

22.
23.

KAUFLAND
ZA ODRŽIVOST

Izveštaj o održivosti
Kaufland Hrvatska k.d.
2022. / 2023.

**Djela,
ne riječi.**


Kaufland





"Kako bismo podržali razvoj domaćih dobavljača i ekonomsku stabilnost naših zajednica, više od 60 posto prehrambenih proizvoda nabavljamo iz Hrvatske." - Patrick Rudat, predsjednik Uprave Kauflanda Hrvatska k.d.



"Možemo biti ponosni na uspjeh koji ostvarujemo iz godine u godinu, a upravo taj uspjeh je rezultat predanog rada svih naših zaposlenika diljem Hrvatske." - Patrick Rudat, Predsjednik Uprave Kauflanda Hrvatska k.d.

Drage čitateljice,
dragi čitatelji,

kao jedan od najvećih trgovačkih lanaca u Hrvatskoj s 3.511 zaposlenika svjesni smo svoje društvene, ekonomske i ekološke odgovornosti i dajemo sve od sebe kako bismo na svim razinama našeg poslovanja postali održiviji. Kako bismo vam na transparentan način pokazali na koji to način radimo, objavili smo sada već treći Izvještaj o održivosti Kauflanda u Hrvatskoj i drago mi je što vam ga ovim putem mogu predstaviti.

S ambicijom da i dalje ostvarujemo naše ciljeve održivosti i odgovornosti, u protekle dvije godine naše smo razvojne planove, inicijative i ulaganja unaprijedili u cijelom lancu vrijednosti. Kvaliteta koju nudimo i koju cijene naši kupci tako sadrži brigu za stalno unaprjeđenje održivog asortimana kojim promičemo zdrave životne navike uz strogu kontrolu kvalitete i sigurnosti svih proizvoda u našim trgovinama. Uz to, i naše zaposlenike i kupce uključujemo u razne inicijative kojima pokazujemo brigu za naše društvo i okoliš, primjerice redovitim donacijama prehrambenih proizvoda, partnerskim odnosom s dobrovoljnim vatrogasnim društvima i osnovnim školama diljem Hrvatske ili pak volontiranjem na različitim lokacijama u zemlji. Kako bismo podržali razvoj domaćih dobavljača i ekonomsku stabilnost naših zajednica, više od 60 posto prehrambenih proizvoda nabavljamo iz Hrvatske. Budući da na taj način imamo kraće puteve dostave proizvoda, istovremeno doprinosimo smanjenju emisija CO₂. Osim toga, u protekle smo dvije godine pojačali naša ulaganja u energetske učinkovite tehnologije, obnovljive izvore energije, uveli mjere uštede energije i energenata kao i odgovorno korištenje vode.

Posebno smo se posvetili smanjenju otpada od hrane i plastike u sklopu REset Plastic strategije koja je zajednički razvijena u Grupi Schwartz. U suradnji s našim dobavljačima razvijali smo održiva ambalažna rješenja. Održivost u našem poslovanju potvrđena je mnogobrojnim relevantnim certifikatima. Možemo biti ponosni na uspjeh koji ostvarujemo iz godine u godinu, a upravo taj uspjeh je rezultat predanog rada svih naših zaposlenika diljem Hrvatske. Sukladno našem motu „Djela, ne riječi“, konkretnim mjerama osiguravamo zadovoljstvo naših zaposlenika, primjerice redovitim povećanjem prihoda, iznadprosječno visokim plaćama, stalnim unaprjeđenjem radnih uvjeta i pogodnostima kao što su dvije neto nagrade godišnje, božićnice i uskrsnice. Na taj način svim članovima našeg velikog Kaufland tima želimo pokazati koliko cijenimo njihov rad. Veselim se što ćemo zajedničkim snagama nastaviti pozitivno utjecati na društvo i sredinu u kojoj živimo kako bismo osigurali malo bolji svijet za sljedeće generacije. Hvala svim našim kolegicama i kolegama koji svakog dana doprinose tome.

S poštovanjem,

Patrick Rudat
Predsjednik Uprave Kauflanda
Hrvatska k.d.



O IZVJEŠTAJU O ODRŽIVOSTI

U Kauflandu se održivost postiže zajedničkim naporima svih uključenih dionika - kupaca, zaposlenika, dobavljača i partnera. Treći izvještaj o održivosti Kauflanda Hrvatska k.d. donosi informacije o strateškom pristupu upravljanju utjecajima poslovanja na pojedine teme održivosti te dosadašnje napore i rezultate usmjerene na smanjenje negativnih i poticanje pozitivnih utjecaja.

