

IZVJEŠTAJ O ODRŽIVOSTI



**Djela,
ne riječi.**


Kaufland

SADRŽAJ

1	Poruka predsjednika Uprave	4
2	O Kauflandu – Djela, ne riječi	8
3	Zaposlenici	30
4	Utjecaj poslovanja na zaštitu okoliša	46
5	Posvećenost zajednici	58
6	Održivi asortiman	66
7	Dobrobit životinja	74
8	Smanjenje otpada od hrane	80
9	Odgovorna nabava	84
10	Smanjenje plastike	90
11	GRI Indeks	96
12	Vanjska verifikacija	104

KLJUČNI POKAZATELJI USPJEŠNOSTI



39
poslovnica
u Hrvatskoj

Preko
114
tisuća m² prodajne površine



PREKO
3.100
ZAPOSLENIKA

PORUKA PREDSJEDNIKA UPRAVE

Drage čitateljice,
dragi čitatelji,

drago mi je što vam ovim putem mogu predstaviti prvi izvještaj o održivosti Kauflanda u Hrvatskoj. Dozvolite mi da vam pojasnim koliko je ovo veliki korak za nas i što on zapravo znači.



Kao veliko međunarodno poduzeće snosimo veliku odgovornost i imamo jasan cilj: nuditi našim kupcima svakog dana najveći izbor proizvoda najbolje kvalitete za najnižu moguću cijenu. No kao trgovački lanac nemamo samo utjecaj na vašu prehranu; utječemo i na vašu budućnost. Pitajte se kako?



Kaufland je dinamično, snažno i odgovorno poduzeće u kojemu održivost nije samo riječ. Naša društvena, ekološka i ekonomska odgovornost duboko je utkana u našu svakodnevnicu. Počevši s izborom odgovornih proizvođača, preko inovativnih ambalaža koje se mogu reciklirati, sve do svjesnog odabira manjih udaljenosti u transportu: aktivno djelujemo u svim fazama lanca opskrbe.

Kroz suradnju s malim poduzećima diljem zemlje pružamo vam najbolje domaće proizvode, a istovremeno potičemo domaću proizvodnju. Time dajemo jasan znak i podršku temi „Održiva potrošnja i proizvodnja“ – jednom od 17 ciljeva Ujedinjenih naroda za održivi razvoj.

Pomoću različitih društveno odgovornih projekata podržavamo našu društvenu zajednicu te brinemo, prije svega, o onima kojima je potrebna pomoć. Tako, primjerice, u suradnji s Hrvatskim Caritasom i Hrvatskim Crvenim križem potrebitima redovito doniramo namirnice te se tako borimo protiv gladi, što je ujedno još jedan od ciljeva Ujedinjenih naroda za održivi razvoj. Isto tako, potičemo uravnoteženu i zdravu prehranu i svakog tjedna djeci u osnovnim školama doniramo svježe voće i povrće.

Tema održivosti čvrsto je utkana u naše svakodnevno poslovanje. Odgovorno i efikasno koristimo prirodne resurse te na taj način podržavamo zaštitu klime, čemu isto svjedoči činjenica da smo s 1.1.2020. kao prvi trgovački lanac u Hrvatskoj ukinuli jednokratne plastične vrećice s blagajni svih naših poslovnica, a slijedili su nas i brojni drugi trgovci.

Ključni dio našeg poslovanja naravno čini prodaja. Naših 2.766 zaposlenika u poslovnica i logistici su ti koji vam, uz podršku 406 zaposlenika u centrali, svakodnevno omogućavaju kupovinu. Stalo nam je do njihova zdravlja i njihove dobrobiti, stoga im pružamo radnu okolinu u kojoj će se osjećati ugodno te im pružamo mogućnosti za razvoj. S našim održivim ponašanjem postavljamo visoke standarde s jasnim ciljem: stvaranje sigurne i zdrave budućnosti za sve nas.

„Djela, ne riječi.“ naš je moto. Ne govorimo samo o boljoj budućnosti, već smo si postavili i jasne ciljeve kojima ćemo je aktivno oblikovati. Kako smo to činili u 2018. i 2019. godini saznat ćete na sljedećim stranicama.

S poštovanjem,



Patrick Rudat

Predsjednik Uprave Kauflanda Hrvatska k.d.

O IZVJEŠTAJU O ODRŽIVOSTI

Ovaj izvještaj o održivosti sastavljen je prema međunarodno priznatom okviru za nefinancijsko izvještavanje GRI Standards: sržna opcija i to za dvogodišnje izvještajno razdoblje te se svi pokazatelji, osim ako to nije drugačije naznačeno, odnose na poslovne godine 2018. (od 1. ožujka 2018. do 28. veljače 2019.) i 2019. (od 1. ožujka 2019. do 29. veljače 2020.).

U Izvještaju su transparentno prikazane nefinancijske informacije o utjecaju poslovanja na društvo, ekonomiju i okoliš poduzeća Kaufland Hrvatska k.d. i povezanog društva Europa – upravljanje nekretninama d.o.o.

Nefinancijske informacije u svrhu pisanja izvještaja vrijedno je, uz podršku Instituta za društveno odgovorno poslovanje (IDOP), prikupljala projektna skupina za nefinancijsko izvještavanje iz različitih odjela Kauflanda.

Kako bi se dodatno podigla kvaliteta ovog nefinancijskog izvještaja, odabrana su tri GRI standarda koja su dodatno provjerena od strane vanjskog stručnjaka, konzultantskog poduzeća Ernst & Young čiji izvještaj možete pronaći na 104. stranici.

Izvještaj je pripremljen u tiskanom i PDF obliku, te objavljen na javno dostupnim stranicama poduzeća: kaufland.hr/izvjestaj

Pozivamo dionike da pročitaju izvještaj te komentare, savjete ili pitanja upute na adresu e-pošte: komunikacije@kaufland.hr

Osim u dijelu gdje se analizira razlika u spolu zaposlenika zbog jednostavnosti teksta korišten je samo oblik za muški rod, ali se podrazumijeva da se misli na oba roda, muški i ženski.



O KAUF LANDU



DJELA, NE RIJEČI

Korijeni poslovanja sežu u 1930. godinu kada je osnovana tvrtka Lidl & Schwarz. 1968. godine otvorena je prva trgovina, a danas je Kaufland međunarodni lanac s preko 1.300 prodajnih mjesta prisutan u 8 zemalja: Njemačka, Češka, Slovačka, Hrvatska, Poljska, Rumunjska, Bugarska i Moldavija.

Asortiman proizvoda u trgovinama Kauflanda Hrvatska, ovisno o veličini poslovnice, čini od 12.000 do 24.000 artikala, uključujući prehrambene i neprehrambene proizvode.

Cilj Kauflanda jest ponuditi kupcima jedinstven doživljaj kupovine kroz najbolji omjer kvalitete i cijene, raznolikost proizvoda i svježinu.

Posvećuje se puno pozornosti odgovornom odabiru asortimana hrane i drugih proizvoda, zastupajući održivost i lokalnu proizvodnju kroz odgovornu nabavu, kontrolu kvalitete proizvodnje, bolje uvjete uzgoja životinja, očuvanje morskog okoliša, edukaciju zaposlenika te smanjenje negativnog utjecaja na okoliš. Kroz napore za ostvarivanje održivog razvoja u Kauflandu, kupcima je omogućen kontinuiran pristup rastućem asortimanu ekološki prihvatljivih i održivih proizvoda regionalnog, nacionalnog i internacionalnog porijekla.



Kaufland Hrvatska k.d.

Prva poslovnica u Hrvatskoj: 2001.

Broj zaposlenika na dan 29.2.2020.: 3.127*

Sjedište: Donje Svetice 14, Zagreb

Slogan: Djela, ne riječi.

Kaufland Hrvatska dio je grupacije Schwarz, uspješnog međunarodnog trgovačkog društva. U Hrvatskoj posluje od 2001. kada je otvorena prva poslovnica u Karlovcu. Temelj poslovanja u izvještajnom razdoblju činilo je 39 poslovnica u kojima je, zajedno sa zagrebačkom centralom i logističko-distributivnim centrom u Jastrebarskom, zaposleno više od 3.100 zaposlenika.

U svim novim poslovnicama prate se i integriraju najnoviji tehnološki i ekološki standardi, koji se primjenjuju i prilikom preuređenja postojećih poslovnica.

Upravljačku strukturu organizacije čini Uprava s pet članova - predsjednikom Uprave te četiri člana Uprave zadužena za pojedina poslovna područja unutar poduzeća (Prodaja i logistika, Financije i administracija, Centralne službe i Nabava). Odluke o ekonomskim, okolišnim i društvenim utjecajima donose se na razini Uprave.

*uključujući dugotrajno odsutne zaposlenike

VLASTITE ROBNE MARKE KAUFLANDA

Osim brendiranih proizvoda, u Kauflandovim poslovnica nudi se i velik broj proizvoda vlastitih robnih marki. Posebna pažnja posvećuje se svježini proizvoda, a zadovoljstvo kupaca i zaposlenika na prvom je mjestu.



**IZRAVNO STVORENA I DISTRIBUIRANA EKONOMSKA VRIJEDNOST
(U MIO KN)**

	2019.	2018.
Izravno stvorena ekonomska vrijednost – Prihodi (prihodi od prodaje robe, imovine, paleta, papira, prihodi od najma, logističkih usluga i kamata)	3.940	3.652
Distribuirana ekonomska vrijednost	3.718	3.545
Operativni troškovi (materijalni troškovi, troškovi osiguranja, troškovi grupe, troškovi platnog prometa, troškovi najma, troškovi radne odjeće, obuke zaposlenika)	3.302	3.163
Troškovi zaposlenika (plaće)	259	238
Plaćanja davateljima kapitala (trošak kamata)	9	8
Uplate u državni proračun (porez i prirez na dohodak, mirovinsko, zdravstveno)	144	134
Ulaganja u zajednicu (donacije robe i novca)	4	2
Zadržana ekonomska vrijednost	221	107

UPLAĆENI POREZI I OSTALA DAVANJA (U MIO KN)

	2019.	2018.
Porez na dodanu vrijednost	306	318
Porez na dobit	14	
Trošarine	13	11
Članarine	2	2
Komunalna naknada	16	15
Porezi i doprinosi na dohodak	128	131
Ukupno	479	477



ČLANSTVA I PRIZNANJA

Kaufland je učlanjen u nacionalne i međunarodne mreže koje zagovaraju održivi razvoj te svojim znanjem i iskustvom iz Sektora trgovine doprinosi njihovom djelovanju.

- Njemačko-hrvatska industrijska i trgovinska komora (od 2002.)
- Hrvatska udruga poslodavaca (od 2005.)
- 2014. Kaufland Hrvatska k.d. je registriran kao član Supply Chain Initiative čime se obvezao poštivati načela dobre prakse u lancu opskrbe hranom
- Certifikat Poslodavac partner (2016., 2017., 2018., 2019.)
- Zajednica za društveno odgovorno poslovanje (od 2018.)
- Kao dio grupacije Schwarz Kaufland je od 2018. potpisnik dokumenta New Plastics Economy Global Commitment zaklade Ellen MacArthur Foundation
- Certifikat Tvrtka prijatelj zdravlja (2019.)
- Povelja o volontiranju (potpisana 2019.)

Kaufland Hrvatska k.d. prepoznaje posebnu odgovornost koju ima u pogledu održivog razvoja i obvezuje se da će u svom svakodnevnom poslovanju djelovati na društveno odgovoran te zdravstveno i ekološki prihvatljiv način – a svoju predanost u području održivosti treba učiniti transparentnom i prema javnosti.

Upravo iz tog razloga je početkom 2020. godine društvo Kaufland Stiftung u okviru grupacije Schwarz postalo članom UN-ove inicijative Global Compact, najveće i najvažnije svjetske inicijative za odgovorno korporativno upravljanje. Potpisivanjem inicijative Kaufland Stiftung se obvezao na poštivanje deset univerzalnih načela inicijative u područjima ljudskih prava, rada, zaštite okoliša i borbe protiv korupcije te na taj način opsežnoj predanosti pitanjima iz područja održivosti pruža globalni okvir.

Kaufland Hrvatska pritom kao dio grupacije Schwarz daje važan doprinos ovom pitanju te je već u prošlosti proveo brojne mjere kako bi podržao spomenuta načela za održivo svjetsko gospodarstvo.

WE SUPPORT



**CILJEVI
ODRŽIVOG
RAZVOJA**

OKRUŽENJE I IZAZOVI

Ekonomski i održivi rast okruženja unutar kojeg Kaufland djeluje, između ostaloga, ovisi i o ponašanju organizacije u borbi protiv korupcije i nekonkurentskog ponašanja. Kaufland se strogo pridržava važećeg zakonodavstva jer poštena konkurencija čini osnovni stup za učinkovit i održiv ekonomski rast. Korupcija i nekonkurentsko ponašanje mogu imati negativne učinke širom lanca vrijednosti. Ovakva vrsta ponašanja može utjecati na izbor kupca, na određivanje cijene proizvoda i na druge čimbenike koji su bitni za učinkovito tržište, a pokretanje upravnog postupka na ovom području stvara zabrinutost kod potencijalnih poslovnih partnera. Protiv Kauflanda nije pokrenut niti jedan upravni postupak zbog postupanja u suprotnosti s načelom slobode tržišnog natjecanja, odnosno zabrane kartela, što pokazuje predanost društveno odgovornom poslovanju.

Prema GfK metodologiji panela kućanstava, Kaufland je treće najveće poduzeće iz hrvatskog sektora trgovine koje već duže razdoblje ostvaruje kontinuirani rast. Istraživanje Panel kućanstava prema GfK metodologiji prikuplja podatke o kupnji robe široke potrošnje te koristeći inovativne tehnologije agregira prikupljene informacije u nalaze i preporuke koje poduzećima pomažu da razumiju trenutne trendove razvoja tržišta i na osnovu spoznaja unaprijede svoju ponudu i izbor potrošača.

Izazov u postizanju uspješnog poslovanja na hrvatskom tržištu Kauflandu predstavlja i složenost klimatskih i društvenih promjena. Mnoga poduzeća smatraju kako su posljedice klimatskih promjena relevantne samo dugoročno pa stoga nemaju nužno utjecaj na današnje poslovne odluke, što se pokazalo pogrešnim. Klimatske i društvene promjene predstavljaju globalne tržišne rizike, ali s druge strane stvaraju i prilike koje se ne mogu zanemariti. Društveni i okolišni rizici predstavljaju neizvjesne društvene i okolišne događaje ili uvjete koji, ako se dogode (zbog promjene društvenih ili okolišnih čimbenika), mogu stvoriti značajan negativan utjecaj na poslovanje.

Upravo je iz ovih razloga projektna skupina za nefinancijsko izvještavanje u Kauflandu Hrvatska analizirala i identificirala potencijalne rizike kao i mjere i ciljeve koji se trebaju realizirati kako bi se stvorili uvjeti za poslovanje s manje negativnim utjecajem na okoliš.

Radionica identifikacije mjera i ciljeva kao jedan od prvih koraka u izradi izvještaja imala je za cilj:

- razumjeti i identificirati društvene i okolišne rizike koji mogu značajno negativno utjecati na poslovanje
- pronaći odgovore na rizike u obliku mjera koje je potrebno poduzeti
- minimizirati pripadajuće rizike ostvarivanjem zadanih ciljeva

Projektna skupina za nefinancijsko izvještavanje u Kauflandu Hrvatska u procesu identifikacije rizika, mjera i ciljeva koristila se preporukama za identifikaciju rizika propisanim od strane Međunarodnog odbora za financijsku stabilnost o objavi financijskih informacija povezanih s klimatskim promjenama (engl. Task Force on Climate-related Financial Disclosures - TCFD). Preporuke TCFD-a daju jasnu polaznu točku poduzećima kroz identifikaciju rizika, mjera i ciljeva kako se u narednim godinama zaštititi od nadolazećih izazova kroz nove identificirane mjere i postavljene ciljeve, a koje dugoročno stvaraju dodanu vrijednost i povećavaju poslovnu uspješnost. Identificirani rizici koji mogu značajno utjecati na poslovanje i održivost Kauflanda Hrvatska, kao i identificirane mjere i ciljevi kojima se minimiziraju društveni i okolišni rizici prikazani su u tablici.

U budućnosti će se mjere i ciljevi pratiti i po potrebi prilagođavati.

IDENTIFICIRANI RIZICI KOJI MOGU ZNAČAJNO UTJECATI NA POSLOVANJE I ODRŽIVOST KAUFLLANDA HRVATSKA TE PRIKAZ MJERA I CILJEVA KOJIMA SE RIZICI MINIMIZIRAJU*

RIZICI	MJERE	CILJEVI
1. Povećanje troškova energenata	Proizvodnja vlastite energije Efikasnije korištenje energenata (električne energije, prikupljanje kišnice, itd.)	Smanjenje potrošnje energenata Stabiliziranje troškova energenata Manja ovisnost o eksternim dobavljačima energije
2. Povećanje šteta na nekretninama i/ili robi zbog vremenskih neprilika / elementarnih nepogoda	Organiziran krizni menadžment	Pravovremeno identificirati i otkloniti materijalnu štetu Sigurnost zaposlenika i kupaca
3. Poteškoće pri zadržavanju i privlačenju kvalitetne radne snage	Praćenje tržišta rada Prilagođavanje potrebama na tržištu Pružanje iznadprosječnih radnih uvjeta Razvoj imidža poslodavca	Konkurentna pozicija na tržištu radne snage u području trgovine Imidž poželjnog i pouzdanog poslodavca
4. Otežana dostupnost asortimana	Zamjenski dobavljači za prehrambene artikle Razvoj i proširenje lanca opskrbe (geografska diversifikacija)	Kupcima trajno pružiti dovoljno širok asortiman i dobar omjer cijene i kvalitete
5. Zdravstveni nedostaci prehrambenog asortimana	Dobavljač ima jedan od važećih GFSI certifikata (IFS ili BRC) Provedba revizija dobavljača	Trajno osigurati ispravan i siguran asortiman kupcu
6. Jače posljedice zbog onečišćenja okoliša	Poticanje lokalne proizvodnje Kupcima ponuditi veći broj regionalnih proizvoda Održavanje i povećanje suradnje, edukacija i informiranje lokalnih proizvođača prema Kaufland standardima	Osigurati sigurnu proizvodnju hrane Smanjiti emisije CO ₂
7. Povreda sigurnosti podataka	Suradnja s tvrtkama koje poštuju visoke standarde zaštite podataka Neprestano preispitivanje vlastitih poslovnih procesa	Imidž pouzdanog trgovačkog lanca, poslodavca i partnera

*rizici, mjere i ciljevi nisu složeni po prioritetima

DEFINIRANJE STRATEGIJE ODRŽIVOG RAZVOJA

Dionici su skupine ili pojedinci na koje u značajnoj mjeri utječe poslovanje neke organizacije te istovremeno njihove odluke i aktivnosti utječu ili mogu utjecati na uspješnost poslovanja te iste organizacije. Primarni dionici Kauflanda su kupci koji svakodnevno posjećuju Kauflandove poslovnice, važni dionici su i zaposlenici, dobavljači, poslovni partneri, investitori, banke, nevladine organizacije, akademska zajednica, članska udruženja, mediji i tako dalje. Upravo kroz dijalog s dionicima koji utječu ili bi mogli utjecati na poslovanje Kauflanda, omogućena je transparentnost koja je temelj i inspiracija za poboljšanje poslovanja i poslovnih procesa u cilju održivog razvoja. Iz tog razloga, Kaufland je dionike rasporedio prema ključnim skupinama kako bi se osiguralo razumijevanje njihovih potreba kroz učinkovito komuniciranje oko pojedinih društvenih, okolišnih i ekonomskih tema.

U cilju definiranja važnih tema društveno odgovornog poslovanja i strategije održivog razvoja, provedene su aktivnosti: (1) dijaloga s dionicima, (2) analiza važnosti i angažmana za teme društveno odgovornog poslovanja prema skupinama dionika, (3) izrada matrice materijalnosti te (4) identificiranje ciljeva održivog razvoja kojima Kaufland najviše doprinosi.

GRAFIČKI PRIKAZ DEFINIRANJA STRATEGIJE ODRŽIVOG RAZVOJA



DIJALOG S DIONICIMA

Dijalog s dionicima u cilju analize važnosti i angažmana za teme društveno odgovornog poslovanja koje su relevantne za Kaufland Hrvatska provodio se anketom krajem 2018. godine u kojoj je sudjelovalo 1.400 kupaca, 237 zaposlenika Kauflanda te 154 eksterna dionika. Dijalog s dionicima uključivao je i radionicu s Upravom Kauflanda na kojoj su sudjelovali predsjednik Uprave, četiri člana Uprave te odjel Korporativnih komunikacija. Radionicu je moderirala njemačka tvrtka za strateško savjetovanje na području društveno odgovornog poslovanja fors. earth GmbH.

Dijalog s dionicima proveden je putem ankete s:

- 1.400 kupaca
- 237 zaposlenika (79 iz centrale, 136 iz prodaje i 10 iz logistike),
- 154 eksterna dionika (119 dobavljača, 8 nevladinih organizacija, 27 predstavnika znanosti)

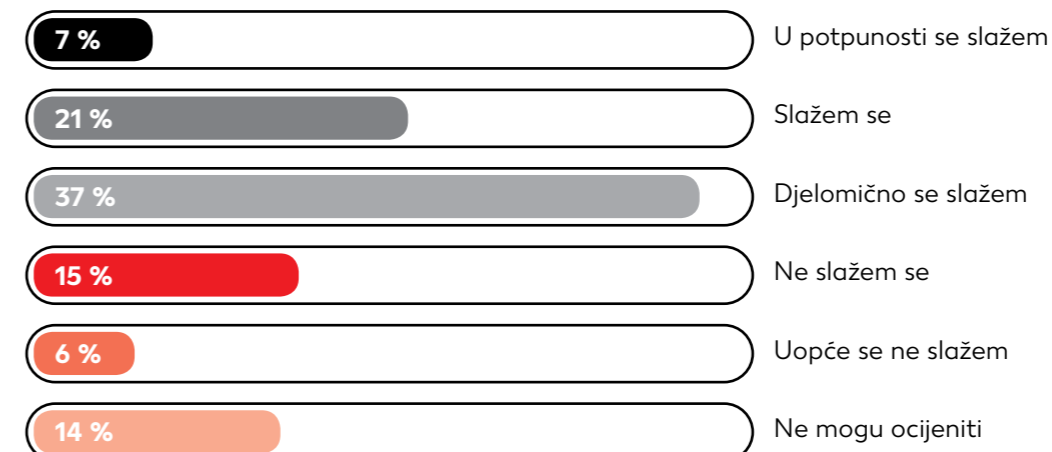
PERCEPCIJA CSR ANGAŽMANA

VIŠE OD POLOVICE ISPITANIKA SE SLAŽE S TIME DA SE KAUF LAND ANGAŽIRA ZA TEME VEZANE UZ DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE

U kojoj mjeri se slažete sa sljedećim izjavama?

Kaufland ne priča samo o društveno odgovornom poslovanju i održivosti, već se i aktivno zalaže za te teme.

