handeln,der%20diesjähri-ge%20Earth%20Overshoot%20Day>

Godina izdanja: 2022. (Status: 17.10.2024.)

OECD/Europski opservatorij za zdravstvene sustave i politike

**Njemačka: Zdravstveni profili zemalja 2021., Stanje zdravlja u EU, OECD Publishing, Paris/Europski opservatorij za zdravstvene sustave i politike**

[https://www.oecd.org/de/publications/deutschland-landerprofil-gesundheit-2021\\_33663583-de.html](https://www.oecd.org/de/publications/deutschland-landerprofil-gesundheit-2021_33663583-de.html)

Godina izdanja: 2021. (Status: 17.10.2024.)

Scarborough, P., Clark, M., Cobiac, L. et al.

**Vegani, vegetarijanci, oni koji jedu ribu i meso u Ujedinjenom Kraljevstvu pokazuju različite utjecaje na okoliš.**

<https://doi.org/10.1038/s43016-023-00795-w>

Godina izdanja: 2023. (Status: 17.10.2024.)

Njemački Savezni zavod za statistiku (Statista)

**Broj smrtnih slučajeva povezanih s prehranom u svijetu prema uzroku, u usporedbi s godinama 1990. i 2017.**

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1050039/umfrage/anzahl-ernaehrungsbedingter-todesfaelle-weltweit-nach-ursache/>

Godina izdanja: 2024. (Status: 12.11.2024.)

Njemački Savezni zavod za statistiku (Statista)

**Koliko Nijemaca ima prekomjernu težinu?**

<https://de.statista.com/infografik/17609/anteil-eebergewichtiger-in-deutschland/>

Godina izdanja: 2024. (Status: 12.11.2024.)

Njemački Savezni zavod za statistiku (Statista)

**Održiva potrošnja u Njemačkoj**

<https://www.statista.com/study/136880/sustainable-consumption-in-germany/>

Godina izdanja: 2021. (Status: 12.11.2024.)

Studija Utopia:

**Die grüne Mitte (Zelena sredina)**

<https://unternehmen.utopia.de/utopia-studie-24/>

Godina izdanja: 2022. (Status: 12.11.2024.)

World Avocado Organization (Svjetske organizacije za avokado):

**Novo istraživanje Svjetske organizacije za avokado otkriva europske prehrambene navike**

<https://vegconomist.de/studien-und-zahlen/neue-umfrage-der-world-avocado-organisation/>

Godina izdanja: 2024. (Status: 12.11.2024.)

World Obesity Federation (Svjetska federacija za debljinu)

**Svjetski atlas debljine 2023. Priopćenje za medije**

[https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/wof-files/World\\_Obesity\\_Atlas\\_2023\\_Press\\_Release.pdf](https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/wof-files/World_Obesity_Atlas_2023_Press_Release.pdf)

Godina izdanja: 2023. (Status: 12.11.2024.)

Svjetska zdravstvena organizacija (WHO)

**Action on salt and hypertension: reducing cardiovascular disease burden in the WHO European region (Poduzmimo nešto protiv soli i hipertenzije: smanjenje opterećenja kardiovaskularnim bolestima u europskoj regiji WHO-a)**

9789289060813-eng.pdf

Godina izdanja: 2024. (Status: 12.11.2024.)

Svjetska zdravstvena organizacija (WHO)

**Smjernica: Unos šećera za odrasle i djecu**

[https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/149782/9789241549028\\_eng.pdf](https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/149782/9789241549028_eng.pdf)

Godina izdanja: 2015. (Status: 22.11.2024.)

Svjetska zdravstvena organizacija (WHO)

**Obesity and overweight (Prekomjerna tjelesna masa i debljina)**

<https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight>

Godina izdanja: 2024. (Status: 12.11.2024.)

Svjetska zdravstvena organizacija (WHO)

**Debljina uzrokuje rak i glavni je faktor invaliditeta i smrti, upozorava novo izvješće WHO-a**

<https://www.who.int/europe/news/item/03-05-2022-obesity-causes-cancer-and-is-major-determinant-of-disability-and-death--warns-new-who-report>

Godina izdanja: 2022. (Status: 12.11.2024.)

Svjetska zdravstvena organizacija (WHO)

**WHO preporučuje strože politike za zaštitu djece od štetnog utjecaja marketinga hrane**

<https://www.who.int/news/item/03-07-2023-who-recommends-stronger-policies-to-protect-children-from-the-harmful-impact-of-food-marketing>

Godina izdanja: 2023. (Status: 12.11.2024.)

Svjetska zdravstvena organizacija (WHO)

**Europski modeli nutritivnog profila**

WHO-EURO-2023-6894-46660-68492-eng.pdf

Godina izdanja: 2023. (Status: 12.11.2024.)

Svjetski fond za prirodu (WWF)

**Essen wir das Klima auf? (Jedemo li klimu?)**

<https://www.wwf.de/themen-projekte/landwirtschaft/ernaehrung-konsum/essen-wir-das-klima-auf>  
Godina izdanja: 2022. (Status: 12.11.2024.)

Svjetski fond za prirodu (WWF)

**Održiva prehrana – ponovno uravnoteženje ključnih životinjskih i biljnih proizvoda**

[https://www.wwf.ch/sites/default/files/doc-2023-09/2023\\_Neugewichtung\\_von\\_tierischen\\_und\\_pflanzlichen\\_Schl%C3%BCsselprodukten.pdf](https://www.wwf.ch/sites/default/files/doc-2023-09/2023_Neugewichtung_von_tierischen_und_pflanzlichen_Schl%C3%BCsselprodukten.pdf)  
Godina izdanja: kolovoz 2022. (revidirano u travnju 2023.)



Kaufland Hrvatska k.d.  
Donje Svetice 14  
10000 Zagreb

[kommunikacije@kaufland.hr](mailto:kommunikacije@kaufland.hr)  
[kaufland.hr/djela](http://kaufland.hr/djela)