Svi podatci u ovom izvještaju odnose se na dvogodišnje poslovno razdoblje, odnosno poslovne godine 2022. i 2023. Poslovna godina započinje 1. ožujka te završava 28. veljače iduće godine. Prikazane nefinancijske informacije o utjecaju poslovanja na društvo, ekonomiju i okoliš obuhvaćaju poduzeća Kaufland Hrvatska k.d. i povezano društvo Europa – upravljanje nekretninama d.o.o. Prethodni izvještaj o održivosti objavljen je za poslovne godine 2020. i 2021.

Izvještaj je pripremljen u skladu sa standardima Globalne inicijative za izvještavanje (GRI). Sadržaj izvještaja definiran je na temelju identificiranih materijalnih tema i strateškog pristupa Grupe Kaufland, Kaufland Stiftung & Co. KG uz oslonac na Ciljeve održivog razvoja Ujedinjenih naroda

(SDG-ove) kao referentni globalni okvir. Podaci su prikupljeni internim sustavima za prikupljanje i analizu podataka te u izravnom kontaktu s odjelima zaduženim za pojedinu temu održivosti, uz podršku vanjskih konzultanata iz poduzeća Hauska & Partner.

U svrhu jačanja transparentnosti i podizanja kvalitete izvještavanja, odabrane indikatore provjerio je vanjski revizor, poduzeće Ernst & Young Croatia d.o.o. Izvještaj revizora nalazi se na [stranici 134](#).

Ovaj izvještaj o održivosti dostupan je u tiskanom i digitalnom obliku te je objavljen na mrežnim stranicama poduzeća: kaufland.hr/izvjestaj

Za više informacija, komentare i prijedloge za unaprjeđenje održivosti u Kauflandu, možete nas kontaktirati putem maila: kommunikacije@kaufland.hr

Sadržaj

01	O NAMA Kaufland u Hrvatskoj: Djela, ne riječi Grupa Schwarz Lanac vrijednosti Kauflanda u Hrvatskoj Inicijative i članstva	7 8 12 14 20
02	ODRŽIVOST U KAUF LANDU Izazovi i prilike Održivost Doprinos ciljevima održivog razvoja (SDG) i sudjelovanje u Svjetskom sporazumu Ujedinjenih naroda	25 26 28 32
03	NAŠI ZAPOSLENICI Naši ljudi, naše vrijednosti Ravnoteža privatnog i poslovnog života Zdravlje i sigurnost zaposlenika Razvoj zaposlenika	35 36 44 46 50
04	ZAŠTITA OKOLIŠA Zajednička klimatska strategija poduzeća Grupe Schwarz Energija i emisije Voda Otpad	57 60 68 70
05	ODRŽIVI ASORTIMAN Dobro za okoliš i ljude Biološka raznolikost - osnova svega života Veganski i vegetarijanski proizvodi Dobrobit životinja	83 84 98 102 104
06	ODGOVORNOST U DOBAVLJAČKOM LANCU Zahtjevi odgovornosti za dobavljače	109 110
07	POSVEĆENOST ZAJEDNICI	117
08	GRI INDEKS	127
09	VANJSKA VERIFIKACIJA	134

01 ○ NAMA

KAUFLAND U HRVATSKOJ: DJELA, NE RIJEČI

48

poslovnica u Hrvatskoj u 2024.

Korporativni profil Grupe Kaufland

Kaufland u Hrvatskoj posluje od 2001.

S više od 1.550 poslovnica i oko 155.000 zaposlenika poduzeća Grupe Kaufland prisutna su u osam europskih zemalja. Bilo u Njemačkoj, Poljskoj, Rumunjskoj, Češkoj, Slovačkoj, Bugarskoj, Hrvatskoj ili Moldaviji - brend Kaufland u svim je navedenim zemljama sinonim za relevantan izbor, uvjerljivu kvalitetu, niske cijene i jednostavnu kupovinu. Poduzeća Kaufland grupe upravljaju s pet tvornica mesa i 17 logističkih centara diljem Europe.

Slijedeći moto „Kaufland svima omogućuje kupnju kvalitetnih, zdravih i održivih proizvoda“, poslovnice

Kauflanda cjelovitim asortimanom nude širok izbor prehrambenih artikala i proizvoda za svakodnevnu upotrebu. Pritom fokus leži na odjelima sa svježim proizvodima. Cjelokupni asortiman uključuje brendirane artikle, atraktivne vlastite robne marke, regionalne proizvode i razne artikle koji doprinose zaštiti ljudi, životinja i prirode. Poduzeća Kaufland grupe također su posvećena sveobuhvatnoj zaštiti okoliša, klime te životinjskih i biljnih vrsta.