SVI ISPITANICI

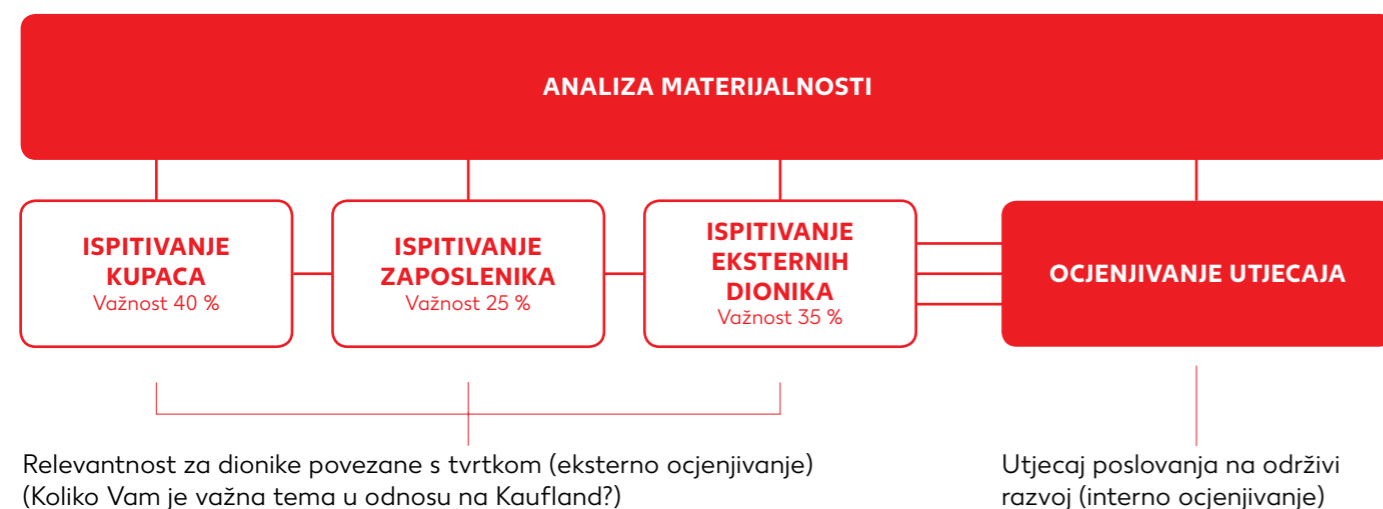


ANALIZA VAŽNOSTI I ANGAŽMANA ZA TEME DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA PREMA SKUPINAMA

Dijalog s dionicima imao je za cilj iz perspektive pojedinih skupina dionika **analizirati i definirati važne ili materijalne teme društveno odgovornog poslovanja** koje je važno integrirati u Kauflandovu poslovnu strategiju. Ova analiza materijalnosti ili važnosti tema društveno odgovornog poslovanja omogućuje identifikaciju i rangiranje važnih tema za dionike, ponderiranih na temelju njihove relevantnosti

(kupci imaju važnost 40 %, zaposlenici 25 % dok dobavljači, nevladine organizacije i predstavnici za znanost imaju važnost 35 %). Identificirane teme se uspoređuju s prioritetima poslovne strategije Kauflanda odnosno analizira se utjecaj poslovanja na održivi razvoj i utvrđuju područja mogućeg poboljšanja.

OCJENJIVANJE UTJECAJA VAŽAN JE ELEMENT ANALIZE MATERIJALNOSTI



Provedenom analizom tema društveno odgovornog poslovanja koje su iz perspektive dionika materijalne za Kaufland, identificirane su važne teme prema skupinama: (1) kupci, (2) zaposlenici i (3) eksterni dionici (dobavljači, nevladine organizacije i predstavnici za znanost) na temelju kojih je oblikovana Kauflandova matrica materijalnosti koja se nalazi na sljedećoj stranici.

Iz perspektive kupaca zaključeno je kako poticanje domaćih, regionalnih proizvoda, proizvodi bez genetskog inženjeringa te Kaufland kao odgovorni poslodavac predstavljaju važne teme za održivi razvoj Kauflanda.

VAŽNE TEME IZ PERSPEKTIVE KUPCA	TEMA NA MATRICI MATERIJALNOSTI OPISANA REDNIM BROJEM
Domaći, regionalni proizvodi	7, 8 i 14
Proizvodi bez genetskog inženjeringa	3, 6, 8, 10, 11 i 16
Odgovorni poslodavac	15

Iz perspektive zaposlenika zaključeno je kako poticanje domaćih, regionalnih proizvoda, plaće i dodatna davanja te ravnoteža između posla i privatnog života / radno vrijeme predstavljaju važne teme za održivi razvoj Kauflanda.

VAŽNE TEME IZ PERSPEKTIVE ZAPOSLENIKA	TEMA NA MATRICI MATERIJALNOSTI OPISANA REDNIM BROJEM
Domaći, regionalni proizvodi	7, 8 i 14
Plaća i dodatna davanja	15
Ravnoteža između posla i privatnog života / radno vrijeme	15

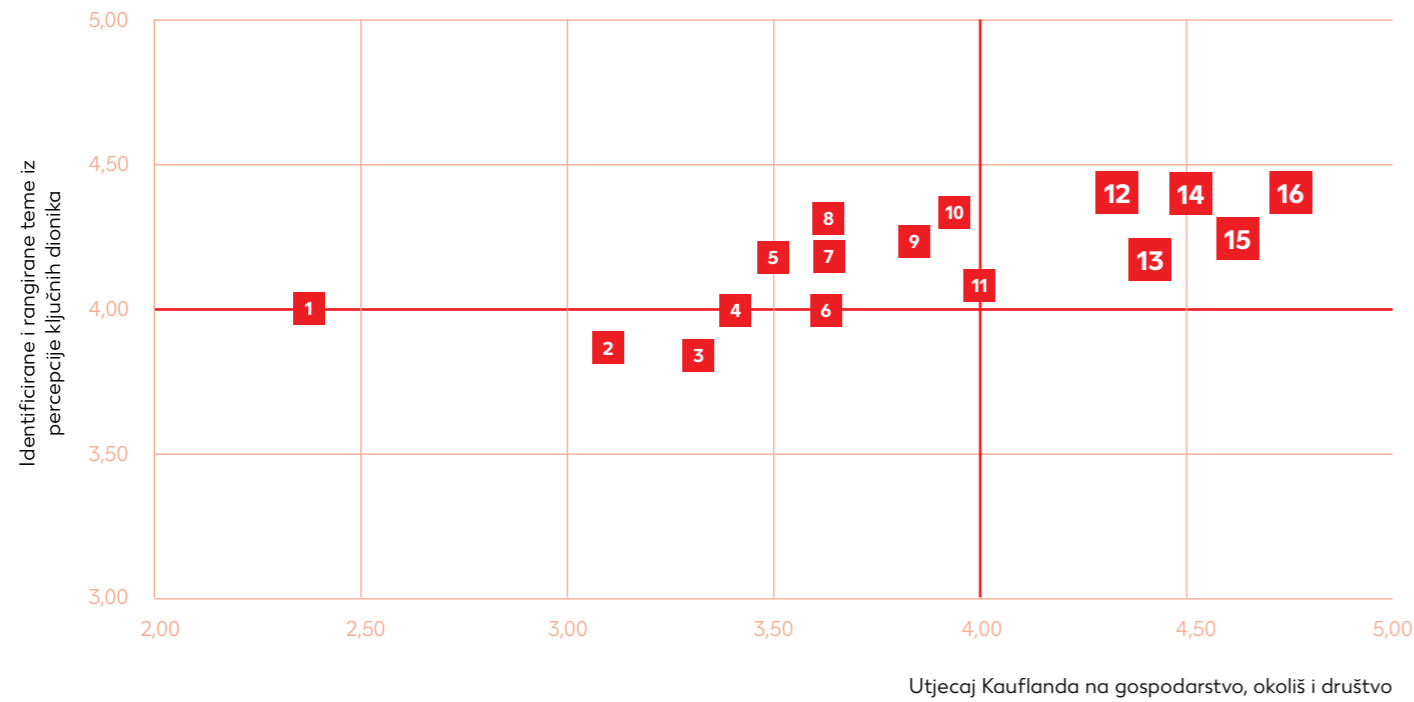
Iz perspektive eksternih dionika (dobavljača, nevladinih organizacija i predstavnika za znanost) zaključeno je kako voće i povrće bez pesticida, podrška malim regionalnim dobavljačima te poticanje domaćih, regionalnih proizvoda predstavljaju važne teme za održivi razvoj Kauflanda.

VAŽNE TEME IZ PERSPEKTIVE EKSTERNIH DIONIKA	TEMA NA MATRICI MATERIJALNOSTI OPISANA REDNIM BROJEM
Voće i povrće bez pesticida	3, 6, 8, 10, 11 i 16
Podrška malim regionalnim dobavljačima	7, 8, 14 i 16
Domaći, regionalni proizvodi	7, 8 i 14

IZRADA MATRICE MATERIJALNOSTI

Rezultat analize važnosti i angažmana tema društveno odgovornog poslovanja dobiven kroz dijalog s dionicima predstavlja strateški važan element analize materijalnosti za potrebe izrade **matrice materijalnosti** (ili matrice važnosti). Matrica materijalnosti prikazuje identificirane i rangirane teme društveno odgovornog poslovanja iz percepcije ključnih dionika (okomita os matrice) i utjecaja Kauflanda na iste te teme (vodoravna os matrice). Korištena metodologija u pripremi matrice materijalnosti jest preporučena od strane GRI Standarda. Okolišne, ekonomske i društvene materijalne teme predstavljaju temelj za pripremu izvještaja o održivosti i bazu za prikupljanje i praćenje nefinancijskih pokazatelja kako bi se postigli zadani ciljevi održivog razvoja Kauflanda. Sve identificirane teme značajne su unutar organizacije i duž dobavljačkog lanca, pri čemu su teme 12-16 definirane kao materijalne.

MATRICA MATERIJALNOSTI (ILI MATRICA VAŽNOSTI)



VAŽNE OKOLIŠNE, DRUŠTVENE I EKONOMSKE TEME

- | | |
|---|---|
| 1 Zelena logistika | 8 Održiva poljoprivreda |
| 2 Servis za kupce i senzibiliziranje kupaca za teme zdrave prehrane, bacanja hrane, izbjegavanje plastike itd. | 9 Pakiranja od ekološki prihvatljivih materijala |
| 3 Proširenje održivog asortimana | 10 Smanjenje / izbjegavanje kemikalija / štetnih tvari u proizvodima / proizvodnim procesima |
| 4 Zaštita okoliša u procesima poduzeća | 11 Proširenje zdravog asortimana |
| 5 Transparentnost na prodajnom mjestu | 12 Izbjegavanje otpada od hrane |
| 6 Proizvodi kod kojih su isključeni držanje životinja u neprihvatljivim uvjetima i pokusi na životinjama | 13 Društveni angažman za ljude i okoliš |
| 7 Ekološki prihvatljiv dobavljački lanac i proizvodnja koji su povoljni za klimu i štede resurse | 14 Poticanje domaćih / regionalnih proizvoda |
| | 15 Odgovoran poslodavac |
| | 16 Društveni standardi / radni / životni uvjeti u lancu opskrbe / proizvodnji |



IDENTIFIKACIJA CILJEVA ODRŽIVOG RAZVOJA KOJIMA KAUFLAND NAJVIŠE DOPRINOSI

Kaufland Hrvatska posluje odgovorno prema zaposlenicima, zajednici i okolišu. Pod sloganom "Djela, ne riječi" djeluje za zdravlje ljudi i planeta vodeći se načelima odgovorne nabave i fer poslovne prakse u dobavljačkom lancu, provodeći inicijative za zdrav život među zaposlenicima i u zajednici te razvijajući strategije za smanjenje plastike i otpada.

Zdravlje zaposlenika, potrošača i poslovnih partnera te očuvanje okoliša u samom su fokusu poslovanja tvrtke prema čemu su definirani i prioritetni ciljevi održivosti.

U nastavku su četiri osnovna cilja kojima Kaufland najviše doprinosi, imajući na umu i preostale UN ciljeve održivog razvoja.



Kaufland doprinosi iskorjenjivanju gladi, poboljšanoj prehrani kroz konzumaciju sigurne i kvalitetne hrane i podržava održivu poljoprivredu u dobavljačkom lancu.

- ✓ Podrška lokalnih poljoprivrednika koji se uključuju u dobavljački lanac
- ✓ Održiva nabava - provodi se sveobuhvatan postupak kontrole i nadzora robe
- ✓ Minimizira se otpad hrane i gubitak hrane kroz donacije robe oštećenog pakiranja ili robe pred istekom roka trajanja



Kaufland provodi programe edukacije za zaposlenike o zdravom životu i zdravoj prehrani, te doprinosi dobrobiti zajednice u kojoj posluje.

- ✓ Inicijativa „Zdrav život“ usmjerena na osvještavanje važnosti brige o zdravlju i poticanje zdravog životnog stila zaposlenika
- ✓ Programom Fleksibilni radni angažman podržava se ravnoteža privatnog i poslovnog života
- ✓ Zaposlenicima se u sklopu programa školovanja nude razne edukacije



Kaufland razvija i provodi poslovne modele za održivu potrošnju i proizvodnju.

- ✓ Održiva proizvodnja vlastitih marki npr. s domaćim sirovinama
- ✓ REset Plastic - ukidanje laganih plastičnih vrećica i smanjenje udjela plastike i plastične ambalaže na postojećim proizvodima
- ✓ Provedba revizija dobavljača



Kaufland vodi brigu o smanjenju onečišćenja okoliša i time minimizira negativan utjecaj na klimu.

- ✓ Za proizvode vlastite robne marke koriste se ambalažni materijali koji se mogu reciklirati
- ✓ Rashladni sustav industrijskog hlađenja koji otpadnu toplinu nastalu radom rashladnih vitrina koristi za grijanje zimi
- ✓ Ulaganje u obnovljive izvore energije – solarna energija



CILJ ODRŽIVOG RAZVOJA 12: ODRŽIVA POTROŠNJA I PROIZVODNJA - ZAJEDNIČKA OSNOVA

Na osnovu već postojećih standarda 2018. izrađen je okvir za zajednički strateški smjer grupacije Schwarz. Rezultat je poslovanje prema ciljevima održivog razvoja s posebnim naglaskom na cilju 12 koji se bavi održivom potrošnjom i proizvodnjom. Cijela grupacija Schwarz postavila je ciljeve koji doprinose ispunjenu podciljeva COR-a 12.



Učinkovito korištenje prirodnih resursa (12.2):

Nabava najrelevantnijih sirovina organizirat će se na održiviji način. To vrijedi za kakao do kraja 2022., za cvijeće i biljke do kraja 2023., za pamuk i ribu kao i riblje proizvode do kraja 2025. Za daljnje sirovine provode se stalno detaljne analize.



Bacanje hrane (12.3):

Do kraja 2030. smanjit* će se otpad od hrane na razini grupacije Schwarz za 50 %**. Za odabrane sirovine i u dobavljačkom lancu će se smanjiti otpad od hrane.



Kemikalije (12.4):

Do kraja 2030. želja je postići upotrebu kemikalija u proizvodnji vlastite marke koja će biti prihvatljivija za zdravlje i okoliš. Zato će se i dalje raditi na poštivanju Detox Commitmenta koji sadržava postignute sporazume između Greenpeacea i Kauflanda na osnovu jedinstvene liste zabranjenih tvari za proizvodnju tekstila i cipela (MRSL***). Za voće, povrće, cvijeće i biljke definirat će se do kraja 2020. godine ambiciozne liste sa zabranjenim tvarima koje će se sljedećih godina sukcesivno razvijati.



Smanjenje otpada (12.5):

Do kraja 2025. u velikoj će se mjeri sav otpad koji se pojavi u tvrtki**** ponovno iskoristiti, reciklirati ili oporabiti.



Educiranje (12.8):

Do kraja 2022. osposobit će se i podržati svakog zaposlenika da u svom području djeluje održivo te će se to i nakon 2022. kontinuirano provoditi. Kupcima će se do kraja 2025. ponuditi više transparentnosti vezano uz društvene, ekološke i zdravstvene utjecaje ponude kako bi im se omogućilo svjesno donošenje odluka. Preduvjeti za to bit će stvoreni do 2022.

* Za vlastitu proizvodnju otpad od namirnica smanjit će se za 50 % (prehrana) do 2025. (usporedba s baznom godinom 2017.; u odnosu na količinu koja se stavi u prodaju), ** U odnosu na baznu godinu 2018. za trgovačka društva, *** MRSL = Manufacturing Restricted Substances List (popis tvari koje se u proizvodnom procesu mogu ograničeno koristiti), **** Bez komunalnog otpada (npr. na parkiralištima)

UPRAVLJANJE STRATEGIJOM ODRŽIVOG RAZVOJA

Odjel Korporativnih komunikacija

Odjel Korporativnih komunikacija koji preuzima koordinaciju svih tema vezanih za društveno odgovorno poslovanje osnovan je 1. prosinca 2016. godine. Ipak, to nije bio početak brige o okolišu, društvu i gospodarstvu jer je, prateći internacionalna načela, Kaufland oduvijek svoje poslovanje zasnivao na društveno odgovornim temeljima, ali je osnivanjem odjela definirana jasna strategija i vizija za sve daljnje aktivnosti.

Temelj strategije čine tri ključne odrednice: Zdravlje, Djeca i Okoliš te se svi projekti određuju prema transparentnim kriterijima na osnovi navedenih strateških odrednica.

Korporativnim komunikacijama direktno upravlja predsjednik Uprave. Uz još četiri područja i člana Uprave te Ljudske resurse, Korporativne komunikacije čine važan segment koji je u strukturi tvrtke s namjerom smješten na poziciju s koje je uključen u sva područja poduzeća paralelno.

Projektna skupina

U okviru priprema za izvještaj o održivom razvoju imenovana je projektna skupina za nefinancijsko izvještavanje koja je na redovnim sastancima dogovarala pojedinosti te bila odgovorna za prikupljanje podataka objavljenih u ovom izvještaju. Projektna skupina sastoji se od predstavnika različitih odjela iz cijele tvrtke.



ZAPOSLENICI



ZAPOSLENICI

Razvoj, timski rad, edukacija i briga za zaposlenike predstavljaju temelje koje Kaufland uspostavlja za uspješnu provedbu svoje poslovne strategije. Zaposlenike Kauflanda čine talentirani pojedinci s kojima Kaufland, kroz otvaranje mogućnosti za razvoj i radno okruženje koje poštuje identitet svakog pojedinca, zajedno raste.

Osnovna načela u svakodnevnom radu

Temelj za svakodnevni rad i suradnju su osnovna načela poslovanja:

- Zadovoljstvo kupaca određuje naše poslovanje.
- Povoljan odnos cijena i usluga određuje našu tržišnu poziciju.
- Rastemo kroz ekspanziju i neprestano poboljšanje u našim poslovnica.
- Kao jedno od poduzeća unutar grupe radimo sustavno.
- Brze i učinkovite odluke te jednostavni radni procesi osiguravaju naš uspjeh.
- Pridržavamo se postojećih zakona i internih smjernica.
- U našem svakodnevnom poslovanju preuzimamo gospodarsku, društvenu i ekološku odgovornost.
- Pravedan odnos prema svakome u poduzeću je zajamčen.
- Međusobno se poštujemo i potičemo.
- Pridržavamo se dogovora u atmosferi međusobnog povjerenja.
- Pohvala, priznanje i konstruktivna kritika termini su koji u svakodnevnom radu određuju našu radnu klimu.
- Okružujemo se jakim zaposlenicima, a zamjena je osigurana u svakoj organizacijskoj jedinici.



Organizacijske vrijednosti kao temelj

Organizacijske vrijednosti su temeljna načela koja određuju ponašanje.

- **UČINKOVITOST** - Učinak je odlučujući temelj našeg uspjeha. Pretpostavke visokog radnog učinka su rad, usmjerenost na rezultate, hrabrost i strast. To vrijedi za pojedince, ali i za cijeli tim.
- **DINAMIČNOST** - Dinamičnost je snaga kojom unapređujemo dobre prakse i stvaramo nove vrijednosti. Dinamičnost podrazumijeva spremnost i sposobnost za promjenu te odlučno preuzimanje odgovornosti. Tako ostvarujemo sve što naumimo.
- **PRAVEDNOST** - Pravednost počiva na poštovanju i uvažavanju. Uz povjerenje, pravednost je temelj na kojem gradimo međusobnu suradnju. Ona nam pomaže da dosljedno ostvarujemo ciljeve.



ZAPOSLENICI

Načela rukovođenja pod motom „Daj pet“ temelje se na organizacijskim vrijednostima Kauflanda. Živjeti načela rukovođenja zadatak je svih rukovoditelja, a ujedno je i obvezujuće obećanje koje Kaufland daje svojim zaposlenicima:

1. Jasno komuniciramo i usmjeravamo.
2. Razvijamo suradnike i prepoznajemo potencijale.
3. Učinkoviti smo i potičemo dinamičnost.
4. Pravedni smo i gradimo povjerenje.
5. Odgovorni smo i dajemo primjer.

<https://karijera.kaufland.hr/otkrij-kaufland/onama/nasa-kultura.html>

Evidenciju zaposlenika Kaufland vodi u SAP-u iz čije su baze matične evidencije zaposlenika dobiveni pokazatelji strukture zaposlenika prikazani u nastavku.

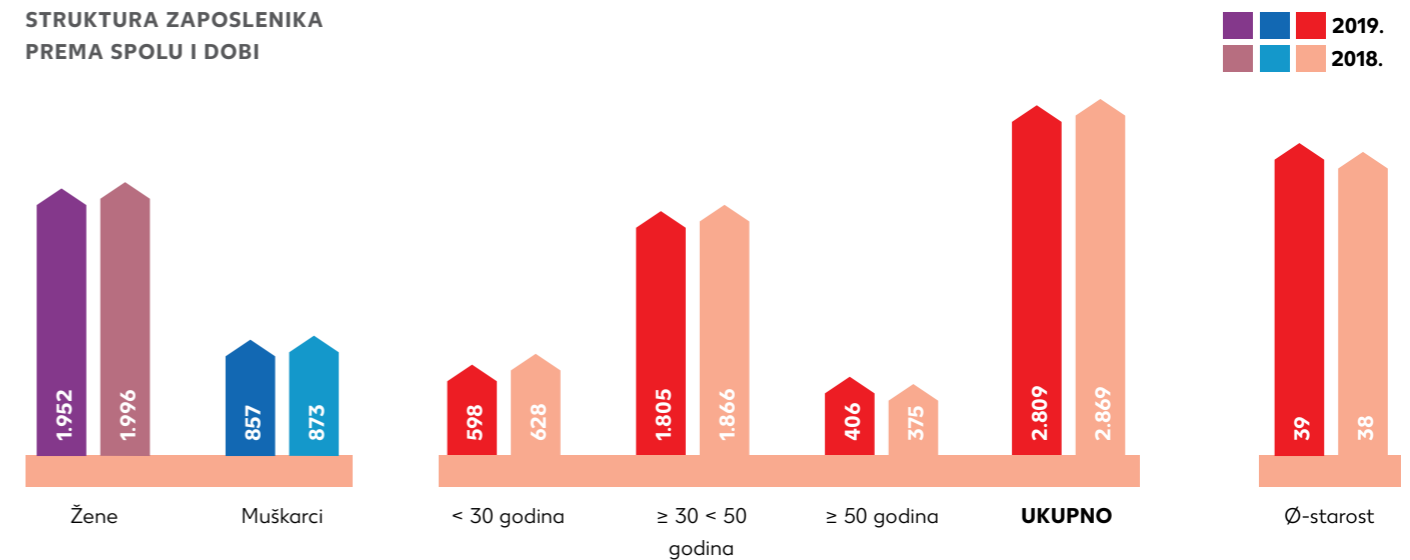
Pri izračunima nisu uzeti u obzir dugotrajno odsutni zaposlenici (npr. zaposlenici na roditeljskom dopustu).