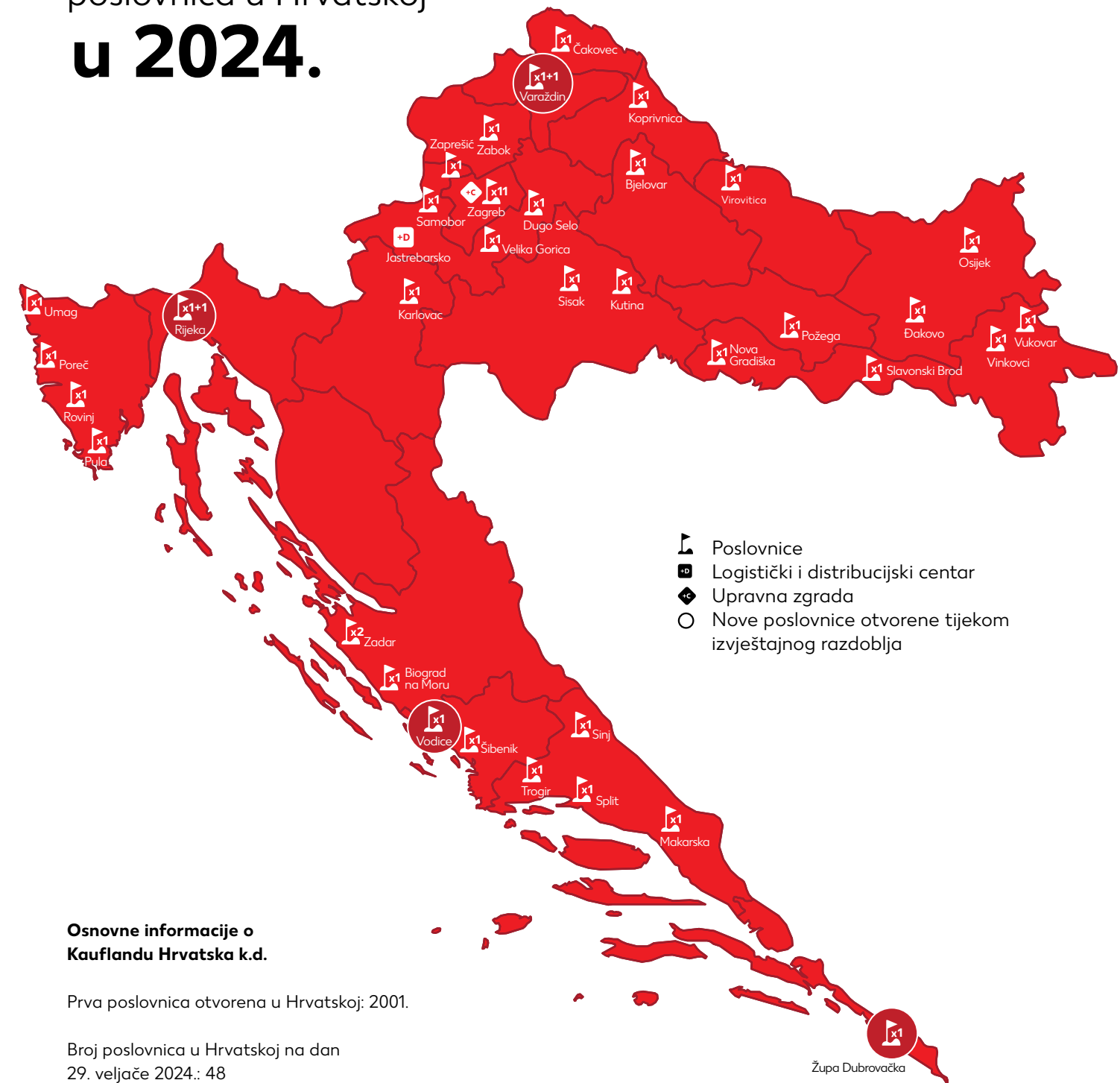
Društva u Kaufland grupi djeluju u skladu sa zajednički razvijenim smjernicama i strategijama koje vrijede za sva poduzeća u grupi.

Kaufland u Hrvatskoj

Kaufland Hrvatska k.d. je indirektna tvrtka kći društva Kaufland Stiftung & Co. KG.