2.809
Zaposlenika

30,5 % Muškarci
69,5 % Žene

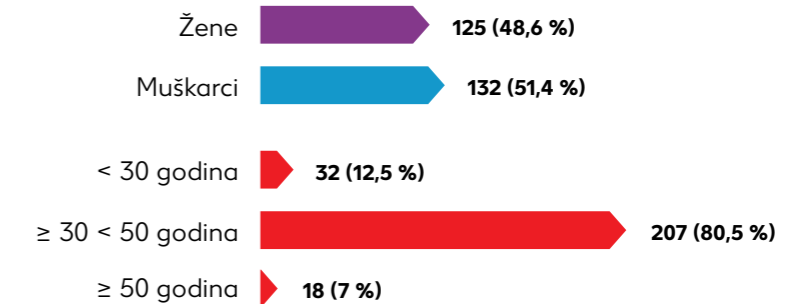


STRUKTURA ZAPOSLENIKA
PREMA SPOLU I DOBI

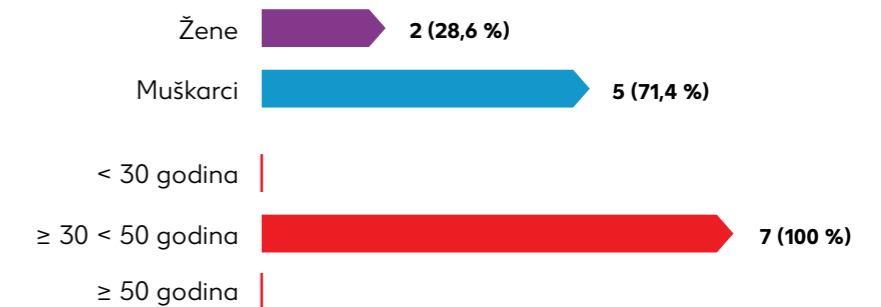


STRUKTURA MENADŽMENTA
PREMA SPOLU I DOBI U 2019.

SREDNJI I OPERATIVNI MENADŽMENT (257)



VIŠI MENADŽMENT (7)

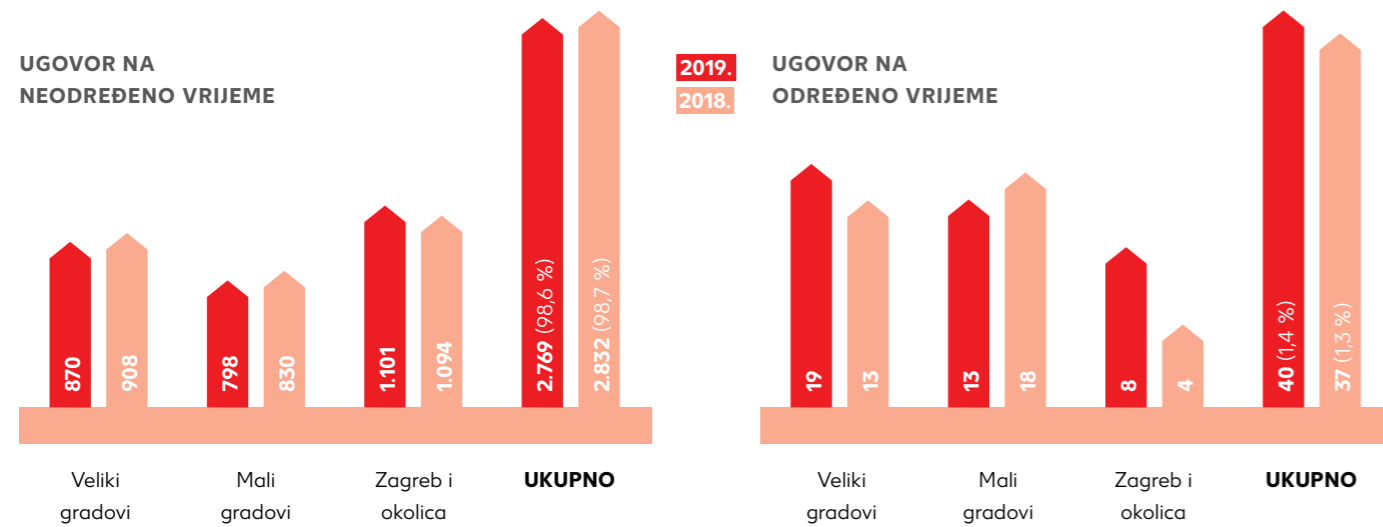


TOP MENADŽMENT (5)

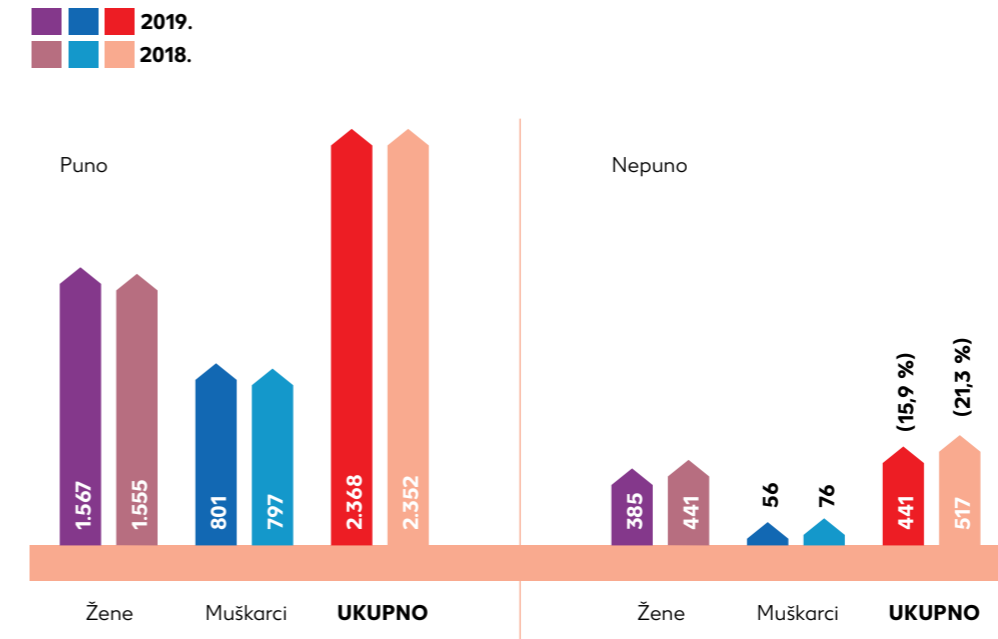


STRUKTURA ZAPOSLENIKA

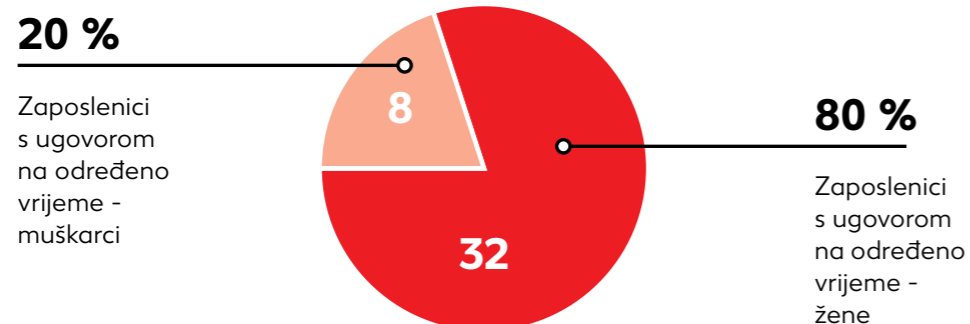
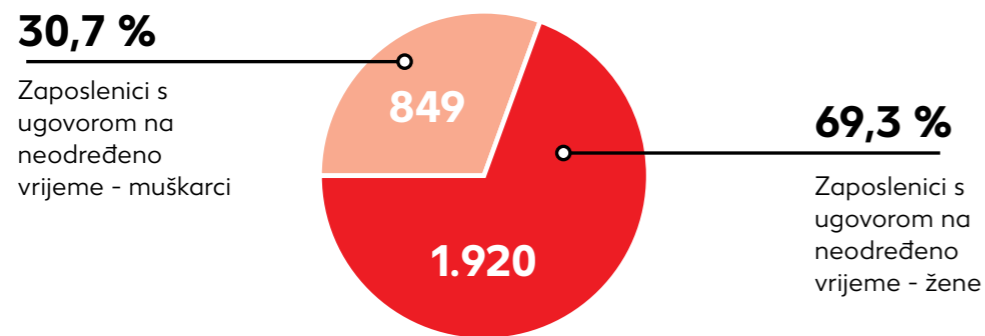
BROJ ZAPOSLENIKA PREMA VRSTI UGOVORA (NEODREĐENO/ODREĐENO) I REGIJI



BROJ ZAPOSLENIKA PREMA VRSTI UGOVORA (PUNO/NEPUNO) I SPOLU



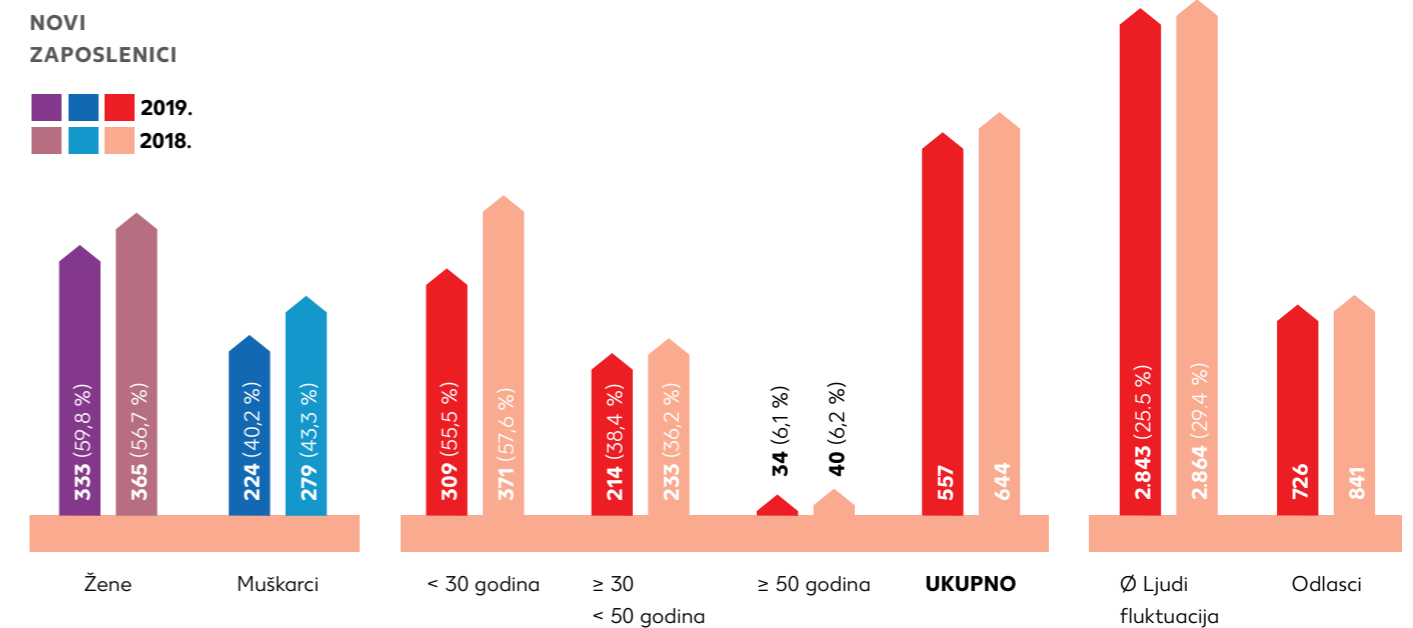
BROJ I UDIO ZAPOSLENIKA S OBZIROM NA VRSTU UGOVORA U 2019. GODINI



Osobe zaposlene na puno i nepuno radno vrijeme imaju jednake povlastice.

U 2018. i 2019. godini Kaufland nije imao zaposlenike zaposlene kolektivnim ugovorom.

UKUPAN BROJ I STOPA NOVIH ZAPOSLENIKA TIJEKOM IZVJEŠTAJNOG RAZDOBLJA PREMA SPOLU I DOBI



RAVNOTEŽA IZMEĐU POSLOVNOG I PRIVATNOG ŽIVOTA

Podrška roditeljima

Politika Kauflanda jest omogućiti svim zaposlenicima i zaposlenicima da koriste roditeljni i/ili roditeljski dopust i da se vrate na posao na isto ili usporedivo radno mjesto. Svi zaposlenici ili zaposlenice koji su dobili ili posvojili dijete te postali roditelji imaju pravo na 100 % iznosa bruto plaće prvih šest mjeseci, a drugih šest mjeseci na zakonom propisani iznos. Svi zaposlenici koji su u 2018. i 2019. godini koristili roditeljski dopust nakon njegovog isteka vratili su se na posao. Prema stopi zadržavanja, 93 % zaposlenica i zaposlenika ostalo je zaposleno i 12 mjeseci nakon povratka s roditeljskog dopusta.



100 %

STOPA POVRATKA NA POSAO NAKON RODITELJSKOG DOPUSTA U 2018. I 2019.

STOPA ZADRŽAVANJA NA POSLU (12 MJESECI) NAKON POVRATKA S RODITELJSKOG DOPUSTA

93 %

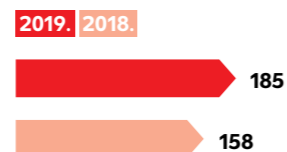
BROJ I STRUKTURA ZAPOSLENIKA KOJI SU KORISTILI PRAVO NA RODILJNI I RODITELJSKI DOPUST

RODILJNI I RODITELJSKI DOPUST	2019.		2018.		2019. Ukupno	2018. Ukupno
	M	Ž	M	Ž		
Ukupan broj zaposlenika koji imaju pravo na roditeljni dopust	/	2.272	/	2.345	2.272	2.345
Broj zaposlenika koji su koristili pravo na roditeljski dopust	10	210	10	224	220	234

BROJ ZAPOSLENIKA KOJI SU SE VRATILI NA POSAO NAKON ZAVRŠETKA RODITELJSKOG DOPUSTA



BROJ ZAPOSLENIKA KOJI SU SE VRATILI NA POSAO NAKON ZAVRŠETKA RODITELJSKOG DOPUSTA, A KOJI SU OSTALI ZAPOSLENI I 12 MJESECI PO POVRATKU NA POSAO



+ **Plaćeni dopust za prvi dan škole**
Roditeljima prvašića pružena je mogućnost dobivanja plaćenog dopusta prvog dana škole.

+ **Poklon-paket za bebe**
Sva novorođenčad zaposlenika Kauflanda dobiva prigodan poklon paket s proizvodima Kauflandovih robnih marki Kuniboo i Bevola.

+ **Fleksibilni radni aranžman**
Svim roditeljima koji se vraćaju s roditeljnog odnosno roditeljskog dopusta ponuđena je mogućnost da kroz fleksibilni radni angažman prvih mjesec dana rade 50 % ili 75 % radnog vremena kako bi im se omogućio lakši povratak u poslovni svijet.

+ **Kaufland pazi na detalje!**
Prigodnim blagdanskim poklon paketom u posljednjem mjesecu u godini zaposlenicima se želi zahvaliti na njihovom predanom radu tijekom godine. Također, svaki zaposlenik za svoj rođendan od direktnog rukovoditelja dobiva i mali slatki dar poslodavca. Nekoliko puta godišnje organiziraju se druženja timova. U 2018. i 2019. godini organizirana su ukupno četiri okupljanja, dva u ljetnom i dva u zimskom izdanju, posebno za zaposlenike svake poslovnice, logistike i centrale.



ZDRAVLJE I SIGURNOST ZAPOSLENIKA

Kaufland Hrvatska kontinuirano radi na promicanju zdravlja na radnom mjestu kroz razne inicijative za zdrav život. Sukladno tome, u izvještajnom razdoblju organizirana su edukativna predavanja i radionice o različitim zdravim temama te sportski izazov. Svakom zaposleniku je kroz 2018. te 2019. godinu podijeljeno ukupno 6 zdravih poklona koji za cilj imaju osvijestiti važnost brige o zdravlju te potaknuti razvoj zdravih životnih navika.

U 2019. godini uvedena je mogućnost korištenja Multisport kartice za sve zaposlenike. Kaufland kao poslodavac subvencionira trošak kartice za zaposlenike i tako ih potiče na bavljenje tjelesnom aktivnosti te razvoj zdravih navika.

Također, u 2019. godini Kaufland je postao nositelj certifikata Tvrtka prijatelj zdravlja koji Hrvatski zavod za javno zdravstvo (HZJZ) dodjeljuje poduzećima koja svojim zaposlenicima omogućuju usvajanje zdravih životnih navika, promiču zdravlje na radnom mjestu i iskazuju pozitivnu brigu o zdravlju zaposlenika, potrošača i klijenata te očuvanju okoliša.

Sustav upravljanja zdravljem i sigurnošću na radu - ISO 45001 implementiran je krajem poslovne 2019. godine u centrali, prodaji i logističko-distributivnom centru, a obuhvaća sve zakonske propise koji se tiču područja zaštite radnika pri obavljanju svakodnevnih radnih zadataka. U velikom broju procesa koriste se interni standardi, mjere i postupci preuzeti od grupacije Schwarz, a koji često nadilaze minimalne zakonske obveze.

Sprječavanje i ublažavanje poslom izazvanih utjecaja na zdravlje i sigurnost

Negativni utjecaji na zdravlje te protumjere koje se poduzimaju:

1. Nepovoljna mikroklima u rashladnim komorama - zaposlenicima za obavljanje rada u nepovoljnim mikroklimatskim uvjetima nastoji se osigurati najkvalitetnija osobna zaštitna oprema. Također, organizacijskim mjerama ograničilo se zadržavanje u rashladnoj komori do 20 minuta jednokratno te u slučaju većeg obima posla u komorama potiče se da rad obavi više zaposlenika.
2. Dinamičan rad (dizanje i nošenje tereta, fizički rad) - u svim Kauflandovim poslovnica osim ručnih, osigurani su i električni viličari kako bi se maksimalno smanjilo opterećenje prilikom dizanja i nošenja tereta. Ukoliko se manipulira teretima težim od 15kg za žene te 25kg za muškarce, voditelji i zaposlene redovito se educira da takvim teretima, kada god je to moguće, manipuliraju dvije osobe. O svim postupcima i pravilima za izvođenje takvih radnih procesa osigurane su slikovne upute za zaposlenike o pravilnom dizanju i ispravnim kretnjama kod podizanja težih tereta.

3. Stres na radnom mjestu (rad i ophođenje s kupcima, visok ritam rada prilikom velikih gužvi, odgovornost za zaposlene i imovinu društva) - odlukom uprave društva kojom je uveden petodnevni radni tjedan, omogućeno je zaposlenicima više slobodnog vremena, čime je Kaufland direktno utjecao na smanjenje psihofizioloških napora. Potiče se zdrava prehrana (zdravi poklon paketi) te bavljenje sportskim aktivnostima. Rukovoditelji Kaufland potiče na razgovor sa zaposlenima kako bi razne izvore stresa na vrijeme prepoznali te reagirali u svrhu smanjenja istih.
4. Preventivno se zaposlenicima koji rade za računalom više od 4 sata preporučuju vježbe rasterećenja te 5 minuta pauze svakih sat vremena rada.

Kontinuirano se razmatraju i analiziraju radni postupci te se isti redovito prilagođavaju kako bi se rizici po sigurnost i zdravlje zaposlenika sveli na najmanju moguću mjeru.



Profesionalne zdravstvene usluge

Kako bi se uklonile opasnosti i smanjili profesionalni zdravstveni rizici, Kaufland osigurava profesionalne zdravstvene usluge poput:

1. **Zdravstveni pregledi radnika:** Medicina rada provodi prethodne, periodičke i izvanredne zdravstvene preglede zaposlenika za poslove s posebnim uvjetima (odnosi se na vozače viličara, rad u nepovoljnoj mikroklimi, rad s opasnim tvarima) i pregled vida zaposlenika koji rade više od 4 sata za računalom.
2. **Evidencija pregleda i suradnja s medicinom rada:** Medicina rada je stalni član Odbora za zaštitu na radu te po potrebi dolazi u poslovnu jedinicu, pregledava mjesta rada i razgovara sa zaposlenicima. U posebnoj aplikaciji vode se termini isteka zdravstvenih pregleda te aplikacija automatizmom obavještava odgovornu osobu o potrebi za zdravstvenim pregledom.

GRI 403-1 (2018), GRI 403-2 (2018) GRI 403-3 (2018), GRI 403-4 (2018), GRI 403-5 (2018), GRI 403-6 (2018), GRI 403-7 (2018), GRI 403-8 (2018), GRI 405-2



Kako bi se osiguralo sudjelovanje zaposlenika, savjetovanje i komunikacija o zaštiti na radu, zaposlenici mogu i trebaju svom neposrednom rukovoditelju svakodnevno prijavljivati moguće opasnosti i rizike za nezgode na svom mjestu rada, a na rukovoditelju je da se pobrine da se opasnosti uklone u najkraćem mogućem roku. Stručnjak zaštite na radu kvartalno provodi unutarnji nadzor nad primjenom mjera zaštite na radu i zaštite od požara u svakoj poslovnoj jedinici, o utvrđenim nedostacima razgovara s odgovornom osobom i zajedno donose mjere koje će se poduzeti da se eventualni nedostaci otklone i ne ponavljaju u budućnosti, a sve u svrhu prevencije nastanka nezgoda i ozljeda na radu ili pojave profesionalnih bolesti.

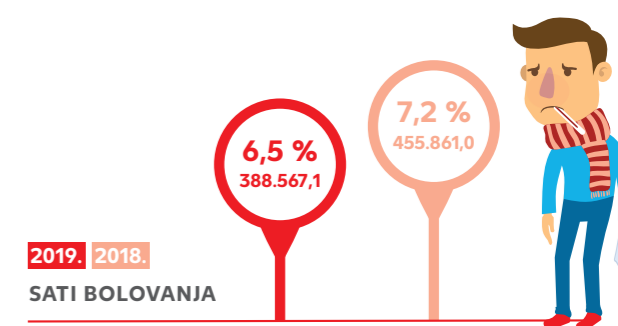
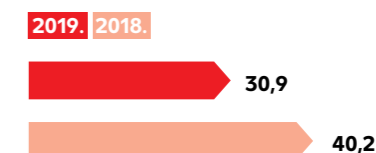
Procjena rizika zaposlenicima je dostupna u papirnatom (info-pult) i elektroničkom obliku na intranetu. Pravilnici zaštite na radu, zaštite od požara i ostale važne obavijesti i upute dostupne su na oglasnoj ploči i intranetu. Izvještavanje zaposlenika i njihovih predstavnika o značajnim promjenama u poslovanju koje bi mogle znatno utjecati na njih, odvija se u skladu sa zakonom i predviđenim rokovima prije same provedbe aktivnosti. Kontinuirano se surađuje i komunicira s Radničkim vijećem koje se, u zakonom predviđenim rokovima, izvještava o aktualnim temama i promjenama.

Zaposlenici preko svojih povjerenika za zaštitu na radu sudjeluju u radu Odbora gdje se raspravlja o tekućim problemima i poboljšanjima. Odbor se sastaje minimalno dva puta godišnje. Sa svrhom stalnog unaprjeđivanja zaštite na radu, Odbor planira i nadzire primjenu pravila, organizaciju obavljanja poslova zaštite na radu, obavještavanje i osposobljavanje u vezi zaštite na radu te prevenciju rizika na radu i u vezi s radom te njezine učinke na zdravlje i sigurnost radnika.

Ozljede na radu

Reorganizacija provedena u listopadu 2017. godine rezultirala je povećanjem dinamičnosti svih radnih mjesta, što se na poslovnu 2018. godinu odrazilo povećanjem broja ozljeda na radu. Već tijekom 2018. godine stavljen je fokus na kvalitetna osposobljavanja za rad na siguran način te je uloženo više vremena u kvalitetnu analizu svih ozljeda na radnom mjestu. Na kraju je s povjerenicima radnika za zaštitu na radu i ovlaštenicima poslodavca definirana kvalitetna korektivna mjera kako bi se u najvećoj mogućoj mjeri spriječio ponovni nastanak sličnih ozljeda. Rezultat ovih postupaka odrazio se na poslovnu 2019. godinu čemu svjedoči pad broja ozljeda na radu. I dalje je zadržan fokus na istim mjerama u cilju povećanja razine sigurnosti na radnim mjestima.