Kaufland je u Hrvatskoj prisutan od 2001. godine. S 3.171 zaposlenikom i 48 poslovnica, Kaufland je

jedan od vodećih trgovaca hranom u Hrvatskoj. Sjedište Kauflanda Hrvatska k.d. nalazi se u Zagrebu.



Osnovne informacije o Kauflandu Hrvatska k.d.

Prva poslovnica otvorena u Hrvatskoj: 2001.

Broj poslovnica u Hrvatskoj na dan 29. veljače 2024.: 48

Broj zaposlenika na dan 29. veljače 2024.: 3.511 (uključujući i duže vremena odsutne zaposlenike)

Sjedište: Donje Svetice 14, Zagreb

Nove trgovine

Rijeka, listopad 2022., 45. trgovina

Na adresi Osječka 39 u listopadu 2022. godine otvorena je druga trgovina Kauflanda u Rijeci. Ovim otvorenjem prodajna je mreža Kauflanda proširena na 45 trgovina diljem Hrvatske. Prodajna površina trgovine iznosi 2.804 m² te je otvorenjem stvoreno 69 novih radnih mjesta.

Župa dubrovačka, veljača 2023., 46. trgovina

Na samom jugu Hrvatske, u Župi dubrovačkoj otvorena je prva trgovina Kauflanda na dubrovačkom području te 46. trgovina u Hrvatskoj.

Trgovina kupcima nudi širok asortiman s više od 15.000 proizvoda, a prostire se na 2.200 m² prodajne površine te ima 163 parkirna mjesta, kao i punionice za e-vozila.

Izgradnja fotonaponske elektrane na krovu objekta pomoću koje će se moći dobiti od 15 do 20 % potrebne godišnje električne energije za trgovinu je započeta i planirani završetak radova

je kraj 2024. godine. Kaufland je još 2021. godine učinio vrlo važan iskorak te prešao na električnu energiju iz obnovljivih izvora, a trgovine gradi u skladu s modernim standardima.

Vodice, srpanj 2023., 47. trgovina

U srpnju 2024. godine otvorena je 47. trgovina Kauflanda koja se prostire na 2.214 m² i broji 201 parkirno mjesto. Kaufland u Vodicama svojim kupcima nudi čak 16.000 proizvoda

Varaždin, listopad 2023., 48. trgovina

U Varaždinu je otvorena 48. trgovina Kauflanda u Hrvatskoj, a riječ je o drugoj trgovini Kauflanda u tom gradu. Prodajna površina trgovine na adresi Varteksova ulica 2 iznosi 2.227 m², uz 200 parkirnih mjesta za kupce. Otvorenjem ove trgovine stvorena su 43 nova radna mjesta.

Modernizacija postojećih trgovina

Nova Gradiška – preuređenje interijera i eksterijera

Od kolovoza do studenog 2022. godine preuređena je Kauflandova trgovina u Novoj Gradiški. Rezultat rekonstrukcije je otvorenje nove pekare s pratećom komorom za smrznute proizvode i preuređenim odjelom delicata. Također, saniran je i dio parkirališta za kupce – oko 2.000 m² od 6.243 m² ukupne površine parkirališta. Proširena je i zelena površina s koje je uklonjena autopraonica.

Preuređenje trgovine uključilo je premještanje robe prema novom konceptu, zamjenu rasvjete u prodajnom dijelu te zamjenu kompletne rashladne tehnike. Nakon preuređenja prodajna površina iznosi 2.351 m².