BROJ OZLJEDA NA RADU (NA 1.000 ZAPOSLENIKA)



OBUKA I OBRAZOVANJE ZAPOSLENIKA

Osposobljavanje zaposlenika o zaštiti na radu (teoretsko i praktično) uključuje osposobljavanje za:

- Izvanredne situacije (prva pomoć, evakuacija, požar)
- Ovlaštenika poslodavca i povjerenika zaposlenika iz zaštite na radu
- Rukovatelja električnim/plinskim viličarom
- Rad s opasnim kemikalijama
- Zaposlenika za pružanje prve pomoći
- Domara za kontrolu sigurnosno tehničkih sustava i radne opreme
- Zaposlenika za poslove vezano uz zaštitu na radu
- Pohađanje higijenskog minimuma

Osim što se provode zakonski propisana osposobljavanja i obuke, zaposlenicima su osigurani i tečajevi preko K-Portala za edukaciju. K-portal za edukaciju suvremen je i tehnološki napredan sustav baziran na internetskoj tehnologiji (SAP Success Factors).

Kod zapošljavanja novi zaposlenici prvi radni dan polažu dodijeljene tečajeve te nakon toga iste tečajeve prolaze ponovno periodično svakih godinu dana.

Online tečajevi se osmišljavaju i razvijaju interno, sukladno potrebama poslovanja Kauflanda i grupacije Schwarz.

Zaposlenici obuhvaćeni sustavom zaštite na radu

Kaufland Hrvatska primjenjuje sustav upravljanja zaštitom zdravlja i sigurnosti na temelju pravnih zahtjeva i/ili priznatih standarda/smjernica na sve zaposlenike i one koji nisu zaposlenici, ali čije radno mjesto kontrolira organizacija.

S obzirom na implementiran sustav ISO 45001 „Sustav upravljanja zdravljem i sigurnošću na radu“ propisan je proces izrade dokumentiranih postupaka kojim se, između ostalog, utvrđuju postupci iniciranja, izrade, oblikovanja, izdavanja, revidiranja i distribucije dokumentiranih postupaka relevantnih za sustav upravljanja zdravljem i sigurnošću na radu.

Sve informacije koje su relevantne za sigurnost pohranjene su u digitalnim sustavima i/ili papirnatom obliku.

Programi za stjecanje vještina i cjeloživotno učenje

Razvoj zaposlenika iznimno je važna tema u Kauflandu te se kontinuirano radi na pružanju kvalitetne i ciljane edukacije zaposlenicima, kao i na programima usmjerenima na profesionalni razvoj i stjecanje potrebnih vještina i kompetencija. Svim zaposlenicima, ovisno o poziciji i potrebama radnog mjesta, dostupne su različite interne i eksterne edukacije u obliku online tečajeva te učioničkih edukacija.

Prvi dan novih zaposlenika obilježavamo simboličnom manifestacijom pod nazivom Dan dobrodošlice kojom se želi olakšati integracija novih zaposlenika u radni kolektiv.

Postoji nekoliko online edukacija kojima se želi podići svijest zaposlenika o važnosti održivog upravljanja energijom, poput edukacija „Održivo ophođenje energijom“ i „Politika upravljanja energijom u Kauflandu“ koje zaposlenici pohađaju u poslovnim centrima.

Edukacije za svakog zaposlenika planiraju se u dogovoru s rukovoditeljem za poslovnu godinu, a na osnovu ponuđenih edukacija u katalogu razvojnih mjera. Rukovoditeljima su na raspolaganju različite edukacije i programi usmjereni na razvoj vještina u skladu s Kauflandovim načelima rukovođenja. Svi novi zaposlenici prolaze proces strukturiranog uhođavanja u sklopu kojeg se osposobljavaju za preuzimanje odgovornosti na svom radnom mjestu.

Kvaliteta edukacije zaposlenika prati se kroz povratne informacije polaznika (evaluacijski upitnici koje polaznici ispunjavaju nakon pohađanja edukacije), te za neke edukacije kroz povratne informacije rukovoditelja. Analizom povratnih informacija dolazi se do zaključaka što je u edukacijama potrebno unaprijediti. Tako su, na primjer, uvedene promjene u Kauflandovim edukacijskim programima poput promjene dinamike održavanja određenih edukacija, dorada sadržaja edukacija kako bi se više prilagodilo potrebama ciljane skupine itd. Svim zaposlenicima pristupa se na jednak način po pitanju mogućnosti usavršavanja, a razlike proizlaze jedino iz potreba radnog mjesta.

Obuka i obrazovanje zaposlenika prate se kroz pokazatelje prosječnog broja sati obuke prema poslovnim područjima, hijerarhiji i spolu kako je prikazano u tablici.



PROSJEČAN BROJ SATI OBUKE I OBRAZOVANJA ZAPOSLENIKA PREMA POSLOVNIM PODRUČJIMA, HIJERARHIJI I SPOLU

PODJELA PO POSLOVNIM PODRUČJIMA	2019.	2018.
Centrala	68,84	65,85
Prodaja	27,68	19,44
Logistički centar	26,90	41,21

PODJELA PO HIJERARHIJI	2019.	2018.
Top menadžment i viši menadžment	110,49	89,58
Srednji i operativni menadžment	61,20	63,00
Nerukodoveće pozicije	28,51	22,60

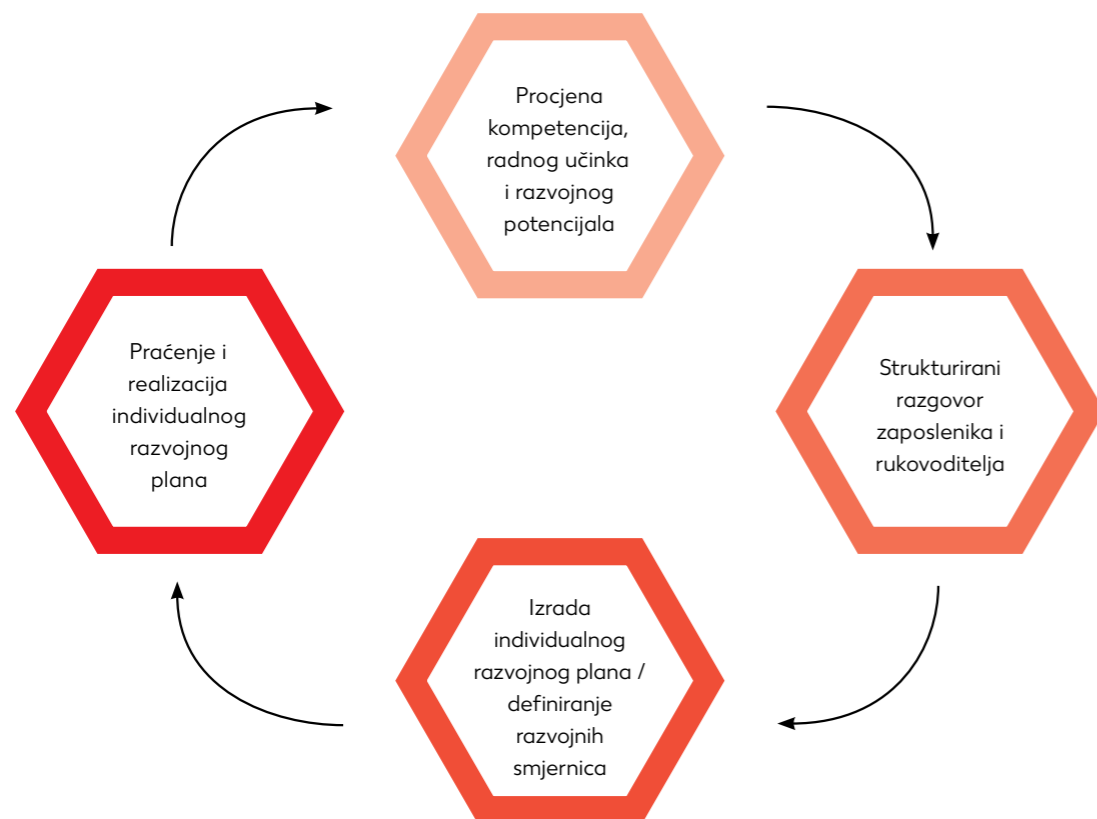
PODJELA PO SPOLU	2019.	2018.
Muškarci	43,33	39,92
Žene	28,39	22,05

Plan razvoja zaposlenika izrađuje se u sklopu procesa upravljanja talentima. Proces započinje procjenom kompetencija i radnog učinka suradnika te procjenom razvojnog potencijala za zaposlenike čiji je ukupni radni učinak procijenjen s 4 ili 5 od ukupno 5 zvjezdica. Nakon toga slijedi strukturirani razgovor zaposlenika i rukovoditelja, izrada individualnog razvojnog plana odn. definiranje razvojnih smjernica te praćenje i realizacija individualnog razvojnog plana. Nakon 12 mjeseci proces počinje iznova te se procjenjuju kompetencije i radni učinak u odnosu na pokazana ponašanja i radne rezultate u proteklih 12 mjeseci.



OBUKA I OBRAZOVANJE ZAPOSLENIKA

PROCES UPRAVLJANJA TALENTIMA



U 2018. godini nisu provedeni strukturirani razgovori kojima se procjenjuje radna uspješnost i izrađuje razvojni plan. U 2019. godini u strukturiranim razgovorima sudjelovali su svi zaposlenici koji su za to ostvarili uvjete. Zaposlenici koji nisu ostvarili uvjete su trudnice i porodilje, radnici na dugotrajnom bolovanju duljem od 42 dana te radnici koji s nadređenom osobom ne surađuju dovoljno dugo da bi bilo moguće provesti procjenu. Evidencija postotka zaposlenika koji dobivaju ocjenu radnog učinka i individualnog razvoja odnosno koji su sudjelovali u strukturiranim razgovorima ne vodi se prema spolu.

U 2018. godini u Kauflandu je započeo Trainee program koji za cilj ima zapošljavanje mladih koji tek započinju karijeru. Trainee programom mladi imaju mogućnost dobiti iskustvo u praksi, strukturirano uhodavanje u poslovni svijet, stručno mentorstvo, odgovorne i zanimljive zadatke i rad na projektima, nastavak karijere u tvrtki po završetku programa te atraktivna primanja.

<https://karijera.kaufland.hr/apsolventi/trainee-program.html>

Pri odlasku zaposlenika u starosnu mirovinu, isplaćuje se jednokratna naknada na koju zaposlenik ostvaruje pravo ako u roku od 45 dana dostavi rješenje o odlasku u mirovinu.

Od 2019. godine SAP Success Factors aplikacija, odnosno K-portal za edukaciju, podržava kompletan

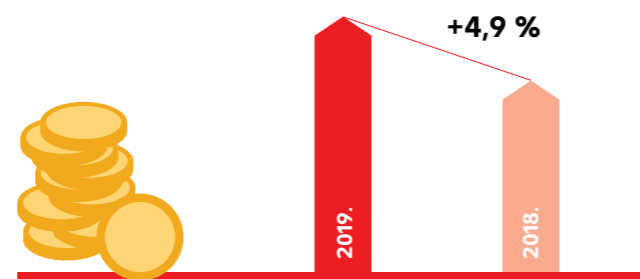
proces uhodavanja (onboardinga). U sklopu aplikacije integrirani su Planovi uhodavanja za sve zaposlenike na odjelima Roba i Svježa roba u Prodaji (77 % novih zaposlenika u Kauflandu).

Kaufland, kao pošten poslodavac, politiku plaća i naknada temelji na objektivnim kriterijima i aktivnostima, neovisno o spolu. Vodeći se načelom transparentnosti, Kaufland ima jasno definiran sustav plaća.

Postoji nekoliko stupnjeva plaća, a zaposlenicima na nerukovodećim mjestima unaprijed je zajamčena povišica. Naime, u ugovoru o radu navedeno je koji stupnjevi plaća im pripadaju u sljedećem periodu.

Svake godine uvode se nove pogodnosti za zaposlenike u smislu dodatnih benefita, povišice plaće ili uvođenja novih dodataka na plaće.

PROSJEČNA NETO PLAĆA U KAUF LANDU U 2019. GODINI JE ZA 4,9 % VEĆA NEGO U 2018.GODINI



GRI 404-3



UTJECAJ POSLOVANJA NA ZAŠTITU OKOLIŠA



UTJECAJ POSLOVANJA NA ZAŠTITU OKOLIŠA

Samo govoriti o ekološkim mjerama za Kaufland nije dovoljno – jer djela pokazuju puno više! U svim područjima poslovanja dosljedno se provode mjere vezane uz zaštitu okoliša i klime. Kauflandove brojne aktivnosti sežu od primjene energetske učinkovite tehnike i ekološki osviještenog projektiranja novih građevina, preko logističkih procesa koji su u najmanjoj mogućoj mjeri štetni za klimu, sve do izbjegavanja otpada.

ENERGIJA I EMISIJE

Kauflandov energetska menadžment ima za cilj poticanje energetske osviještenosti zaposlenika, povećanje energetske učinkovitosti nekretnina i održivo upravljanje poslovnica u najvećoj mogućoj mjeri. Pomoću softverskog menadžment sustava moguće je pratiti energetske tokove poslovnica, logističkog centra i zgrade uprave. Osim toga, moguće je identificirati potencijale za uštedu te kontinuirano pratiti uspješno uvedene mjere za uštedu energije. Pri nabavljanju nove tehnologije obraća se pozornost na energetska učinkovitost i održivost. To se konzekventno provodi i kada je riječ o nekretninama.

Energetski menadžment u poslovnica, logistici i upravnoj zgradi u Hrvatskoj od 2017. godine posjeduje certifikat ISO 50001 prema internacionalnoj normi.

Prepoznati potencijale i smanjiti troškove

Kako bi se identificirale potencijalne uštede, kontinuirano se prikupljaju, nadgledaju i provjeravaju podatci o potrošnji na svim lokacijama.

Zahvaljujući energetska menadžmentu, detektira se nepotrebna potrošnja energije kako bi se u budućnosti izbjegla. Preko brojila se prati potrošnja električne energije u svim trgovinama, što uključuje ukupnu potrošnju te potrošnju rashladnog sustava, rasvjete, grijanja i ventilacije. Sukcesivno se koriste informacije iz upravljanja zgradama i daljnji izvori podataka kako bi se pojednostavila analiza. Ako u nekoj trgovini vrijednosti, npr. na rasvjeti, odskaku od prosječne potrošnje, energetska menadžer dobiva upozorenje i mora provesti odgovarajuće mjere.



Inovativne tehnologije u praksi

Već nekoliko godina Kaufland istražuje različite aspekte kako uštediti energiju prilikom gradnje. Otkriveni su brojni potencijali za uštedu energije koji se mogu koristiti s obzirom na rashladni sustav industrijskog hlađenja. Prije nego što se određena tehnologija implementira u veći broj poslovnica, mora se pokazati učinkovitom u praksi. Tijekom testnog razdoblja, tehnologija rashladnog sustava i interakcija pojedinih komponenti dodatno se optimizira. Poboljšana tehnologija primjenjuje se i u prizemnim i u višekatnim objektima.

Svaka nova poslovnica, kao i svaka preuređena poslovnica Kauflanda, u prodajnom prostoru ima isključivo LED-rasvjetu. Primarni ekološki cilj svake poslovnice je smanjenje potrošnje energije i emisije CO₂.

Rashladni sustav industrijskog hlađenja tijekom zime i ljeta

U logističko-distributivnom centru u rashladnim skladištima i halama za svježe proizvode koristi se prirodno rashladno sredstvo – amonijak (NH₃), dok se u novim poslovnica za rashladna područja koristi isključivo rashladno sredstvo koje nema utjecaja na klimu.

Kod rashladnih postrojenja može doći do procurivanja rashladnog sredstva. Iz tog razloga ugrađeni su detektori procurivanja koji pravovremeno signaliziraju eventualno procurivanje na dežurnu službu, a također dva puta godišnje servisne tvrtke tijekom svojih redovitih servisa vrše kontrolu nepropusnosti instalacija rashladnog postrojenja.

U poslovnica se koriste energetska učinkovite tehnologije. Konkretno, 10 najnovijih poslovnica grije se djelomično preko tzv. rashladnih sustava industrijskog hlađenja. Ta tehnologija omogućuje očuvanje prirodnih resursa: umjesto goriva kao što su nafta ili plin, poslovnice se gotovo u cijelosti zagrijavaju otpadnom toplinom rashladnih vitrina.

Zahvaljujući rashladnom sustavu industrijskog hlađenja, do sada neiskorištena otpadna energija tijekom zime postaje korisna i može pokriti veliki dio potrebne količine topline. Otpadna toplina koristi se u industrijskom podnom grijanju postavljenom ispod cijele prodajne površine.

U ljetnom pogonu dodatno instalirani kompresori generiraju dovoljno hladnoće za opskrbu ventilacijskog sustava, industrijskog podnog hlađenja i značajno poboljšanje temperature prostorija. Unatoč tome, otpadna toplina i dalje se koristi, primjerice za industrijsko podno grijanje odjela sa svježim proizvodima. Ti se odjeli griju tijekom cijele godine jer bi u suprotnom rashladne vitrine upravo ljeti to područje do te mjere ohladile da ne bi bilo ugodno boraviti u njemu.

Poklopci na rashladnom namještaju

Kako bi se izbjegao gubitak hladnoće, rashladni namještaj s vratima i kliznim staklenim poklopcima dio je standardne opreme pri otvaranju novih i modernizaciji postojećih poslovnica Kauflanda.

ENERGIJA I EMISIJE

Kauflandov energetska menadžment osim spomenute potrošnje električne energije, kontinuirano prati i potrošnju ostalih energenata koji zajedno s električnom energijom čine ukupnu energetska bilancu. Sustav praćenja energenata, pruža bolju analizu i omogućava poboljšanja u vidu smanjenja potrošnje.

UKUPNA POTROŠNJA ENERGIJE UNUTAR ORGANIZACIJE

	Jedinica	2019.	2018.
Potrošnja struje	kWh	52.379.963,00	53.248.633,00
Potrošnja plina	kWh	4.940.088,00	6.553.660,00
Potrošnja lož ulja	kWh	222.962,96	211.012,10
Potrošnja energije - mobilno sagorijevanje	kWh	4.665.526,44	4.172.963,42
Ukupna potrošnja energije	kWh	62.208.540,40	64.186.268,52
Površina (prodajna + sporedna)	m ²	172.201,80	171.917,20
Ukupna potrošnja energije po m ² prodajne i sporedne površine	kWh/m ²	361,25	373,36

Smanjenje potrošnje energije

Na lokaciji Zagreb Blato iskorištene su postojeće parkirne površine za proizvodnju struje iz obnovljivih izvora energije - izgradnjom tzv. Solar Carporta, odnosno nadstrešnica za automobile s ugrađenim solarnim panelima.

- 6 spojenih nadstrešnica ukupne površine 1.266 m²
- 755 fotonaponskih panela
- godišnja proizvodnja od 207.000 kWh električne energije pokriva 17 % potreba poslovnice

2020. godine u rad je puštena i fotonaponska elektrana postavljena na krovu poslovnice u Šibeniku.

STRUJA - VLASTITA PROIZVODNJA (kWh)

2019.
2018.

207.144,0

28.019,0



UKUPNA POTROŠNJA ENERGIJE

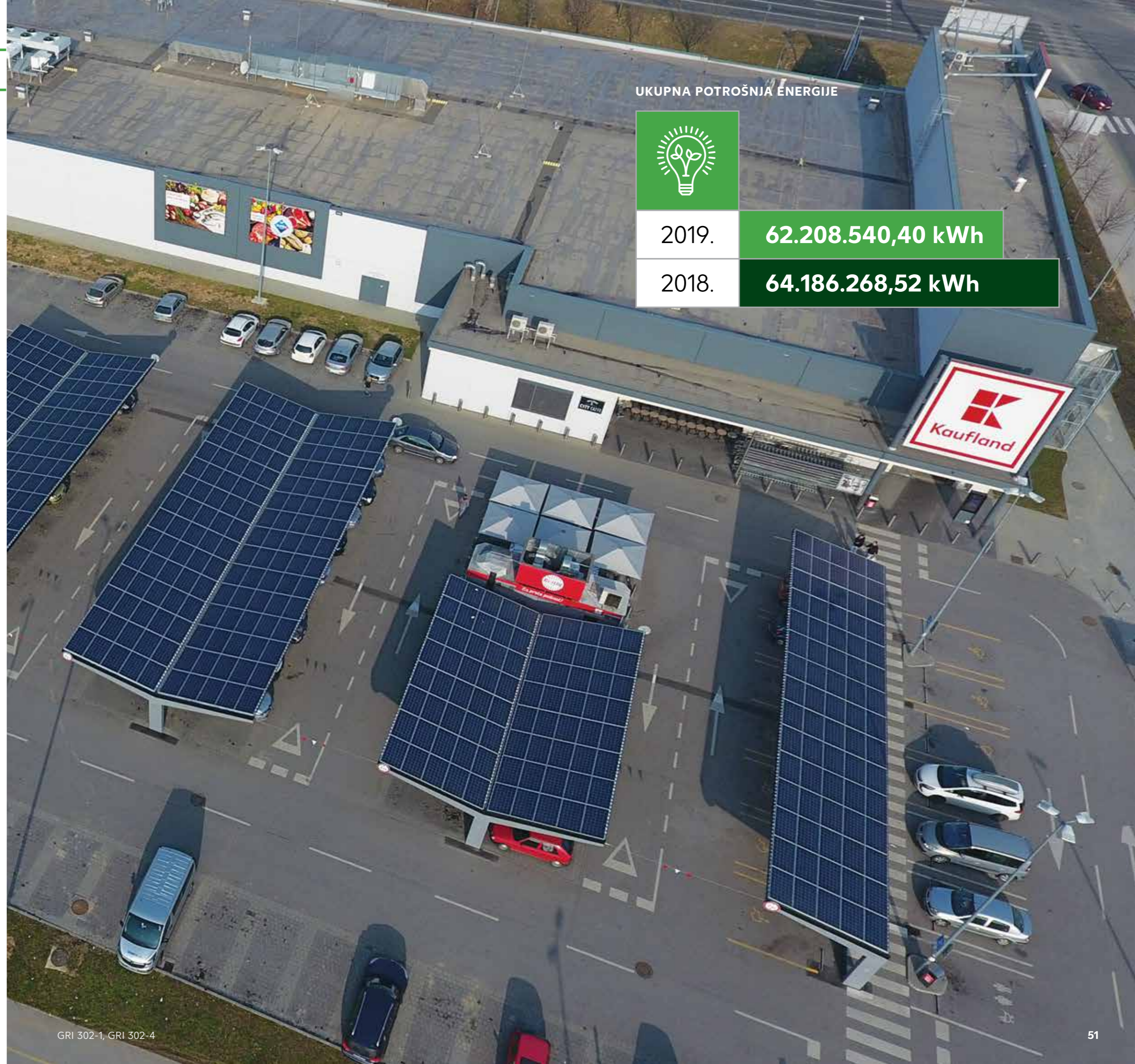


2019.

62.208.540,40 kWh

2018.

64.186.268,52 kWh



ENERGIJA I EMISIJE

U 2018. godini postavljene su punionice za e-automobile na parkiralištima 5 poslovnica.

Tijekom 2019. godine na svih 5 lokacija registrirano je ukupno 8.720 punjenja, pri čemu je utrošeno 101.338,06 kWh energije.

BROJ PUNJENJA I POTROŠNJE ELEKTRIČNE ENERGIJE ZA E-VOZILA U 2019. GODINI

	Broj sesija	Ukupno energije (kWh)
Umag	1.691	18.582,48
Šibenik	661	11.408,62
Zadar-Sinjoretovo	887	10.463,59
Zagreb-Sloboština	2.273	25.592,56
Zagreb-Blato	3.208	35.290,81
Ukupno	8.720	101.338,06

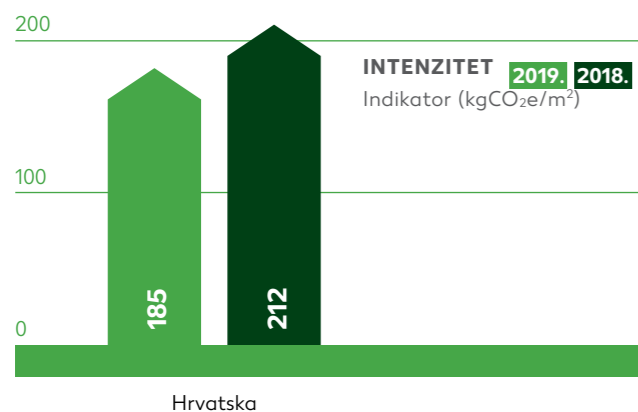
U poslovnici Pula ugrađen je napredni transformator koji poboljšava kvalitetu napajanja. To podrazumijeva rad na optimalnom naponskom nivou – u opsegu između 216-220 V. Kada motori (vitrine, sustav ventilacije i klimatizacije i dr.), odnosno rasvjeta, rade na naponu iznad optimalnoga, proizvodi se nepotrebna toplina i energija se razbacuje.