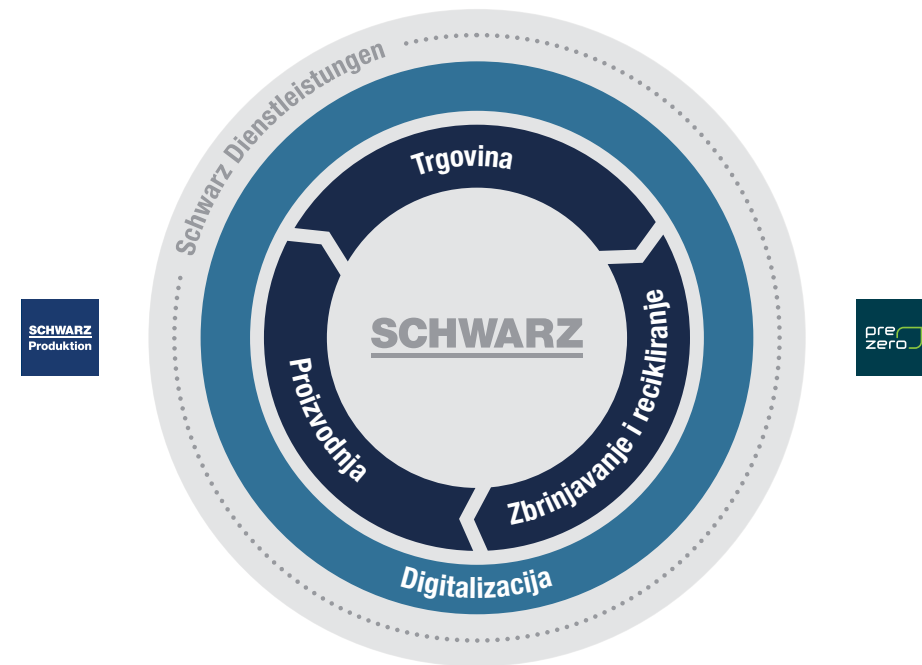
Pula – novo ruho trgovine

Od rujna do studenog 2022. godine rekonstruirana je trgovina u Puli. Obojana je fasada, instalirana je e-punionica za koju je osigurano i 20 % parkirališnih mjesta. U trgovini je promijenjen spuštenu strop u natkrivenoj garaži, instalirana je nova LED rasvjeta, a osvježeni su i prostori delicata i pekare.

U izvještajnom razdoblju 2022. – 2023. nisu zabilježene značajne promjene u organizaciji i njenom opskrbnom lancu, osim širenja mreže i adaptacija poslovnica.



GRUPA SCHWARZ



O poduzećima Grupe Schwarz

Poduzeća Grupe Schwarz dijele zajednički razvijenu strategiju i viziju održivosti pod nazivom „Odgovorno globalno djelovanje s različitostću“

Poduzeća Grupe Schwarz, koja posluju u više od 30 zemalja, zajedno čine jednu od vodećih trgovačkih grupacija u svijetu. S oko 13.900 poslovnica i više od 575.000 zaposlenika, poduzeća Grupe Schwarz u financijskoj su godini 2023. ostvarila ukupni promet od 167,2 milijarde eura. Grupa Schwarz pokriva cijeli lanac vrijednosti - od proizvodnje i trgovine do zbrinjavanja i recikliranja. Dva maloprodajna društva Lidl i Kaufland čine stupove sektora maloprodaje hrane. U njihovoj ponudi mogu se pronaći brojni proizvodi vlastitih robnih marki, od sladoleda do pića, koje proizvode tvrtke Schwarz Produktion. Poseban fokus je na primjeni održivijih sirovina kao i na proizvodnji, korištenju i recikliranju ekološki prihvatljive ambalaže. Pružatelj ekoloških usluga PreZero također godinama slijedi viziju zatvorenih kružnih procesa recikliranja. Tvrtka PreZero se u gospodarenju otpadom i upravljanju

recikliranjem oslanja na cirkularnost materijala te tako ulaže u čistu budućnost. Schwarz Digits, poduzeće iz djelatnosti IT-ja i digitalizacije, nudi kvalitetne digitalne proizvode i usluge koji zadovoljavaju visoke njemačke standarde zaštite podataka.

Poduzeća Grupe Schwarz dijele zajednički razvijenu strategiju i viziju održivosti pod nazivom „Odgovorno globalno djelovanje s različitostću“. Pod okriljem strategije provode širok raspon aktivnosti u fokusnim područjima kao što su ljudi, kvaliteta proizvoda, kružni procesi recikliranja i ekosustavi.



Trgovina

Maloprodajna društva Lidl i Kaufland svojim kupcima svakodnevno nude bogat asortiman u više od 30 zemalja. Kontinuirano daju svoj doprinos raznim mjerama duž cijelog lanca vrijednosti, na primjer mjerama za zaštitu klime i bioraznolikosti ili za očuvanje resursa.



IT i digitalizacija

Schwarz Digits je poduzeće Grupe Schwarz zaduženo za domenu IT-ja i digitalizaciju. Brend Schwarz Digits pruža i razvija IT i digitalna rješenja diljem svijeta, na primjer za digitalne proizvodne pogone, poslovnice i formate e-trgovine kao i za programe vjernosti. Poduzeće vanjskim korisnicima također nudi suverene usluge u oblaku, kibernetičku sigurnost, rješenja za umjetnu inteligenciju i maloprodajna medijska rješenja.



Oporaba i recikliranje

U pogledu upravljanja otpadom i recikliranjem, pružatelj ekoloških usluga PreZero slijedi viziju zatvorenih ciklusa materijala u jedanaest zemalja, ulažući tako u čistu budućnost.