- Power Perfector optimizira napajanje električnom energijom i štedi 10 % struje.
- Ovim ulaganjem će se godišnje uštedjeti struje koju u tom razdoblju potroši 56 kućanstava.

Podatak o ukupnoj potrošnji energije unutar organizacije dobiven je direktnom metodom temeljem kupljenih količina pojedinog energenta.

Izvor korištenih faktora konverzije su podatci Instituta za istraživanje energije i okoliša Heidelberg (IFEU).

INTENZITET EMISIJA STAKLENIČKIH PLINOVA U ODNOSU NA UKUPNU POVRŠINU PROSTORA KAUF LAND (PRODAJNA + SPOREDNA POVRŠINA)



Emisije

Kao važan element utjecaja na klimu, Kaufland prepoznaje važnost i utjecaj stakleničkih plinova na okoliš. Praćenjem emisija stakleničkih plinova i njihovom analizom, mjeri se ugljični otisak Kauflanda. Uvođenjem novih tehnologija, korištenjem i proizvodnjom energije iz obnovljivih izvora, pokušava se kontinuiranim mjerama smanjiti količinu emisija stakleničkih plinova.

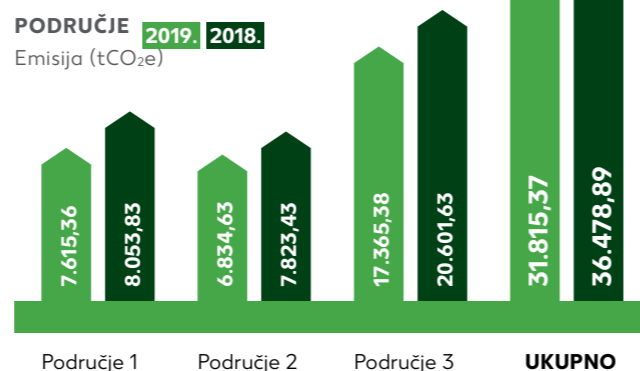
Izračun troškova rashladnog sustava industrijskog hlađenja na više je načina dobitan: uz pomoć ovog sustava ne smanjuju se samo energetske troškovi, nego se istovremeno smanjuje i emisija CO₂. To pak predstavlja važan element za poboljšanje ekološkog otiska Kauflanda. U 2019. Kaufland je ostvario pozitivan trend smanjenja emisija stakleničkih plinova. Smanjenje u odnosu na 2018. godinu iznosi 12,8 % te je vidljivo na sva tri područja kojima se iskazuje emisija stakleničkih plinova Kauflanda.

Izračun je dobiven pomoću standarda GHG Protocol Corporate kojeg je razvio The World Resources Institute (WRI) i The World Business Council on Sustainable Development (WBCSD) u skladu sa smjericama IPCC 2006 Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories te odgovara kriterijima ISO 14064-1.

Bazna godina je 2018. Podatci su praćeni i ranije, ali se dodatni parametri nisu uzimali u obzir sve do 2018. kad je započeo izračun indikatora i detaljan obračun.



EMISIJE STAKLENIČKIH PLINOVA ZA PODRUČJE 1, 2 I 3



GRI 305-1, GRI 305-2, GRI 305-3, GRI 303-4 (2018), GRI 303-5 (2018)

- **Izravne emisije (Područje 1 ili engl. Scope 1)** rezultiraju iz aktivnosti u vlasništvu ili pod nadzorom Kauflanda. Uključuje emisije koje se javljaju izravno unutar poduzeća.
- **Neizravne energetske emisije (Područje 2 ili engl. Scope 2)** posljedica su proizvodnje kupljene ili nabavljene električne energije, grijanja i hlađenja koji se troše unutar Kauflanda. Uključuje emisije nastale iz proizvodnje energije koju Kaufland kupuje od dobavljača.
- **Ostale neizravne emisije (Područje 3 ili engl. Scope 3)** su sve ostale neizravne emisije (koje nisu uključene u Područje 2), a nastaju izvan Kauflanda, uključujući emisije dobavljača i potrošača. Uključuje ostale emisije poput nabave logistike i distribucije časopisa Kauflanda te potrošnju papira.

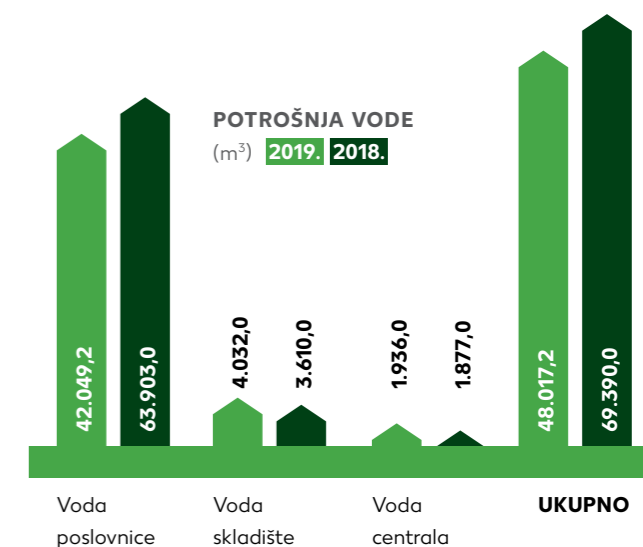
Na lokaciji Zagreb Blato zbog proizvodnje električne energije iz obnovljivih izvora, solarnih panela na nadstrešnicama za automobile, smanjenje emisija CO₂ iznosi 78 tona godišnje. Također, ugradnjom naprednog transformatora Power Perfector u poslovnici Pula, smanjenje emisija CO₂ na godišnjoj razini iznosi 47 tona.

Smanjenje emisija CO₂ proizlazi iz projekata koji su rezultirali uštedama u potrošnji struje i plina u poslovnicama i logističkom centru, ali i iz kontinuiranog praćenja potrošnje i poduzimanja preventivnih i korektivnih mjera u slučaju odstupanja od uobičajene potrošnje.



VODA

Voda je jedan od najvažnijih resursa za život. U Kauflandu se svakodnevno prati potrošnja vode u poslovnicama, centrali i logistici, koja se crpi iz sustava (mreže) lokalnog vodovoda, a čija se potrošnja pokušava optimirati efikasnim upravljanjem i novim tehnologijama. Prema prikazanom trendu i usporedbi 2018. godine u odnosu na 2019. godinu, moguće je zaključiti kako je sveukupno došlo do smanjenja potrošnje za više od 30 %. Ispust vode jednak je potrošenoj količini. Voda se ispušta iz mreže unutarnjeg sustava odvodnje u javnu mrežu odvodnje.



OTPAD

Gospodarenje otpadom tijekom obavljanja djelatnosti uređeno je tako da se:

1. provede primarna selekcija otpada po frakcijama na mjestu nastanka,
2. odvojene frakcije otpada odlože u prihvatne spremnike ili na nosače tereta,
3. provede odvoz i zbrinjavanje frakcija otpada na propisani način putem ovlaštenih tvrtki.

Navedenim gospodarenjem otpada izbjegava se rizik opasnosti po ljudsko zdravlje, rizik onečišćenja tla, voda i zraka te rizik od eksplozije, požara ili drugih nezgoda.

Kaufland Hrvatska k.d. kao prodavatelj pića u jednokratnoj ambalaži prepoznao je problematiku odbacivanja te ambalaže u okoliš. Uložena su sredstva u automatizaciju otkupa jednokratne ambalaže za pića od plastike, stakla i metala od krajnjih potrošača tako da je s 2019. godinom ukupno 36 poslovnica imalo instaliran automatski uređaj za otkup tipa TOMRA s posebnom nadogradnjom

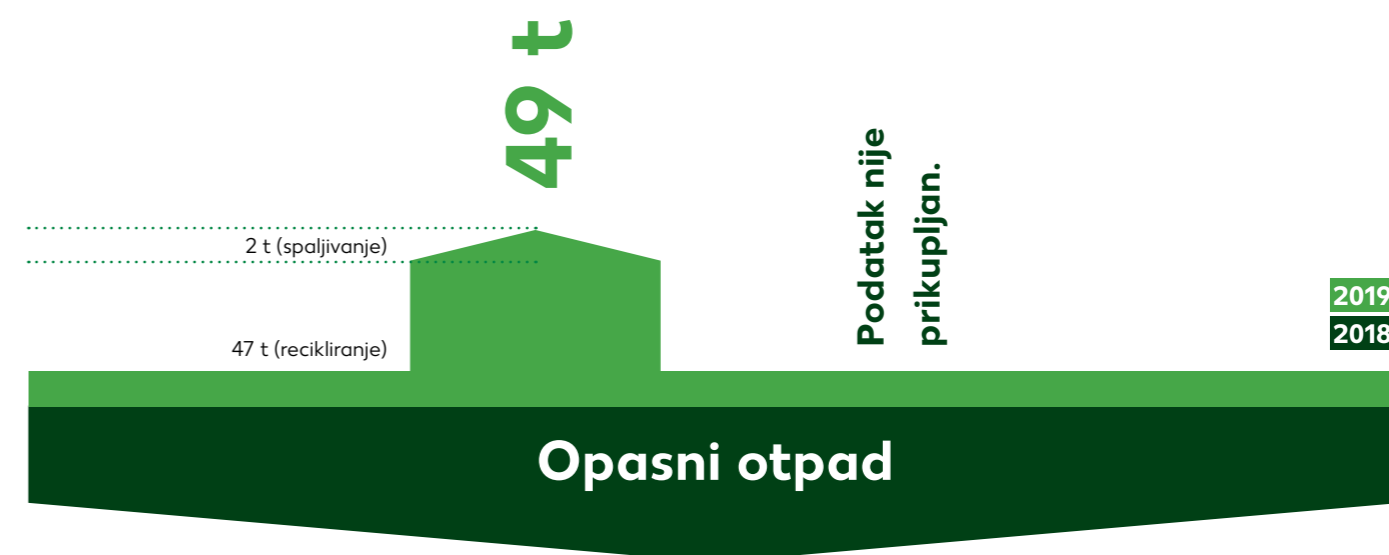
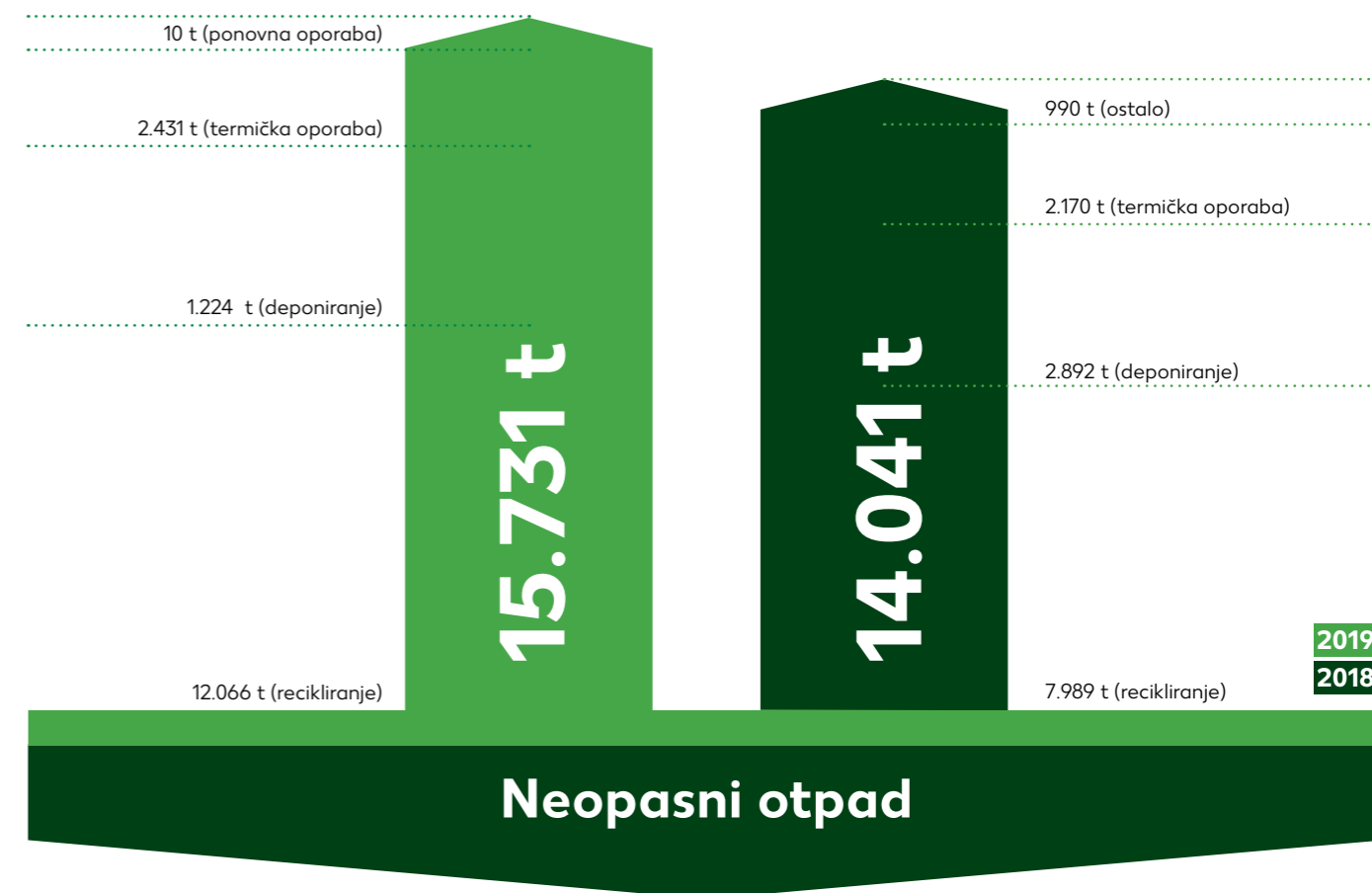
jedinice za drobljenje PET-ambalaže, čime se sprječava odbacivanje ove vrste plastične ambalaže u okoliš. Ambalažu Kaufland predaje ovlaštenim sakupljačima ambalažnog otpada koji vrše primarno grubo razdvajanje nakon čega se PET balira i odvozi na ispiranje od zaostalih nečistoća. Materijal se potom mehanički usitnjava do granulata.

U 2019. godini na Kauflandovim lokacijama je instaliran ukupno 41 uređaj za baliranje kartonske ambalaže te 5 uređaja za baliranje ambalažne folije. Proizvedene bale težine su 450–600 kg, čime se u jednoj turi prijevoza sakupljaču otpada predaje veća masa po jedinici volumena.

Kaufland surađuje s partnerima koji mogu osigurati postupke uporabe i/ili zbrinjavanja otpada koji su manje štetni za ljude i okoliš. Otpad od prehrambenih proizvoda predaje se na uporabu u bioplinska postrojenja u kojima se iz materijala postupcima fermentacije dobiva plin koji se koristi za dobivanje energije. Otpadno jestivo ulje predaje se partnerima koji ovu sirovinu upotrebljavaju za proizvodnju biodizel goriva.

KOLIČINE OTPADA PREMA FRAKCIJAMA U 2018. I 2019. GODINI (IZRAŽENE U TONAMA I POSTOTCIMA)

KATEGORIJA OTPADA I NAČIN ZBRINJAVANJA	2019.	2019.	2018.	2018.
Papir, višekomponentni papir i karton	6.646	42,12 %	6.402	45,60 %
Organski otpad	2.486	15,75 %	2.466	17,56 %
PET	1.675	10,61 %	1.482	10,55 %
Plastika	429	2,72 %	360	2,56 %
Drvo	148	0,94 %	189	1,35 %
Preostali otpad bez mogućnosti uporabe	1.224	7,76 %	481	3,43 %
Staklo	2.524	15,99 %	nije prikupljan podatak	nije prikupljan podatak
Metalni otpad	69	0,44 %	nije prikupljan podatak	nije prikupljan podatak
Ostali neopasni otpad	530	3,36 %	2.661	18,95 %
Opasni otpad	49	0,31 %	nije prikupljan podatak	nije prikupljan podatak
Otpad - ukupno	15.780	100 %	14.041	100 %



OTPAD

Kaufland prati potrošnju materijala kojeg koristi. Na taj način moguće je imati uvid u resurse i njihovu dostupnost s obzirom na potrošnju. Praćenje rezultira pristupom u pogledu odabira recikliranih materijala ili njihovom uporabom.

Kauflandov letak za kupce se prije svega tiska na papiru koji nosi oznaku FSC® i koji dolazi iz dokazano odgovornih izvora. U uredima i poslovnica također se misli na okoliš i koristi se pretežno reciklirani papir za ispis te kopiranje dokumenata, kao i za ispis službenih dopisa i slično.

KOLIČINE UTROŠENOG MATERIJALA U 2018. I 2019. GODINI (IZRAŽENE U TONAMA)

KATEGORIJA	2019.	2018.
Reklamni materijal - svježa vlakna	3.830,0	4.348,0
Potrošnja papira od svježih vlakana za ispis	7,0	9,0
Potrošnja recikliranog papira za ispis	19,0	12,0
Potrošnja vrećica za smeće	15,0	17,0
Potrošnja plastičnih vrećica / vrećica za voće i povrće	95,0	101,6
Potrošnja stretch-folije (materijal za pakiranje)	98,0	46,0

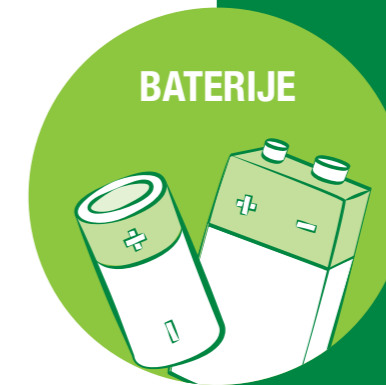
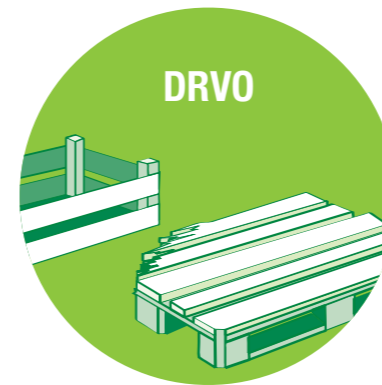
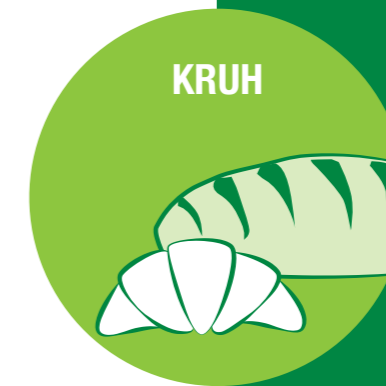
Prikazani podatci odnose se na kalendarsku godinu.

SUSTAV RAZDVAJANJA OTPADA U LOGISTICI

U suradnji s tvrtkom GreenCycle koja je dio grupacije Schwarz, 2017. godine u okviru kampanje „Vrijednost oporabljivih materijala“ u skladištu u Jastrebarskom, nakon provedene analize za svaku od 4 hale, izrađeni su planovi s ucrtanim pozicijama za odlaganje pojedinih frakcija otpada, pri čemu se posebno vodilo računa o tome kako zaposlenicima olakšati sortiranje i koji su optimalni putevi za prikupljanje otpada. Te mjere dovele su do povećanja kvote sortiranja pojedinih grupa, a tome su pridonijele i standardizirane oznake koje su ujednačene na razini cijele grupacije.

Posebna pozornost usmjerena je na komunalni otpad, s obzirom na to da gotovo 3/4 komunalnog otpada prije razdvajanja čine oporabljivi materijali koji se mogu ponovno upotrijebiti ili pretvoriti u druge proizvode.

Uredno sortiranje nosi ogroman gospodarski i ekološki potencijal koji svakako treba iskoristiti kako bi se ostvarili ciljevi Kauflanda, a to je prije svega smanjenje miješanog komunalnog otpada razdvajanjem frakcija otpada i pripremom za recikliranje, čime se pridonosi zaštiti okoliša i radnog okruženja.



POSVEĆENOST ZAJEDNICI



POSVEĆENOST ZAJEDNICI

Suradnja sa zajednicom neizmerno je važna kako bi se kupcima moglo pružiti iskustvo kupovine kojim pozitivno utječu na svoje društvo i okoliš. Posvećenost zajednici u kojoj Kaufland djeluje kroz društvenu odgovornost, važna je sastavnica poslovne politike i trajno usmjerenje te u skladu sa samom strategijom održivosti za zdravlje ljudi i planeta.

Od samih početaka i otvaranja prvih poslovnica u Hrvatskoj, Kaufland doprinosi izgradnji zajednice kroz mnogobrojne partnerske društveno odgovorne programe, projekte, donacije i sponzorstva kojima stvara pozitivan utjecaj na šire zajednice u kojima djeluje. Iz tog razloga, Kaufland je uvijek spreman na angažman i pomoć zajednici u kojoj djeluje.

U nastavku poglavlja nalaze se Kauflandovi projekti s kojima direktno doprinosi zajednicama.

U Kauflandu su jasno definirane smjernice prema kojima se odobravaju donacije i sponzorstva koja imaju društveno odgovornu svrhu, te sve ostale aktivnosti koje se nalaze u nadležnosti odjela Korporativnih komunikacija.



POSVEĆENOST ZAJEDNICI

Djela, ne riječi, zajednicu usreći

Ususret božićnim blagdanima, Kaufland je 2018. godine proveo humanitarnu akciju „Djela, ne riječi, zajednicu usreći“ u sklopu koje je u svakom gradu u kojem postoji trgovina Kauflanda jednoj udruzi ili organizaciji donirao 5.000 kuna, što je sveukupno gotovo 200.000 kuna doniranog novca. Na taj je način Kaufland pomogao lokalnim zajednicama u kojima posluje, pri čemu su donacije pretežno dobile udruge za djecu s teškoćama i udruge osoba s invaliditetom.

Za bolje sutra uključi se danas

Kaufland se već dugi niz godina zalaže za dobrobit djece, a u sklopu humanitarne akcije „Za bolje sutra uključi se danas“ Kaufland je povodom božićnih blagdana 2019. godine UNICEF-u donirao čak 300.000 kuna koje će se koristiti za programe podrške najmlađoj djeci i majkama kroz nabavku dijela potrebne opreme za sva rođilišta u Hrvatskoj.



Humanitarni štandovi

Svake godine radi se plan postavljanja humanitarnih štandova u trgovinama Kauflanda. Kaufland organizacijama s kojima surađuje omogućuje besplatno postavljanje štandova putem kojih se prikupljaju donacije odnosno sklapaju ugovori o donacijama.



Kaufland škola voća i povrća

Jedan od problema djece današnjeg doba jest prevelika izloženost svim vrstama prehrambenih proizvoda, a naročito onim koji sadrže prevelike količine šećera, soli ili umjetnih tvari čime broj pretilih djece u svijetu, ali i Hrvatskoj, alarmantno raste. Društveno odgovoran projekt „Kaufland škola voća i povrća“ prepoznao je ovaj gorući problem i potrebu za razvijanjem zdrave navike kod osnovnoškolske djece. Ovim 2017. godine pokrenutim projektom se djeci u partnerskim osnovnim školama tijekom cijele školske godine svaki tjedan donira svježe voće i povrće kako bi se osigurao dodatni zdrav obrok u školama.