Administrativne i operativne usluge

U poduzeću Schwarz Dienstleistungen pruža se podrška poduzećima Schwarz Grupe u području administrativnih i operativnih poslova poput kontrolinga, financija, ljudskih potencijala i nabave.



Proizvodnja

Poduzeća Schwarz Produktion proizvode pića, čokolade, sušeno voće, pekarske proizvode, sladolede, kavu, orašaste plodove, tjesteninu i proizvode od papira za društva Lidl i Kaufland. Tri pogona za plastiku i reciklažu također su dio jedinstvenog kružnog procesa recikliranja za PET materijale.

LANAC VRIJEDNOSTI KAUFLANDA U HRVATSKOJ

Kaufland Hrvatska k.d. želi dati svoj doprinos u postupnom poboljšanju ekoloških i društvenih standarda.

Kaufland Hrvatska k.d. kao trgovačko poduzeće djeluje poput poveznice između proizvođača i krajnjih potrošača. U ovoj ulozi poduzeće ima izravne i neizravne odnose sa svojim kupcima i velikim brojem dobavljača u brojnim opskrbnim lancima. Aktivnosti u lancu vrijednosti prije ulaska robe u skladište odnose se na uzgoj i žetvu poljoprivrednih poluproizvoda, kao i na uzgoj stoke i ribolov. Lanac vrijednosti proteže se od daljnje obrade sirovina do transporta robe u logističke centre i poslovnice. U poslovnicama Kaufland Hrvatska k.d. plasira gotove proizvode krajnjim potrošačima – našoj središnjoj skupini kupaca, koja je ujedno i središte naših aktivnosti u lancu vrijednosti nakon izlaska robe iz trgovina.

Dobivanje sirovina, daljnja obrada poljoprivrednih poluproizvoda te povezani proizvodni i transportni procesi imaju ekološke i društvene učinke. Kaufland Hrvatska k.d. želi dati svoj doprinos u postupnom poboljšanju ekoloških i društvenih standarda. Kako bismo to postigli, surađujemo s dobavljačima, smanjujemo upotrebu sirovina gdje je to moguće,

a tijekom proizvodnje težimo osiguranju koncepta kružnog procesa recikliranja. Kaufland Hrvatska k.d. se također zalaže za poboljšanje životnih i radnih uvjeta ljudi u proizvodnim zemljama.

Kaufland Hrvatska k.d. osim toga želi iskoristiti svoj utjecaj i u aktivnostima nakon izlaska robe iz trgovine. Naime, kao jedan od vodećih trgovačkih lanaca u zemlji, Kaufland ima priliku utjecati na potrošačko ponašanje velikog broja ljudi i omogućiti im donošenje održivih, informiranih i zdravih odluka o kupnji. Stoga neprestano provjeravamo na koji način možemo učiniti naš asortiman održivijim i zdravijim te o tome transparentno informiramo naše kupce.



Svake godine svi zaposlenici Kauflanda sudjeluju u online školovanjima o prevenciji korupcije koja su usmjerena na rizik i ciljne skupine.

Poslovna etika

Kaufland Hrvatska k.d. djeluje prema jasnim načelima. To uključuje sprječavanje i minimiziranje negativnih utjecaja naših poslovnih aktivnosti na okoliš, gospodarstvo i društvo u okviru naše korporativne obveze za provedbom dubinske analize, kao i dosljedno poštivanje svih primjenjivih zakona.

Kršenje važećih zakona može rezultirati financijskom i reputacijskom štetom za Kaufland Hrvatska k.d. Nadalje, takva kršenja zakona mogu dovesti do zahtjeva za naknadu štete i kaznenih posljedica za pojedine zaposlenike ili članove uprave društva. Djelovanje Kauflanda Hrvatska k.d. i njegovih zaposlenika stoga se temelji na načelu: „Pridržavamo se važećih zakona i internih smjernica.“ Ovo je središnje načelo tvrtke koje je obvezujuće za sve zaposlenike. Kaufland Hrvatska k.d. i njegova uprava izričito se zauzimaju za poštivanje i osiguranje provedbe ovog korporativnog načela.

U tom kontekstu, Kaufland Hrvatska k.d. je implementirao tzv. Compliance menadžment sustav (CMS) koji sadrži obvezujuća pravila vezana uz compliance (usklađenost). Smjernice CMS-a definiraju određene zahtjeve i elemente kako bi se osigurala odgovarajuća razina usklađenosti. Bitan cilj CMS-a je spriječiti kršenje važećih zakona i internih smjernica, a utvrđena se kršenja dosljedno istražuju i sankcioniraju („načelo nulte tolerancije“). Glavni fokus CMS-a je, primjerice, na područjima antikorupcije / sprječavanja prijevara, zaštite tržišnog natjecanja i zaštite osobnih podataka.