Za svaku školsku godinu raspisano je kreativno natjecanje na koje su se mogle prijaviti javne osnovne škole, a one najuspješnije imenovane su Kaufland školama ViP za pojedinu školsku godinu.

Više o samom projektu možete saznati putem poveznice kaufland.hr/skolavip

KVANTITATIVNI POKAZATELJI USPJEHA KAUFLAND ŠKOLE VIP

KAUFLAND ŠKOLA VIP	Broj učenika	Broj škola	Količina doniranog svježeg voća i povrća
Školska godina 2017./2018.	12.335	24	91.378 kg
Školska godina 2018./2019.	15.970	38	117.640 kg
Školska godina 2019./2020.	19.053	39	98.851 kg*
UKUPNO			307.869 kg

* Zbog krize izazvane Covidom 19 i zatvaranja škola te naknadnog ograničenog otvaranja u školskoj godini 2019./2020. donirana je manja količina voća i povrća od planirane. Količina koja nije mogla biti donirana školama preusmjerena je društvima Crvenog križa diljem Hrvatske.



Zeleni dan

U rujnu 2018. na 40 lokacija diljem Hrvatske zaposlenici Kauflanda sudjelovali su u volonterskoj akciji te uredili školske vrtove i okoliš zajedno s učenicima partnerskih škola. Kako bi se akcija mogla provesti, Kaufland je donirao preko 2.000 različitih sadnica te pakete alata u vrijednosti od gotovo 50.000 kuna.

Zeleni tjedan

Preko 150 zaposlenika Kauflanda 2019. sudjelovalo je u volonterskoj akciji koja je proširena na cijeli tjedan. Ovaj put uređivali su nacionalne parkove i parkove prirode diljem Hrvatske. Akcija čišćenja okoliša trajala je od 24.9. do 4.10.2019., a u tom periodu zaposlenici su volontirali na čak 11 lokacija koje su birane prema lokaciji poslovnica. Zaposlenici Kauflanda volontirali su u PP Papuk, NP Risnjak, NP Brijuni, PP Lonjsko polje, JU Priroda Varaždinske županije, PP Kopački rit, PP Medvednica, PP Žumberak, NP Krka i NP Paklenica te PP Biokovo, čijim je čišćenjem završena akcija.

Prikupljanje donacija za Hrvatski Crveni križ

Već nekoliko godina zaredom u trgovinama Kauflanda postavljaju se 3 puta godišnje košare za prikupljanje namirnica koje Hrvatski Crveni križ potom dijeli korisnicima i pučkim kuhinjama. Kupci tako redovito imaju mogućnost pomoći ljudima u potrebi, i to doniranjem proizvoda kao što su brašno, ulje, riža, tjestenina, konzerve i sl. u košaru nakon prolaska kroz blagajnu.

DONACIJE ZA HRVATSKI
CRVENI KRIŽ (kn) 2019. 2018.

331.926,62

222.770,95

POSVEĆENOST ZAJEDNICI

Mliječna staza UNICEF

Kaufland je tri godine zaredom, 2017., 2018. i 2019. godine, podržao humanitarnu utrku UNICEF-a Mliječna staza kao „Glavna zvijezda“, odnosno glavni sponzor utrke, kojoj je cilj bio osnivanje banke humanog mlijeka, osiguravanje opreme za udomiteljske obitelji koje brinu o najmlađoj djeci te prikupljanje sredstava za unaprjeđenje uvjeta u svim nacionalnim rodilištima.

U ovom velikom humanitarnom događaju sudjelovalo je 2017. godine više od 2.000 trkača, 2018. godine više od 2.500 djece i odraslih te 2019. godine preko 2.300 trkača. U svim izdanjima utrke sudjelovao je i tim Kauflanda kojem su se na dječjim utrkama priključila i djeca zaposlenika.

Redovne akcije darivanja krvi zaposlenika centrale

Za zaposlenike centrale redovno se organizira darivanje krvi kojemu mogu pristupiti svi zaposlenici koji žele, a koji na dan darivanja krvi imaju pravo na slobodan dan.

Zapošljavanje osoba s invaliditetom

Kao društveno odgovorno poduzeće i poslodavac koji ostvaruje izvrsnost u upravljanju ljudskim resursima, Kaufland je prepoznao područje zapošljavanja od velike važnosti u životu osoba s intelektualnim teškoćama. U lipnju 2019. započeta je poslovna suradnja logističkog centra Kauflanda i Centra za pružanje usluga u zajednici Ozalj u cilju uključivanja korisnika Centra tj. osoba s intelektualnim teškoćama u zajednicu kao ravnopravnih članova društva. Misija Centra pružiti je podršku djeci, mladeži i odraslim osobama s intelektualnim teškoćama za kvalitetno življenje kroz aktivno uključivanje u zajednicu.



Mogućnost rada u Kauflandu za korisnike Centra od ključne je važnosti jer je kroz ovu suradnju omogućeno integriranje osoba s intelektualnim teškoćama u radnu sredinu, što značajno povećava njihovu aktivnu ulogu u radnom životu. Tri dana u tjednu, timu zaposlenika Kauflanda pridružuje se ukupno 12 korisnika Centra koji se prema tjednom rasporedu izmjenjuju. Korisnici Centra ističu kako je zainteresiranost za radom velika te kako su ponosni što im je pružena mogućnost rada u modernom logističko-distributivnom centru u Jastrebarskom.

Donacije bolnicama

Povodom okruglog rođendana 6 poslovnica Kaufland je tijekom listopada 2019. po 10.000 kuna donirao Kliničkom bolničkom centru Osijek – Klinici za pedijatriju, Općoj županijskoj bolnici Vinkovci - Odjelu za pedijatriju, Odjelu zdravstvene zaštite dojenčadi i predškolske djece Doma zdravlja Kutina, Općoj županijskoj bolnici Požega - Odjelu za pedijatriju, Općoj bolnici Nova Gradiška - Odjelu za pedijatriju te Domu zdravlja Dugo Selo za uređenje pedijatrijske ordinacije.

ODRŽIVI ASORTIMAN



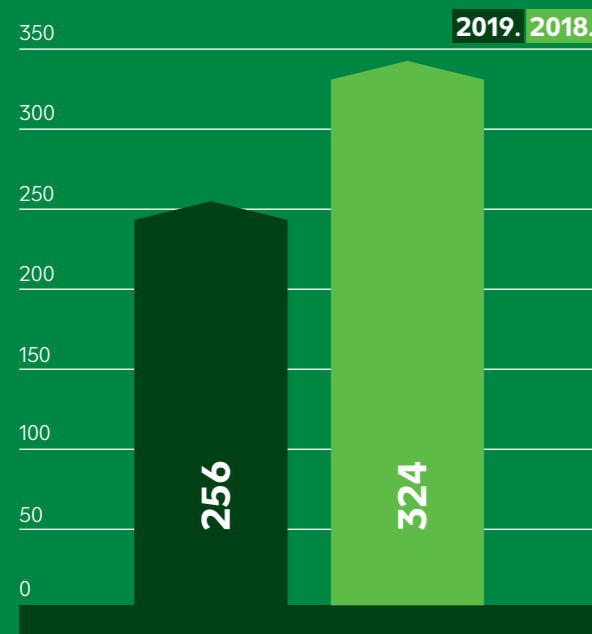
ODRŽIVI ASORTIMAN

Kao maloprodajni lanac Kaufland posebnu pažnju posvećuje održivom asortimanu. Zalaganje za odgovorne uvjete proizvodnje, dobrobit životinja i očuvanje prirodnog i morskog okoliša predstavlja važnu komponentu korporativne politike kojom Kaufland preuzima odgovornost za okoliš i duboko razumijevanje klimatskih promjena, nedostatak prirodnih resursa i smanjenje biološke raznolikosti, koja postaje važnija nego ikada prije.

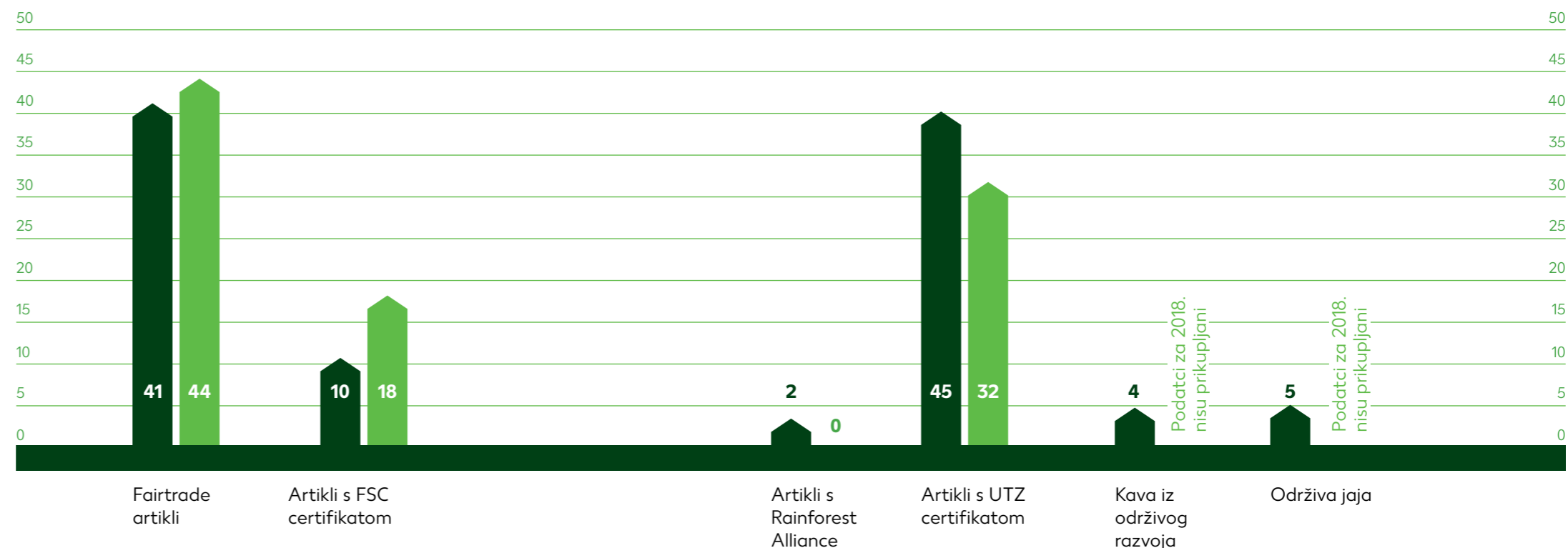
Kreiranjem asortimana s vizijom budućnosti, Kaufland kao trgovački lanac posebnu pažnju poklanja održivom odabiru i pakiranju asortimana kroz zalaganje za odgovorne proizvodne uvjete.

Kaufland je svjestan svoje odgovornosti prema čovjeku i prirodi te se zbog toga zalaže za kvalitetu i sigurnost prilikom proizvodnje odjeće, tekstila za dom i cipela, podržavajući internacionalno između ostalog ciljeve Detox kampanje koju provodi neovisna globalna organizacija Greenpeace. Tako na primjer sve polo majice te ženske i muške košulje za zaposlenike imaju vodeće svjetske certifikate za pamuk: Global Organic Textile Standard (GOTS) i Fairtrade, što znači da se u proizvodnji odjeće obrađuje isključivo organski pamuk, koji ne sadrži štetne tvari te koji se dokazano proizvodi u kontroliranim i poštenim uvjetima rada.

KOLIČINA BIOPROIZVODA U 2018. I 2019. GODINI

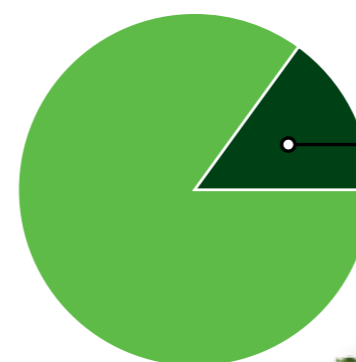


PROIZVODI NAPRAVLJENI PREMA STANDARDIMA ODRŽIVOSTI



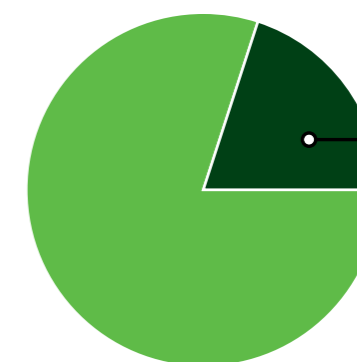
Analize voća i povrća na pesticide

Kaufland neovisnom laboratoriju iz Njemačke godišnje dostavi oko 150 proizvoda voća i povrća na analizu na ostatke pesticida. Od 2020. godine cilj je da svaki proizvod iz asortimana barem dva puta godišnje prođe kontrolu na ostatke pesticida. Svi Kauflandovi proizvođači, osim toga, moraju biti certificirani GlobalGAP certifikatom koji jamči potpunu primjenu zakonskih propisa i pravila dobre proizvođačke prakse u svim koracima poljoprivredne proizvodnje.



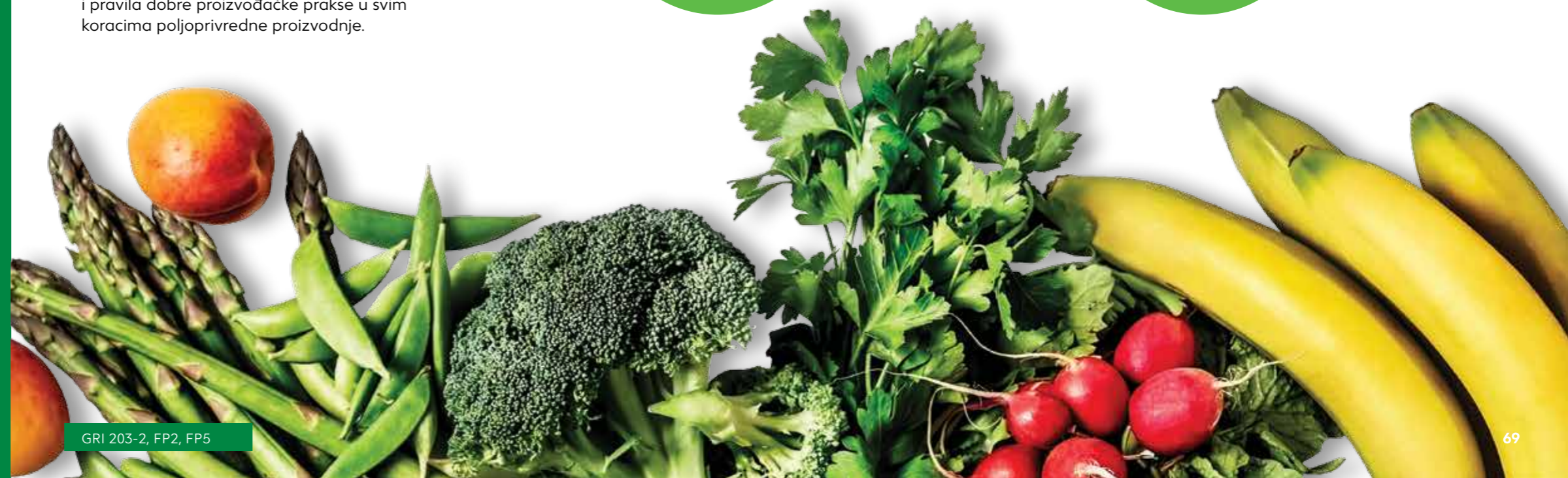
15 %

Udio održive kave u asortimanu kave vlastite marke



20 %

Udio jaja iz održivog uzgoja u asortimanu jaja





PROIZVODI S CERTIFIKATOM RAINFOREST ALLIANCE CERTIFIED™

Kauflandov održivi asortiman nudi proizvode koji sadrže kavu s farmi koje imaju certifikat Rainforest Alliance Certified™, kao što je npr. kava s mlijekom K-Classic. Time podržavamo održivu proizvodnju kave. Rainforest Alliance je neovisna i neprofitna međunarodna organizacija, koja se zalaže za očuvanje biološke raznolikosti, kao i za dobrobit farmera, njihovih obitelji i lokalnih zajednica u zemljama proizvodnje.



PROIZVODI IZ PRAVEDNE TRGOVINE - FAIRTRADE

Fairtrade certifikat označava pridržavanje pravednih radnih i trgovinskih uvjeta u čijem su proizvodnom procesu radnici i poljoprivrednici pošteno plaćeni za svoj rad. Pravedna trgovina daje podršku proizvođačima iz Afrike, Latinske Amerike i Azije te se zalaže za bolje životne i radne uvjete, kao i za ekološki prihvatljivu proizvodnju. Kaufland nudi široku paletu proizvoda različitih proizvođača iz pravedne trgovine - od kave i čaja preko kakaa, voćnih sokova, vina, čokolada, namaza, peciva, riže, šećera i banana, pa sve do cvijeća.



KAKAO S UTZ CERTIFIKATOM

Kaufland podržava UTZ-program, a proizvodi od čokolade K-Classic koji imaju UTZ-certifikat pridonose poboljšanju ekološke prihvatljivosti uzgoja kakaovca, kao i poboljšanju gospodarskih i socijalnih uvjeta u zemljama uzgoja. Misija UTZ-a je stvoriti svijet u kojem je održiva proizvodnja kakaovca standard. Taj proces potiče se s jedne strane stalnim obrazovanjem i savjetovanjem uzgajivača kakaovca u zemljama uzgoja, a s druge strane potražnjom za certificiranim proizvodima od čokolade u zemljama koje otkupljuju kakaovac.



BIOPROIZVODI

U asortimanu Kauflanda nalaze se brojni bioproizvodi iz raznih kategorija - od voća i povrća preko mliječnih proizvoda, pića, kave i čaja, pa sve do konzervi i smrznutih proizvoda. Mnogi od tih proizvoda dio su asortimana Kauflandove marke K-Bio. Po logotipu EU-Bio moguće je prepoznati proizvode proizvedene u skladu sa strogim eko uredbama Europske unije koje u redovnim razmacima kontroliraju neovisne, službeno priznate institucije.



PROIZVODI S FSC® CERTIFIKATOM

U asortimanu K-Classic nalaze se proizvodi s FSC® certifikatom, certificirani prema strogim smjernicama Forest Stewardship Councila® koje osiguravaju odgovorno upravljanje šumama.

U Kauflandovom asortimanu FSC® postoje proizvodi poput igračkica Kidland, higijenski proizvodi kao što je toaletni papir ili maramice te ugljen za roštilj. Kako bi se očuvali prirodni resursi, i sirovine za kartonska pakiranja sokova K-Classic, kao i za druga pakiranja, potječu iz odgovornog gospodarenja šumom te također nose FSC® certifikat.

Osim proizvoda Kauflandovih robnih marki, i brojna druga pakiranja ostalih proizvoda imaju FSC® certifikat. Pored vlastitih, u Kauflandovom asortimanu nalaze se još 144 artikla čije pakiranje ima FSC® certifikat.



TEKSTIL S GOTS CERTIFIKATOM

Mnogi kućanski proizvodi od tekstila te odjeća Kauflandovih vlastitih marki imaju visoki udio organskog pamuka te nose certifikat GOTS, koji jamči ekološku i socijalno odgovornu proizvodnju tekstila.

GOTS je skraćenica za Global Organic Textile Standard. Taj standard sadrži u cijelom svijetu priznate smjernice koje osiguravaju održivu proizvodnju tekstila, što obuhvaća proces od dobivanja biološki proizvedenih, prirodnih sirovina preko ekološki i socijalno prihvatljive izrade, pa sve do transparentnog označavanja.

ODRŽIVI ASORTIMAN

KATEGORIZACIJA ARTIKALA U 2018. I 2019. GODINI

VRSTA PROIZVODA	2019.	2018.
Artikli nacionalnih dobavljača (ubrojani artikli svih dobavljača koji imaju sjedište u Hrvatskoj)	11.301	10.660
Artikli vlastite marke	1.173	1.164
Artikli različitih brendova	12.515	11.785

Izuzeti su artikli koji su samo privremeno dostupni, sezonski artikli i neprehrambeni artikli.

VEGETARIJANSKI I VEGANSKI PROIZVODI

U Kauflandu je moguće pronaći sve veći broj vegetarijanskih i veganskih proizvoda u svim robnim grupama, npr. zamjenske proizvode za meso, mliječne proizvode i namaze. Ti proizvodi za vegane i vegetarijance, ali i za sve ostale kupce predstavljaju odgovornu alternativu.

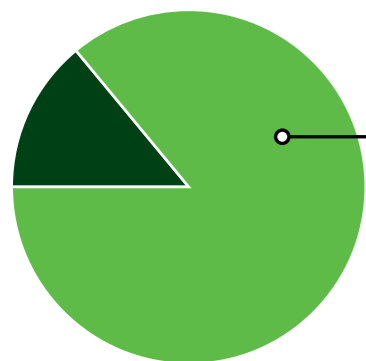
U asortimanu K-take-it-veggie moguće je naći brojne ukusne i povoljne alternative visoke kvalitete - mnoge čak s biocertifikatom. Za bolju orijentaciju, odgovarajući proizvodi i iz preostalog asortimana vlastitih marki imaju znak „V”, koji označava vegetarijanske i veganske proizvode u skladu s propisima Europske vegetarijanske unije (EVU).



ODRŽIVI ASORTIMAN

Podrška domaćim proizvođačima

Kaufland svojim kupcima nudi velik izbor domaćih proizvoda kao što su npr. voće, povrće, mliječni proizvodi i suhomesnati specijaliteti, a ponuda varira ovisno o regiji i sezoni. Kratkim transportnim putevima čuva se klima i jačaju lokalni proizvođači.



82 %

Udio artikala od nacionalnih dobavljača u 2018. i 2019. iznosi 82 %

Kada govorimo o asortimanu prehrambenih i neprehrambenih artikala prema vrijednosti nabavljene robe, **78 % robe nabavlja se od dobavljača iz Hrvatske**, a 22 % vrijednosti proizvoda od dobavljača van Hrvatske. Prema broju dobavljača, **58 % dobavljača je iz Hrvatske**, a ostatak iz drugih zemalja.

Tijekom gotovo 20 godina Kaufland je uspostavio suradnju s mnogim domaćim proizvođačima. Ta suradnja rezultirala je 2018. godine kampanjom Naše mi najbolje paše, a zatim i proširenjem suradnje putem robnih marki K-Classic i K-Favourites. Od Slavonije i središnje Hrvatske preko sjeverozapadne Hrvatske i Istre do Dalmacije, Kaufland surađuje s više od 40 proizvođača, a oznaka Naše mi najbolje paše jamči hrvatsku sirovinu, hrvatsko podrijetlo namirnica, hrvatske proizvođače te tradicionalne recepture i izvorne okuse.



DOBROBIT ŽIVOTINJA



PRISTUP PROIZVODNJI HRANE ŽIVOTINJSKOG PORIJEKLA

Zaštita životinja Kauflandu je jako važna, zato se aktivno poboljšavaju uvjeti uzgoja i izlova životinja i tako jamči odgovornija proizvodnja proizvoda životinjskog porijekla.

Jasno definiranim smjernicama Kaufland brine o dobrobiti životinja pri uzgoju, što podrazumijeva i odgovorniju proizvodnju hrane životinjskog podrijetla. Prije svega radi se o isključivanju uvjeta držanja životinja koji predstavljaju mučenje životinja, unaprijeđenju standarda za dobrobit životinja u svim pogonima te dopunjavanju asortimana onim proizvodima kod čije se proizvodnje posebice vodi računa o dobrobiti životinja.

Kod sastavljanja i definiranja zahtjeva te donošenja mjera polazi se od „Međunarodnih standarda za dobrobit životinja“ te „5 sloboda“ Svjetske organizacije za zdravlje životinja (OIE):

1. Životinje nisu izložene gladi ni žeđi.
2. Ne postoje prigovori vezani uz uvjete držanja.
3. Životinje nisu izložene bolovima, ozljedama ni bolestima.
4. Životinje nisu izložene strahu ni stresu.
5. Životinje slobodno mogu slijediti obrasce ponašanja koji su primjereni odgovarajućoj vrsti.

Dodatno ciljanim komunikacijskim mjerama želimo potaknuti svijest o odgovornijem konzumiranju proizvoda životinjskog podrijetla.

Kako bismo ostvarili te ciljeve, bitne su sljedeće točke:

- Stvaranje transparentnosti duž cijelog dobavljačkog lanca
- Intenzivna suradnja, odnosno redovita razmjena informacija s dobavljačima, nevladinim organizacijama, znanstvenim institucijama, politikom i cijelom strukom
- Obvezivanje dobavljača na implementaciju i pridržavanje definiranih standarda i zahtjeva, čak i ako su stroži od zakonski propisanih
- Obilasci i kontrole definiranih kriterija za dobavljače koje se provode po nalogu Kauflanda na licu mjesta



U Kauflandu se provode redovite kontrole kvalitete proizvoda prema kategorijama:

- a) Proizvodi svježeg mesa
- b) Proizvodi regionalne vlastite marke koji nisu svježe meso
- c) Proizvodi internacionalne vlastite marke koji nisu svježe meso
- d) Proizvodi voća i povrća

U Hrvatskoj je u 2018. godini provedeno 80, a u 2019. godini 159 analiza prehrambenih proizvoda vlastite marke. Ukupan broj nepridržavanja propisa i dobrovoljnih kodeksa koji su rezultirali kaznom u 2018. godini iznosio je 3, a u 2019. godini 7 slučajeva. Međutim, u 2018. i 2019. godini Kaufland po pitanju nepridržavanja dobrovoljnih kodeksa u vezi s utjecajima proizvoda i usluga na zdravlje i sigurnost proizvoda nije utvrdio niti jedan slučaj.

100 % hrvatsko meso

Kaufland surađuje s tri hrvatske farme koje posjeduju certifikate SGS Adriatica, a na kojima se uzgajaju svinje prema zahtjevima Kauflanda. Odojci moraju biti rođeni i uzgojeni u Hrvatskoj, a hrane se isključivo hranom proizvedenom u Hrvatskoj koja nije genetski modificirana. Uz zakonski propisane uvjete osiguravaju se i dodatni uvjeti poput posebnih igračaka kojima se životinjama smanjuje stres. Standardna ponuda artikala svinjskog mesa u stalnoj ponudi na uslužnom pultu je hrvatskog podrijetla i posebno je označena crnim etiketama.

Nema proizvoda od krzna

Kaufland je od 2014. godine sudionik programa "Fur Free Retailer", a tim se sudjelovanjem potpuno odriče proizvoda od prirodnog krzna ili s krznom u svome asortimanu. U to se ubrajaju npr. različiti tekstilni proizvodi, modni dodatci i igračke za životinje.



Jaja iz alternativnog uzgoja

U slučaju prerađenih proizvoda robne marke Kauflanda (npr. tjestenine i peciva) vrlo je važno korištenje jaja iz podnog ili slobodnog uzgoja. Odabrani proizvodi, kao što su svježi vafli, na pakiranju imaju natpis "s jajima iz podnog uzgoja".

Kauflandov cilj je sljedeći: najkasnije do 2025. u asortimanu neće biti svježih jaja iz kaveznog uzgoja ili uzgoja u malim grupama niti prerađenih proizvoda vlastite marke s takvim jajima.

Nema čupanja perja, nema pretjerano hranjenja

Još uvijek se guskama i patkama za vrijeme tovljenja čupa perje ili ih se pretjerano hrani. Budući da je Kauflandu zaštita životinja iznimno važna, aktivno se sprječava navedeno te takvog mesa od 2016. godine nema u asortimanu Kauflanda.



DOPRINOS BOGATIJEM MORSKOM SVIJETU

Mora cijelog svijeta opterećena su zagađenjem i izlovom ribe. Kako bi se sačuvao životni prostor u moru i kako bi se osigurale zalihe ribe za buduće generacije, Kaufland se zalaže za čisto more, izlov ribe koji će osigurati daljnje postojanje zaliha, kao i ekološki osviješteni izlov ribe i ekološke akvakulture. Osim toga, Kaufland svoje proizvode pomno bira, inzistira na strogim smjernicama za certifikaciju i pridaje veliku važnost informiranju i transparentnosti.

Kauflandova smjernica za nabavu ribe osnova je za održiv odabir asortimana i poticanje održive potrošnje kupaca. Politika za nabavu ribe primjenjuje se na cjelokupan riblji asortiman, i to neovisno o tome radi li se o proizvodima vlastite marke ili o brendiranim proizvodima.

Cilj je odgovorna nabava ribe te zamjena postojećeg asortimana ribe održivijim proizvodima. Na taj način osiguravaju se i proširuju održivi izlov ribe i akvakulture kojima se osigurava odgovorno postupanje s raspoloživom količinom ribe. Zato su utvrđeni sljedeći ciljevi i mjere:

- Potpuna transparentnost i sljedivost
- Odricanje od metoda ulova koje posebno štetno utječu na okoliš
- Odricanje od posebno ugroženih vrsta riba
- Redovan dijalog s dobavljačima, političarima, nevladinim organizacijama i znanošću
- Poticanje održive potrošnje informiranjem potrošača
- Poštivanje minimalnih društvenih i ekoloških standarda

Dugoročno će se davati prednost proizvodima s certifikatima (MSC, Bio, ASC, GlobalGap).

KOLIČINA RIBLJIH ARTIKALA U 2018. I 2019. GODINI

	2019.	2018.
Riblji artikli	219	205
Riblji artikli iz održivog uzgoja	35	3

Riba iz održivog uzgoja s MSC-certifikatom

Kauflandova paleta ribljih proizvoda iz održivog izlova s MSC-certifikatom neprestano se proširuje. Kao neovisna i neprofitna organizacija, MSC se zalaže za održivi ribolov u cijelome svijetu.

KOLIČINA ARTIKALA S MSC-CERTIFIKATOM U 2018. I 2019. GODINI

	2019.	2018.
Artikli s MSC-certifikatom	10	Podatak nije prikupljan



SMANJENJE OTPADA OD HRANE



SMANJENJE OTPADA OD HRANE

Kaufland aktivno radi na sprječavanju bacanja prehrambenih namirnica. Još i prije narudžbe provjerava se koju količinu pojedinog proizvoda poslovnice trebaju. Naime, cilj je ispuniti potrebe kupaca s obzirom na kvalitetu i svježinu te količinu.

Automatski sustav kalkulira npr. količinu artikala voća i povrća za isporuku poslovnici na osnovi povijesnih podataka prodaje i uzimajući u obzir pojedinu sezonu. Na temelju generiranog prijedloga narudžbe sustav računa trenutnu zalihu koju poslovnica ima na stanju te poslovnici šalje konačan prijedlog narudžbe. Poslovnica zatim ima mogućnost na određenim artiklima napraviti smanjenje ili povećanje prijedloga narudžbi, nakon čega se generira narudžba s količinom koja se isporučuje poslovnici.

Ako se procijeni da je količina prevelika, odjel Nabave odobrava sniženje kako bi se što veća količina pojedinog proizvoda rasprodala. Poslovnice također više puta dnevno kontroliraju svježinu i kvalitetu i snižavaju pravovremeno artikle kako bi se prodali. Na pekarnici je definiran plan pečenja po satima za svaki dan na razini poslovnice, a ukoliko se ispostavi da je ispečena količina prevelika, radi se dnevno sniženje kako bi se proizvodi na vrijeme rasprodali. 2019. godine uvedene su neonske nosiljke za različite odjele sa svježim proizvodima (npr. mliječni, mesni, suhomesnati proizvodi) te odjele drogerije, prehrane i neprehrane u kojima se izlažu sniženi artikli pred istekom roka trajanja.

Donacije namirnica Caritasu

Jedan od većih problema 21. stoljeća prevelika je proizvodnja i bacanje hrane. Kako bi to spriječili i pomogli onima kojima je to zaista potrebno, Kaufland s mrežom Caritasu surađuje već dugi niz godina.

Doniranje prehrambenih proizvoda pred istekom roka trajanja još je jedan od načina za smanjenje otpada od hrane. Kaufland i mreža Caritasu u Hrvatskoj zajedničkim snagama godinama provode različite projekte doniranja prehrambenih proizvoda pred istekom roka trajanja.

Jedan od tih projekata donacija je prehrambenih proizvoda pred istekom roka trajanja kako bi se smanjila količina bačene hrane. U skladu sa zakonskim okvirima koji definiraju način donacije prehrambenih proizvoda, zaposlenici poslovnica Kauflanda diljem Hrvatske svakog tjedna odvajaju proizvode koji su pred istekom roka trajanja te ih šalju logističko-distributivnom centru gdje ih Caritas Zagrebačke nadbiskupije preuzima i dalje raspoređuje korisnicima pučkih kuhinja i domova te ostalim korisnicima na svojem području.

U procese doniranja namirnica uključene su sve Kauflandove trgovine diljem Hrvatske, kao i logističko-distributivni centar u Jastrebarskom, a takvom raspodjelom proizvodi redovito dolaze do brojnih potrebitih.

Sredinom 2019. godine u 18 poslovnica pokrenut je i projekt doniranja svježih namirnica, dakle voća, povrća i pekarskih proizvoda. U te poslovnice nadbiskupijski i biskupijski Caritasi dolaze 2 puta tjedno te preuzimaju svježe namirnice preostale od prethodnog dana. Cilj je ovim projektom obuhvatiti sve poslovnice Kauflanda u Hrvatskoj.

KVANTITATIVNI POKAZATELJI DONACIJA CARITASU U 2018. I 2019. GODINI

	Ukupna količina doniranih proizvoda
2019.	25.097 kg i 163.340 komada*
2018.	151.852 komada*

* Komada voća i povrća, kruha i pekarskih proizvoda te proizvoda pred istekom roka trajanja.



ODGOVORNA NABAVA



POSLOVNA ETIKA

Organizacijsku kulturu Kauflanda karakterizira jasna odgovornost i povjerenje. Zakonito ponašanje i fer natjecanje sastavni su dijelovi poslovanja te važni preduvjeti za održivu zaštitu poduzetničkog uspjeha Kauflanda.

Compliance menadžment sustav

Kršenje važećih propisa može Kauflandu uzrokovati financijsku štetu i gubitak reputacije. Nadalje takvi prekršaji mogu dovesti do osobnih potraživanja odštete i kazneno-pravnih posljedica za pojedine zaposlenike ili predstavnike Kauflanda. Poslovanje Kauflanda i njegovih zaposlenika odvija se zato pod sloganom:

„Mi poštujemo važeće propise i interne smjernice.“

Ovdje se radi o središnjem načelu tvrtke koje je obvezujuće za sve zaposlenike. Kaufland i njegovo rukovodstvo izričito se obvezuju pridržavati i osiguravati provedbu ovog načela.

Imajući to na umu Kaufland je implementirao tzv. Compliance menadžment sustav (CMS) koji sadrži obvezujuća pravila vezana uz compliance (usklađenost). Ta pravila propisuju zadatke i upute kako bi se osigurala prikladna razina usklađenosti tvrtke. Bitna sastavnica CMS-a je namjera da se izbjegnu prekršaji protiv važećih propisa i internih smjernica i da se identificirani prekršaji konzekventno istraže i kažnjavaju („princip nulte tolerancije“).

Sadržajna težišta CMS-a su na primjer područja anti-korupcije / anti-fraud, zaštita tržišnog natjecanja i zaštita osobnih podataka. U mjere CMS-a ubrajaju se prije svega objavljivanje i komunikacija propisa (npr. propisi o sprječavanju pranja novca ili zaštiti osobnih podataka), provedba školovanja zaposlenika, kao i praćenje svih internih i eksternih informacija o mogućim prekršajima.

Služba unutar tvrtke nadležna za compliance provjerava djelotvornost gore opisanih mjera. Osim toga, nadležna služba preispituje sve interne i eksterne informacije o prekršajima te ih istražuje.

Poslovni partneri obavještavaju se o vrijednostima Kauflanda prilikom započinjanja poslovnog odnosa i u određenim intervalima za vrijeme trajanja poslovnog odnosa.

Društvo je imenovalo compliance menadžera za provođenje sustavnog usklađenja poslovanja društva s važećim propisima. Kupci i poslovni partneri mogu prijaviti svoje konkretne naznake nezakonitog postupanja preko imenovanog compliance menadžera. Zajamčena je privatnost i svi se osobni podatci obrađuju u skladu s važećim zakonskim odredbama o zaštiti osobnih podataka.

Komunikacija i obuka o etičkom poslovanju

Na službenim web stranicama Kauflanda nalazi se online sustav dojave BKMS® kojim se omogućuje slanje dojava o compliance prekršajima s bilo kojeg mjesta u bilo koje vrijeme. Sve dojave pristigle ovim putem obrađuje Kauflandov imenovani compliance menadžer.

BKMS® sustavu za slanje dojava o compliance prekršajima moguće je pristupiti na sljedećoj poveznici:

<https://tvrtka.kaufland.hr/kaufland/nase-vrijednosti/compliance.html#online>



GRI 102-16, GRI 102-17, GRI 205-2, GRI 417-1, GRI 417-2, GRI 417-3

Svim zaposlenicima, članovima upravnog tijela i poslovnim partnerima priopćene su antikorupcijske politike i postupci organizacije.

U cilju poštivanja poslovne etike i sprječavanja koruptivnog ponašanja provodi se obuka rukovoditelja i svih zaposlenika o antikorupcijskim politikama i postupcima. Obuke se održavaju prilikom započinjanja radnog odnosa i u određenim intervalima za vrijeme trajanja radnog odnosa svim zaposlenicima i rukovoditeljima. Nadalje, provodi se redovna obuka svih zaposlenika u obliku obveznih online tečajeva unutar kojih se obrađuju područja poput kodeksa ponašanja i zaštite osobnih podataka.

BROJ SATI OBUKE U 2018. I 2019. GODINI PREMA VRSTI

VRSTA OBUKE	2019.	2018.
Osnove compliancea	381	388
Antikorupcija	82	64
Sukob interesa	251	234
Zaštita osobnih podataka	648	2.860
Kartelno pravo	76	190
Suzbijanje diskriminacije	2.911	0
Ukupno	4.349	3.736

Kaufland Hrvatska kao član grupacije Schwarz potpisnik je Izjave o načelima o poštivanju ljudskih prava, čime se obvezuje na poštivanje, promicanje i zaštitu ljudskih prava u svim fazama dobavljačkog lanca kroz politike i prakse odgovorne nabave.

Odgovorno komuniciranje i označavanje proizvoda

Svi proizvodi koji se prodaju u Kauflandu moraju biti označeni sukladno postojećim zakonskim propisima. Kaufland ne zahtijeva posebno od dobavljača da ispunjavaju zakonske propise – to je njihova obveza. Moraju se poštivati svi sigurnosno-tehnički propisi i standardi, kao i odredbe važećih zakona koji se odnose na prehrambene proizvode, duhanske proizvode i zaštitu potrošača. Dobavljač je obavezan na svaki pojedini predmet kupoprodaje staviti zakonom propisane oznake.

Dobavljač preuzima jamstvo za svoje isporuke prema zakonskim propisima. Ovo vrijedi i za moguće povrede prava zaštite trećih strana dostavljanjem robe. U slučaju kršenja ugovornih obveza vezanih za isporuku robe uslijed materijalnih i pravnih nedostataka, ako je uslijed toga nastala odgovornost Kauflanda prema trećim osobama, dobavljač ima prema Kauflandu pravo regresa nastale štete.

Sastav deklaracije definiran je zakonskim propisima ovisno o vrsti robe. Kaufland za artikle vlastite marke koje stavlja na tržište izrađuje deklaracije u odjelu Osiguranja kvalitete. Ostalu robu drugih marki deklarira i za deklaraciju odgovara sam dobavljač.

Organizacijskim postupcima za podatke i označavanje proizvoda i usluga koji djeluju u skladu zakonskog okvira propisano je označavanje proizvoda koji se prema utjecaju na društvo i okoliš mogu grupirati prema:

OZNAČAVANJE PROIZVODA PREMA UTJECAJU NA DRUŠTVO I OKOLIŠ

	(DA ili NE)
Navođenje izvora sastavnih dijelova proizvoda ili usluge	Da, propisano zakonom
Sadržaj, osobito u pogledu stvari koje mogu utjecati na okoliš ili društvo	Da, propisano zakonom
Sigurna uporaba proizvoda ili usluge	Da, propisano zakonom
Zbrinjavanje proizvoda i utjecaji na okoliš/društvo	Da, propisano zakonom

U 2018. i 2019. godini Kaufland nije utvrdio nepridržavanje propisa i dobrovoljnih kodeksa u vezi s marketinškim komunikacijama, uključujući oglašavanje, promidžbu i pokroviteljstvo, a utvrđeno je samo 7 slučajeva nepridržavanja propisa vezanih uz označavanje robe koji su rezultirali kaznom u 2018. godini te 8 u 2019. godini.

ODRŽIVOST DOBAVLJAČKOG LANCA

Kaufland sa svojim dobavljačima pregovara na fer način - u okviru europske Inicijative lanca opskrbe (engl. The Supply Chain Initiative) koja je zaživjela u Bruxellesu 2013. godine. Kaufland se dobrovoljno obvezao da će se pridržavati i u praksi provoditi deset načela za fer poslovnu praksu u prehrambenom opskrbnom lancu.

Dugoročni i održivi odnosi s dobavljačima čine temelj Kauflandova poslovnog modela. Želje kupaca svakodnevno se pokušavaju ispuniti raznolikim, održivim i regionalnim asortimanom svježih proizvoda visokovrijedne kakvoće po povoljnim cijenama. To je moguće ostvariti samo u suradnji s dobavljačima, stoga su fer poslovna praksa i partnerstvo za Kaufland na prvome mjestu.

Središnji element dobrovoljne Inicijative predstavlja interni Ured za prijavu prigovora, koji poduzeća uređuju u okviru svoje obveze. Taj se ured može kontaktirati uvijek kada jedan od poslovnih partnera smatra da se druga strana ne ponaša u skladu s dobrim poslovnim praksama. Kaufland ovu obvezu ispunjava tako što dobavljači, koji također sudjeluju u dobrovoljnoj Inicijativi lanca opskrbe, mogu brzo i jednostavno prijaviti probleme preko Kauflandova online sustava dojave BKMS®, dostupnom na službenoj web stranici.

Sve proizvode vlastite marke, kako nacionalne tako i internacionalne, proizveli su proizvođači koji imaju jedan od važećih GFSI-certifikata (Global Food Safety Initiative - Globalna inicijativa za sigurnost hrane) i to BRC ili IFS.

U slučaju da dobavljač koji proizvodi vlastitu marku nema definirani certifikat, dobavljaču se prije zaključenja ugovora šalje u reviziju ovlaštena certifikacijska kuća s kojom se utvrđuje zadovoljava li dobavljač/proizvođač zahtjeve koji su potrebni kako bi mogao proizvoditi Kauflandovu vlastitu marku. Ako dobavljač/proizvođač zadovolji reviziju, definiraju se mjere koje mora ispuniti u određenom roku te mu se zadaje rok u kojem mora osigurati jedan od važećih certifikata za sigurnost hrane.

Za visokorizične proizvode kao što je npr. svježe meso, nije dovoljno da proizvođač ima važeći certifikat, već se uz to provodi i revizija po nalogu Kauflanda od strane ovlaštenog revizora.

Procijenjeni broj dobavljača u dobavljačkom lancu Kauflanda iznosi oko 1500 dobavljača iz Hrvatske i inozemstva. U 2019. godini trgovačku robu poduzeću Kaufland Hrvatska k.d. isporučivalo je 967 dobavljača, od čega 564 iz Hrvatske, a ostali iz 25 različitih zemalja.

SPECIFIKACIJA DOBAVLJAČA PO DRŽAVAMA:

ZEMLJA DOBAVLJAČA	Broj dobavljača
Hrvatska	564
Njemačka	144
Poljska	49
Italija	45
Češka	29
Austrija	20
Nizozemska, Slovenija	18
Mađarska	15
Francuska	9
Rumunjska	8
Belgija, Danska, Grčka, Slovačka	6
Estonija	5
Makedonija	4
BiH	3
Bugarska, Švicarska, Velika Britanija, Irska	2
Finska, Lichtenstein, Letonija, Srbija	1

Kaufland njeguje dugoročnu suradnju s dobavljačima. FMCG, poznatiji kao roba široke potrošnje, izuzetno je dinamična branša i poslovna suradnja je uvjetovana kretanjima na tržištu i prije svega potražnjom za robom.

U sektoru Voća i povrća i Svježeg mesa, Kaufland surađuje s direktnim proizvođačima iz Hrvatske. Još od početka rada na hrvatskom tržištu njeguje se intenzivna suradnja s 56 direktnih proizvođača voća i povrća.

Kaufland prilikom početka suradnje sa svakim dobavljačem potpisuje Kodeks ponašanja dostupan na hrvatskom, engleskom i njemačkom jeziku kako bi svima bio razumljiv. Kodeks se temelji na međunarodnim standardima i smjernicama poput načela Međunarodne organizacije rada (ILO), Opće deklaracije Ujedinjenih naroda o ljudskim pravima, konvencijama UN-a o pravima djece, načelima UN Global Compacta kao i OECD-smjernicama za multinacionalna poduzeća. Potpisivanjem

Kodeksa ponašanja poslovni partneri obvezuju se na poštivanje nacionalnih zakona, regulaciju radnog vremena, uručenje ugovora o radu, zaštitu okoliša i suzbijanje diskriminacije, prisilnog rada, dječjeg rada i korupcije, a zaposlenicima je time zajamčena zaštita na radu, zaštita zdravlja, sloboda udruživanja i pravo na kolektivne pregovore.

Nadalje, svim dobavljačima trgovačke robe dostavljaju se na uvid dopisi o poštivanju pravnih propisa u poslovanju (compliance) te dodatno dobavljači hrane dobivaju dopise o poštivanju načela dobre prakse u lancu opskrbe hranom.

Procjena dobavljača u pogledu poštivanja ljudskih prava

U odnosu na poštivanje Kauflandovog Kodeksa ponašanja za poslovne partnere, Kaufland dobavljače svrstava u nisko rizične, rizične i jako rizične, ovisno o podrijetlu robe koju isporučuju. Iz tog razloga svi poslovni partneri potpisuju Kauflandov kodeks i pristaju na mogućnost tzv. socijalne revizije od strane treće osobe.

Kako bi se osiguralo poštivanje dogovorenih standarda, interni i eksterni revizori provode najavljene i nenajavljene kontrole u pogonima dobavljača te u slučaju nedostataka dogovaraju mjere za otklanjanje nedostataka koje se redovno prate. Time Kaufland preuzima odgovornost i direktno pridonosi boljim radnim uvjetima.



RESET PLASTIC



RESET PLASTIC

U Kauflandu u prodaji više nema plastičnih vrećica

Maloprodaja u kontekstu smanjenja plastike ima važnu ulogu. Kaufland je također toga svjestan i djeluje: od 1. siječnja 2020. Kaufland je kao prvi trgovački lanac u Hrvatskoj ukinuo jednokratne plastične vrećice na blagajnama. Isto tako su iz prodaje povučeni jednokratno plastično posuđe, pribor za jelo, plastični štapići za uši i slamke te su zamijenjeni alternativnim održivim rješenjima poput proizvoda od papira, drva i dr.

338

UŠTEDA PLASTIKE NA GODIŠNJOJ RAZINI U ODNOSU NA 2017. GODINU (tona)

59

UŠTEDA NA PLASTIČNIM VREĆICAMA

UŠTEDA NA OSTALIM ARTIKLIMA OD PLASTIKE

Kaufland je dio grupacije Schwarz. Za obavljanje svoje osnovne djelatnosti – trgovine prehrambenim namirnicama – Kaufland jednostavno ne može izbjeći korištenje raznih transportnih i ambalažnih materijala. Međutim, svatko tko stavlja plastiku u opticaj, treba snositi i odgovornost za njezinu daljnu i ponovnu upotrebu. U skladu s time, grupacija Schwarz se već dugi niz godina zalaže za sakupljanje, razvrstavanje i recikliranje.