Mjere CMS-a posebice uključuju donošenje i priopćavanje propisa (npr. propisa o postupanju s donacijama/darovima i pravila o zaštiti podataka),

provedbu školovanja i praćenje svih internih i eksternih pokazatelja mogućih zakonskih povreda. Ako neka smjernica otkrije određene nedostatke u postojećim mehanizmima, dotična se saznanja implementiraju u svrhu unaprjeđenja sustava upravljanja usklađenošću. Smjernice i propisi objavljuju se u središnjem IT sustavu.

Odjeli tvrtke odgovorni za usklađenje provjeravaju učinkovitost opisanih mjera. U tu svrhu Odjel pravnih poslova i usklađenja procjenjuje različite izvratke podataka iz IT sustava i dodatno zahtijeva posebne revizije na temelju specifičnih događaja i rizika. Kauflandov odjel revizije redovito provjerava cjelokupni sustav upravljanja usklađenošću. Službenik za compliance i tim za compliance (compliance@kaufland.com), odvjetnici od povjerenja i informatički podržani online sustav za prijavu dostupni su kao kontakt osobe i kanali za prijavu u slučaju da postoje bilo kakve indikacije o mogućim kršenjima usklađenosti. Sustav online prijavljivanja dostupan je 24/7 na više jezika. Zaposlenici se također mogu anonimno i s povjerenjem obratiti Radničkom vijeću, članovima tima za compliance te osobama od povjerenja. Kauflandov Odjel pravnih poslova i usklađenja izrađuje kvartalna i godišnja izvješća kojima se informira Uprava poduzeća o važnim procesima i razvoju. Prijenos i razmjena informacija uvijek su mogući zbog lake dostupnosti donositelja odluka. U Kauflandu se sva značajna kritična pitanja priopćuju najvišem upravljačkom tijelu.

Svi ugovori sklopljeni između Kauflanda Hrvatska k.d. i poslovnih partnera sadrže klauzulu o usklađenosti. U njoj Kaufland ističe obvezu poštivanja svih relevantnih zakonskih odredbi. Osim toga, standardni ugovori u Kauflandu Hrvatska k.d. sadrže Kodeks ponašanja za poslovne partnere.



Zaposlenicima Kauflanda na raspolaganju stoje antikorupcijske smjernice i procesi. S jedne strane, procesi su mapirani i opisani u integriranom informacijskom sustavu, a s druge strane, Odjel pravnih poslova i usklađenja objavljuje informacije na internetskoj stranici odjela, stranicama o usklađenosti, u člancima na intranetu i na Portalu poslovnika. Ako je potrebno, dostupni su i drugi kanali poput newslettera odjela.

Svake godine svi zaposlenici Kauflanda sudjeluju u online školovanjima o prevenciji korupcije koja su usmjerena na rizik i ciljne skupine. 100 posto zaposlenika Kauflanda Hrvatska k.d. uspješno je apsolviralo edukacije do kraja financijske godine.

Informacije u vezi usklađenosti i potvrđenim slučajevima korupcije se ne mogu objaviti iz poslovnih razloga.

Naše robne marke



Dio proizvoda koje nudimo našim kupcima su proizvodi naše vlastite robne marke. Na ovaj način imamo kontrolu nad proizvodima koje prodajemo te možemo nadzirati njihov cjelokupni proizvodni proces i osigurati da visoka kvaliteta naših proizvoda ostane na razini koju očekujemo. U Kauflandu je zadovoljstvo kupaca na prvom mjestu. Kaufland je prepoznao četiri ključna elementa koji su svakom kupcu najbitniji pri kupnji i implementirao ih u strategiju svog poslovanja.

- Cijena – pristupačnost proizvoda svim kupcima od velike je važnosti. Kaufland kroz godinu kontinuirano plasira svoje proizvode na akcije ili ih prodaje po diskontnim cijenama, a u vrijeme turističke sezone cijene držimo istima neovisno o lokaciji.
- Kvaliteta – jedna od karakteristika kojima se ponosimo je kvaliteta naših proizvoda. Naše voće i povrće prolazi kontrole koje su značajno strože od EU regulative, surađujemo s više od 100 domaćih dobavljača voća i povrća, mesa, ribe i jaja. Dodatno, informacije o proizvodima

svježeg voća i povrća iz našeg projekta ugovorene proizvodnje mogu se pratiti putem aplikacije AGRIVI, kojom našim potrošačima na transparentan način nudimo uvid u ono što kupuju

- Izbor – našim kupcima nudimo veliki izbor od čak 20.000 proizvoda, od čega je više od 16.000 proizvoda poznatih marki, a više od 3.000 proizvoda upravo naših marki kao što su K-Classic, K-Favourites, K-Bio, Naše mi najbolje paše, K-Free, Bevola i K-take it veggie.