Vizija „Manje plastike – zatvoreni kružni proces recikliranja“ se dosljedno provodi u danom ekonomskom kontekstu. Kako bi opravdala svoj imidž inovativnog pokretača koji je usmjeren prema budućnosti, grupacija Schwarz se obvezala da će do 2025. godine smanjiti potrošnju plastike za 20 % te da će se sva ambalaža vlastite robne marke moći reciklirati u najvećem mogućem postotku. Nadalje, grupacija Schwarz je 2018. godine postala potpisnica sporazuma New Plastics Economy Global Commitment zaklade Ellen Mac Arthur Foundation. Kako bi ispunila postavljene ciljeve, grupacija Schwarz je 2018. godine pokrenula strategiju smanjenja plastike REset Plastic. Ona obuhvaća sljedećih pet područja djelovanja:

REduce – Smanjenje plastike: gdje god je moguće i održivo odustajemo od korištenja plastike.

REdesign – Dizajn: proizvode dizajniramo tako da se mogu reciklirati i na taj način zatvaramo kružni proces recikliranja.

REcycle – Reciklaža: sakupljamo, sortiramo i recikliramo te na taj način zatvaramo kružni proces recikliranja.

REmove – Zbrinjavanje: pružamo podršku pri uklanjanju plastičnog otpada iz našeg okoliša.

REsearch – Inovacija i informiranje potrošača: ulažemo sredstva u istraživanje i razvoj inovativnih rješenja te informiramo potrošače o recikliranju i očuvanju resursa.

Kao dio grupacije Schwarz, Kaufland daje važan doprinos u provedbi strategije REset Plastic. Već su ostvareni brojni uspjesi poput potpunog ukidanja plastičnih vrećica na blagajnama, jednokratne plastike poput slamki za piće, jednokratnih čaša i šalica, tanjura, pribora za jelo te štapića za uši s plastičnim dijelovima.

U sljedećem se koraku traže zamjenska rješenja za pribor za jelo i slamke za piće na odjelima s pićima i gotovim jelima.

REduce

Smanjenje plastike

- gdje god je moguće i održivo odustajemo od korištenja plastike

REdesign

Dizajn

- proizvode dizajniramo tako da se mogu reciklirati i na taj način zatvaramo kružni proces recikliranja

REsearch

Inovacije i informiranje potrošača

- radi inovativnih rješenja ulažemo sredstva u istraživanje i razvoj te informiramo potrošače o recikliranju i očuvanju resursa



REmove

Zbrinjavanje

- pružamo podršku pri uklanjanju plastičnog otpada iz našeg okoliša

Recycle

Reciklaža

- sakupljamo, sortiramo i recikliramo te na taj način zatvaramo kružni proces recikliranja

RESET PLASTIC

NE mikroplastici

Sitne plastične čestice opterećuju nas i naš okoliš gotovo nezapaženo, svakim danom sve više. Zato se Kaufland zalaže za svijet bez mikroplastike. Još od 2013. godine Kaufland se obvezao iz vlastite robne marke na odjelima kozmetike, osobne njege, deterdženata i sredstava za čišćenje ukloniti čestice mikroplastike. One se između ostalog zamjenjuju prirodnim i obnovljivim sirovinama.

Pod „mikroplastičnim česticama“ Kaufland podrazumijeva krute, vizualno prepoznatljive plastične čestice manje od 5 mm s učinkom abrazije koje nisu topive u vodi.

Pritom se u obzir uzimaju poliamid (PA), polietilen (PE), polietilen tereftalat (PET), poliester (PES), poliimid (PI), polipropilen (PP), poliuretan (PUR).

Kaufland ide sada i korak dalje. Proširena je definicija mikroplastike: osim spomenutih čestica plastike, definicija obuhvaća i druge, biološki nerazgradive, sintetičke polimere.

Kad je riječ o proizvodima s „recepturom bez mikroplastike“, Kaufland u definiciju uključuje i druge biološki nerazgradive, sintetičke polimere*, koji su kruti, disperzirani, slični gelu, rastopljeni ili tekući. Između ostalih Kaufland tu ubraja poliakrilate (npr. akrilatne kopolimere, akrilatne crosspolimere, poliakrilate, karbomere, polimetil metakrilate, poliakrilamide), polikvaternij, polistiren, silikone (npr. metikon, dimetikonol, druge siloksane i silane), PEG> 35, PPG> 50, polivinile (npr. polivinilpirolidone (PVP)), polilaktičnu kiselinu (PLA), etilen vinil acetat kopolimere.

S proširenom definicijom „receptura bez mikroplastike“ Kaufland si je postavio za cilj da do kraja 2021. godine u proizvodima vlastitih robnih marki u području kozmetike i deterdženata te sredstava za čišćenje neće koristiti mikroplastiku, pod uvjetom da odsutnost sintetičkih polimera značajno ne ograničava performanse i/ili sigurnost proizvoda**.

Recepture svih proizvoda za njegu tijela beba marke Bevola Baby® već danas ne sadrže mikroplastiku**.

Svi proizvodi s promijenjenom recepturom u budućnosti će biti obilježeni oznakom „receptura bez mikroplastike“.

Više o Kauflandovoj strategiji za smanjenje plastike saznajte na kaufland.hr/plastika

* Sintetski polimeri kemijskim reakcijama monomernih strukturnih jedinica spajaju se u polimerne makromolekule. Od toga treba razlikovati polusintetske polimere koji se baziraju na prirodnim polimerima kao što su celuloza i kemijski se modificiraju.

** Ne odnosi se na pakiranje i nosive tvari (npr. maramice, vatu).



GRI INDEKS

GRI Standard	Objava	Broj stranice	Izostavljanje	Vanjska verifikacija
Opće informacije				
GRI 102: Opće informacije 2016	Organizacijski profil			
	102-1 Naziv organizacije	11		
	102-2 Aktivnosti, tržišne marke, proizvodi i usluge	10, 11, 12, 13		
	102-3 Lokacija sjedišta organizacije	11		
	102-4 Lokacija poslovnih aktivnosti	10, 11		
	102-5 Vlasništvo i pravni oblik	11		
	102-6 Tržišta na kojima organizacija djeluje	10, 11		
	102-7 Veličina organizacije	11, 34		
	102-8 Informacije o zaposlenicima i drugim radnicima	36, 37		
	102-9 Dobavljački lanac	88, 89		
	102-10 Značajne promjene u organizaciji i njenom dobavljačkom lancu	/		
	102-11 Pristup predostrožnosti	16		
	102-12 Vanjske inicijative	16		
	102-13 Članstvo u udruženjima	16		
	Strategija			
	102-14 Izjava najviše rangirane osobe za donošenje odluka	5		
	102-15 Opis ključnih utjecaja, rizika i prilika	18, 19		
	Etika i integritet			
	102-16 Vrijednosti, načela, standardi i norme ponašanja	32		
	Upravljanje			
	102-18 Upravljačka struktura	29		
	Uključivanje dionika			
	102-40 Popis uključenih skupina dionika	21, 22, 23		
	102-41 Kolektivni ugovori	37		
	102-42 Prepoznavanje i odabir uključenih dionika	21, 22, 23		
	102-43 Pristup uključivanju dionika	21, 22, 23		
	102-44 Ključne teme i otvorena pitanja	24		

GRI INDEKS

GRI Standard	Objava	Broj stranice	Izostavljanje	Vanjska verifikacija
Opće informacije				
GRI 102: Opće informacije 2016	Način izvještavanja			
	102-45 Subjekti uključeni u konsolidirane financijske izvještaje	6		
	102-46 Definiranje sadržaja izvještaja i granica tema	24		
	102-47 Popis materijalnih tema	24		
	102-48 Izmjene u informacijama	/		
	102-49 Promjene u izvještavanju	/		
	102-50 Izvještajno razdoblje za pružene informacije	6		
	102-51 Datum posljednjeg izvještaja	6		
	102-52 Izvještajno razdoblje	6		
	102-53 Kontakt za pitanja vezana uz izvještaj	6		
	102-54 Izjava za izvještavanje sukladno GRI Standardima	6		
	102-55 Kazalo sadržaja GRI-a (GRI Indeks)	96		
	102-56 Vanjska verifikacija	104		

MATERIJALNE TEME
KORPORATIVNO UPRAVLJANJE
Ekonomski uspjeh

GRI 103: Pristup upravljanju 2016	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	20, 22, 24		
	103-2 Pristup upravljanju i njegove sastavnice	19, 26		
	103-3 Ocjena pristupa upravljanju	14		
GRI 201: Ekonomski učinak 2016	201-1 Izravna stvorena i distribuirana ekonomska vrijednost	14		

Neizravni ekonomski utjecaj

GRI 103: Pristup upravljanju 2016	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	20, 22, 24		
	103-2 Pristup upravljanju i njegove sastavnice	19, 26		
	103-3 Ocjena pristupa upravljanju	70, 73		
GRI 203: Neizravni ekonomski utjecaj 2016	203-2 Značajni neizravni ekonomski utjecaji	68, 70, 72, 73		

GRI INDEKS

GRI Standard	Objava	Broj stranice	Izostavljanje	Vanjska verifikacija
Praksa nabave				
GRI 103: Pristup upravljanju 2016	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	20, 22, 24		
	103-2 Pristup upravljanju i njegove sastavnice	19, 26		
	103-3 Ocjena pristupa upravljanju	68		
GRI 204: Praksa nabave	204-1 Udio izdataka na lokalne dobavljače u značajnim mjestima poslovanja	73		
Anti-korupcijske politike				
GRI 103: Pristup upravljanju 2016	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	20, 22, 24		
	103-2 Pristup upravljanju i njegove sastavnice	19, 26, 86		
	103-3 Ocjena pristupa upravljanju	86, 87		
GRI 205: Anti-korupcijske politike	205-2 Komunikacija i obuka o antikorupcijskim politikama i postupcima	86		
Ponašanje protivno načelu slobodnog tržišnog natjecanja				
GRI 103: Pristup upravljanju 2016	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	26, 27		
	103-2 Pristup upravljanju i njegove sastavnice	19, 26		
	103-3 Ocjena pristupa upravljanju	18, 19		
GRI 206: Ponašanje protivno načelu slobodnog tržišnog natjecanja	206-1 Pravni postupci pokrenuti zbog ponašanja u suprotnosti s načelom slobode tržišnog natjecanja, antitrustovske i monopolističke prakse te njihovi ishodi	18		

GRI INDEKS

GRI Standard	Objava	Broj stranice	Izostavljanje	Vanjska verifikacija
--------------	--------	---------------	---------------	----------------------

ZAŠTITA OKOLIŠA
Energija

GRI 103: Pristup upravljanju 2016	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	20, 22, 24		
	103-2 Pristup upravljanju i njegove sastavnice	19, 26, 48, 50		
	103-3 Ocjena pristupa upravljanju	48		
GRI 302: Energija 2016	302-1 Potrošnja energije unutar organizacije	50		✓
	302-4 Smanjenje potrošnje energije	50		

Voda i otpadne vode

GRI 103: Pristup upravljanju 2018	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	20, 22, 24		
	103-2 Pristup upravljanju i njegove sastavnice	19, 26, 48, 53		
	103-3 Ocjena pristupa upravljanju	53		
GRI 303: Voda i otpadne vode 2018	303-4 Ukupno ispuštanje vode	53		
	303-5 Potrošnja vode	53		

Emisije

GRI 103: Pristup upravljanju 2016	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	20, 22, 24		
	103-2 Pristup upravljanju i njegove sastavnice	19, 26, 48, 52		
	103-3 Ocjena pristupa upravljanju	48		
GRI 305: Emisije 2016	305-1 Izravne emisije stakleničkih plinova (GHG) (Područje 1)	52, 53		✓
	305-2 Neizravne energetske emisije stakleničkih plinova (GHG) (Područje 2)	52, 53		
	305-5 Smanjenje emisija stakleničkih plinova (GHG)	52, 53		

Otpadne vode i otpad

GRI 103: Pristup upravljanju 2016	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	20, 22, 24		
	103-2 Pristup upravljanju i njegove sastavnice	19, 26, 48, 54		
	103-3 Ocjena pristupa upravljanju	54		
GRI 306: Otpadne vode i otpad 2016	306-2 Ukupna težina otpada prema vrsti i metodi zbrinjavanja	54, 55		

GRI INDEKS

GRI Standard	Objava	Broj stranice	Izostavljanje	Vanjska verifikacija
--------------	--------	---------------	---------------	----------------------

ODGOVORNI POSLODAVAC
Zapošljavanje

GRI 103: Pristup upravljanju 2016	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	20, 22, 24		
	103-2 Pristup upravljanju i njegove sastavnice	19, 26, 48, 34		
	103-3 Ocjena pristupa upravljanju	34		
GRI 401: Zapošljavanje 2016	401-1 Stope novog zapošljavanja i fluktuacije zaposlenika	37		
	401-2 Povlastice osigurane zaposlenicima koji rade na puno radno vrijeme, a koje nisu osigurane zaposlenicima zaposlenima privremeno ili na nepuno radno vrijeme	38		
	401-3 Rodiljni dopust	38		

Zdravlje i sigurnost na radnom mjestu

GRI 103: Pristup upravljanju 2016	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	26, 27		
	103-2 Pristup upravljanju i njegove sastavnice	19, 26, 40		
	103-3 Ocjena pristupa upravljanju	18, 19, 38		
GRI 403: Zdravlje i sigurnost na radnom mjestu 2018	403-1 Sustav upravljanja zaštitom zdravlja i sigurnosti na radu	40, 41		
	403-2 Identifikacija opasnosti, procjena rizika i istraživanje događaja	40, 41		
	403-3 Profesionalne zdravstvene usluge	40, 41		
	403-4 Sudjelovanje radnika, savjetovanje i komunikacija o zaštiti na radu	40, 41		
	403-5 Osposobljavanje radnika o zaštiti na radu	41, 42		
	403-6 Promicanje zdravlja radnika	40		
	403-7 Sprječavanje i ublažavanje utjecaja na zdravlje i sigurnost na posao izravno povezanih poslovnim odnosima	40, 41		
	403-8 Radnici obuhvaćeni sustavom zaštite na radu	40		

GRI INDEKS

GRI Standard	Objava	Broj stranice	Izostavljanje	Vanjska verifikacija
--------------	--------	---------------	---------------	----------------------

ODGOVORNI POSLODAVAC
Obuka i obrazovanje

GRI 103: Pristup upravljanju 2016	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	26, 27		
	103-2 Pristup upravljanju i njegove sastavnice	19, 26, 42, 44		
	103-3 Ocjena pristupa upravljanju	42, 44		
GRI 404: Obuka i obrazovanje 2016	404-1 Prosječan godišnji broj sati obuke po zaposleniku	43		✓
	404-2 Programi za stjecanje vještina i programi koji podupiru stalnu mogućnost zapošljavanja zaposlenika	42		
	404-3 Postotak zaposlenika koji dobivaju redovitu ocjenu	44		

Različitosti i jednake mogućnosti

GRI 103: Pristup upravljanju 2016	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	26, 27		
	103-2 Pristup upravljanju i njegove sastavnice	19, 26, 34		
	103-3 Ocjena pristupa upravljanju	34		
GRI 405: Različitosti i jednake mogućnosti	405-1 Raznolikost tijela upravljanja i zaposlenika	34, 35		

DRUŠTVO
Lokalne zajednice

GRI 103: Pristup upravljanju 2016	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	26, 27		
	103-2 Pristup upravljanju i njegove sastavnice	19, 26, 60		
	103-3 Ocjena pristupa upravljanju	62		
GRI 413: Lokalne zajednice 2016	413-1 Djelatnosti u kojima su provedeni uključivanje lokalne zajednice, procjene utjecaja i razvojni programi	62, 63, 64, 65, 82		

GRI INDEKS

GRI Standard	Objava	Broj stranice	Izostavljanje	Vanjska verifikacija
--------------	--------	---------------	---------------	----------------------

ODGOVORNI TRGOVAC
Društvena procjena dobavljača

GRI 103: Pristup upravljanju 2016	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	26, 27		
	103-2 Pristup upravljanju i njegove sastavnice	19, 26, 88, 89		
	103-3 Ocjena pristupa upravljanju	89		
GRI 414: Društvena procjena dobavljača 2016	414-1 Novi dobavljači koji su provjereni kroz društvene kriterije	89		

Zdravlje i sigurnost kupaca

GRI 103: Pristup upravljanju 2016	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	26, 27		
	103-2 Pristup upravljanju i njegove sastavnice	19, 26, 76		
	103-3 Ocjena pristupa upravljanju	77		
GRI 416: Zdravlje i sigurnost kupaca 2016	416-1 Procjena utjecaja na zdravlje i sigurnost značajnih kategorija proizvoda i usluga	76, 77		
	416-2 Slučajevi nepridržavanja propisa i dobrovoljnih kodeksa u vezi s utjecajima proizvoda i usluga na zdravlje i sigurnost	77		

Označavanje proizvoda i usluga

GRI 103: Pristup upravljanju 2016	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	26, 27		
	103-2 Pristup upravljanju i njegove sastavnice	19, 26, 86, 87		
	103-3 Ocjena pristupa upravljanju	86, 87		
GRI 417: Marketing i označavanje proizvoda i usluga 2016	417-1 Vrsta podataka o proizvodu i usluzi i njihovo označavanje	87		
	417-2 Slučajevi nepridržavanja propisa i dobrovoljnih kodeksa u vezi s podacima o proizvodu i usluzi te označavanjem	87		
	417-3 Slučajevi nepridržavanja propisa u vezi s marketinškim komunikacijama	87		

SEKTORSKI DODATAK: Proizvodnja hrane

Sektorski dodatak za proizvodnju hrane	FP2 Proizvodi nabavljeni prema standardima održivosti	68, 69, 70, 71, 72, 78		
	FP5 Proizvodi s certifikatima koji jamče sigurnost hrane	68, 69, 70, 71, 78		
	FP11 Uzgoj životinja	76, 77		

Izvešće s neovisnim izražavanjem uvjerenja – ograničeno uvjerenje o predmetu ispitivanja i primjenjivim kriterijima.

Upravi društva Kaufland Hrvatska k.d.:

Ovo izvješće je namijenjeno isključivo upravi društva Kaufland Hrvatska k.d. (dalje „Društvo“) u svrhu izvještavanja o 3 pokazatelja (302-1, 305-1 i 404-1) sadržana u Izvješću o održivosti („Izvješće o održivosti“) koje je Društvo pripremio za godinu koja završava 29. veljače 2020. godine u skladu s GRI standardima za izvještavanje o održivosti („GRI Standardi“).

Predmet ispitivanja i primjenjivi kriteriji

Angažman o uvjerenju se odnosi na sljedeće predmete ispitivanja unutar Izvješća o održivosti na koje se primjenjuju sljedeći primjenjivi kriteriji:

- Potrošnja energije unutar organizacije prema GRI Standardu 302-1
- Izravne emisije stakleničkih plinova (GHG) (Područje 1) prema GRI Standardu 305-1
- Prosječan godišnji broj sati obuke po zaposleniku prema GRI Standardu 404-1

Posebna namjena

Ovaj izvještaj je namijenjen isključivo u svrhu navedenu u prvom odjeljku i za Vašu informaciju te se ne smije koristiti u druge svrhe ili distribuirati drugim primateljima. Izvještaj se poziva isključivo na Izvješće o održivosti te se ne smije asociirati s financijskim izvještajima Društva u cjelini.

Odgovornosti odgovorne strane

Uprava Društva je odgovorna za pripremu Izvješća o održivosti u skladu s GRI Standardima. Posebice, Uprava Društva je odgovorna dizajnirati i implementirati interne kontrole kako bi spriječila da Izvješće o održivosti bude materijalno pogrešno prikazano.

Dodatno, Uprava Društva je odgovorna osigurati da je dokumentacija pružena praktičaru potpuna i točna. Uprava Društva je također odgovorna održavati sustav internih kontrola koji u razumnoj mjeri osigurava da prethodno opisana dokumentacija ne sadrži materijalne greške, bilo zbog prijave ili pogreške.

Odgovornosti praktičara

Proveli smo angažman s izražavanjem uvjerenja prema Međunarodnom standardu za angažmane s izražavanjem uvjerenja MSIU 3000 (izmijenjen). Ovi standardi zahtijevaju da zadovoljavamo etičke standarde te planiramo i izvršimo angažman kako bismo pribavili ograničeno uvjerenje o Izvješću o održivosti.

Primjenjujemo Međunarodni standard kontrole kvalitete (ISQC 1) te sukladno navedenom, održavamo snažan sustav kontrole kvalitete, uključujući politike i procedure koje dokumentiraju sukladnost s relevantnim etičkim i profesionalnim standardima te zakonskim i regulativnim zahtjevima.

Usklađeni smo sa zahtjevima o neovisnosti i ostalim etičkim zahtjevima utvrđenim IESBA etičkim kodeksom profesionalnog ponašanja, koji postavlja temeljna načela integriteta, objektivnosti, stručnosti i dužne brige, povjerljivosti te profesionalnog ponašanja.

Odabrane procedure ovise o procjeni praktičara. Procedure posebice uključuju upite odgovornom osoblju za financijsko izvještavanje i upravljanje rizicima te dodatne procedure s ciljem stjecanje dokaza o Izvješću o održivosti. Obavljeni angažman s izražavanjem uvjerenja je angažman s ograničenim uvjerenjem. Priroda, vrijeme i opseg provedenih procedura tijekom angažmana s ograničenim uvjerenjem su ograničeni u usporedbi s onima potrebnim prilikom angažmana s izražavanjem razumnog uvjerenja. Posljedično, postignuta razina uvjerenja angažmana s izražavanjem ograničenog uvjerenja je niža.

U vezi predmeta ispitivanja proveli smo sljedeće procedure:

- Razumijevanje postojećih internih kontrola Društva, procesa i sistema za potrebe pripreme Izvješća o održivosti
- Uskladu uzorka ulaznih podataka za 3 pokazatelja (302-1, 305-1, 404-1) dostavljena od strane Društva s popratnom dokumentacijom dostavljenom od strane Društva
- Pregledali smo Izvješće o održivosti i potvrdili prezentaciju 3 pokazatelja (302-1, 305-1, 404-1) u skladu s GRI Standardima.

Zaključak praktičara

Na temelju provedenih procedura i pribavljenih dokaza, nismo naišli na ništa što bi nas uvjerilo da 3 pokazatelja (302-1, 305-1 i 404-1) sadržana u Izvješću o održivosti nisu pripremljeni, u svim materijalnim aspektima, u skladu s GRI Standardima.

Dana 7. prosinca 2020. godine



Filip Hitrec

Ernst & Young d.o.o.

Radnička cesta 50

10 000 Zagreb, Hrvatska

Prilog

1. Izvještaj o održivosti, Kaufland Hrvatska d.o.o.

Izdavač: Kaufland Hrvatska k.d.

Savjetnici u pripremi izvještaja prema GRI
Standardima: dr. sc. Nikolina Markota Vukić
i Darija Sesar, mag.iur., Institut za društveno
i odgovorno poslovanje (IDOP)

Savjetnica: Vali Marszalek, Stručnjak za procjenu
SDG učinka i razvoj strategije održivosti

Lektura: Kaufland Hrvatska k.d.

Fotografije: Kauflandova arhiva

Dizajn i grafički prijelom: Kreativni biro 2405 Zagreb
(adaptacija grafičke podloge Kaufland International)

Tisak: Grafo biro Dominić d.o.o.

Naklada: 100 primjeraka

Ovaj izvještaj tiskan je na 100 % recikliranom papiru.

KONTAKT

Kaufland Hrvatska k.d.
Donje Svetice 14
10000 Zagreb

kaufland.hr/izvjestaj

**Djela,
ne riječi.**



Kaufland