- Jednostavnost - kupcima nudimo jednostavnost i brzinu, osim što nudimo veliki izbor proizvoda na jednom mjestu, ulažemo u infrastrukturu kako bi proces kupnje teкао brzo i glatko. Ukoliko sve blagajne nisu otvorene, a čeka se dulje od pet minuta, kupac dobiva poklon bon od 2 eura.

Ailé



COUNTRY Side



newcential

Oyanda



passenger



Favourites



TALENTUS

TOWN LAND



Carinura



PARKSIDE



INICIJATIVE I ČLANSTVA

Eksterne inicijative i članstva u udrugama Kauflanda Hrvatska k.d.

Kaufland Hrvatska k.d. aktivan je partner u društveno-političkoj raspravi. Stoga su praćenje zakona, razmjena informacija s političkim dionicima ili rad udruga na procesima formiranja mišljenja u branši sastavni dio našeg rada. Cilj je brzo i neometano prenijeti zakonske zahtjeve

u operativnu praksu te pravovremeno početi raditi s dobavljačima na budućim temama. Više o eksternim oznakama naših proizvoda možete pročitati u poglavlju „Održivi asortimani“, na [stranici 82](#).

Kaufland Hrvatska k.d. član je raznih udruga i organizacija te potpisnik povelji i nositelj certifikata:



HGK, Hrvatska gospodarska komora



HUP
Hrvatska udruga poslodavaca

HUP, Hrvatska udruga poslodavaca



AHK
Deutsch-Kroatische
Industrie- und Handelskammer
Njemačko-hrvatska industrijska
i trgovačka komora

Njemačko-hrvatska komora za gospodarstvo i industriju



Povelja o volontiranju zaposlenika



Tvrtka prijatelj zdravlja



Employer Partner
Certified by SELECTIO Group
CEP, Certifikat poslodavac partner



Top Employer



HRPSOR, Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj

Interesi Kauflanda Hrvatska k.d. također su zastupljeni u sljedećim udrugama, inicijativama i organizacijama kroz članstvo društva Kaufland Stiftung & Co. KG:



Akcijski savez za održive banane (Action Alliance for Sustainable Bananas - ABNB)* od 2014.



AWS – Alliance for Water Stewardship od 2023.



The A.I.S.E. Charter for Sustainable Cleaning od 2019.



Dunav Soja od 2014.



Food for Biodiversity od 2021.



Forum za održivo palmino ulje (Forum for Sustainable Palm Oil - FONAP) od 2013.



Fur Free Retailer od 2014.

* Savez ABNB je ukinut u srpnju 2022. Djelovanje ABNB-a preneseno je na radnu skupinu unutar svjetskog foruma za banane World Banana Forum (WBF), u koju će ubuduće biti uključen i Kaufland.



GLOBALG.A.P.
od 2019.



International Featured Standard (IFS)
od 2013.



Juice CSR Platform
od 2015.



Partnerstvo za održivi sok od naranče (PNAO)
od 2020.



ProTerra
od 2022.



Round Table on Responsible Soy (RTRS)
od 2022.



Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)
od 2012.

Kao dio poduzeća Grupe Schwarz, interesi Kauflanda Hrvatska k.d. zastupljeni su u sljedećim institucijama:



Zaklada Ellen MacArthur
član od 2018.



UN Global Compact
sudjelovanje od 2020.



Kaufland Hrvatska k.d. također surađuje sa sljedećim partnerskim organizacijama:

- Science Based Targets

Kaufland svojim ekonomskim učinkom upravlja u skladu s konceptom društveno odgovornog

poslovanja. Prema tome, pozitivni rezultati poslovanja moraju biti generirani na društveno odgovoran način, gdje, uz ekonomsku učinkovitost, kompanija generira i društvenu te ekološku učinkovitost.

Izravno stvorena i distribuirana ekonomska vrijednost (u mil. EUR)	2021.	2022.	2023.
Prihodi	566,2	646,3	744,3
Operativni troškovi	473,0	538,0	617,0
Plaće i povlastice zaposlenika	37,2	44,3	49,9
Plaćanja davateljima kapitala	0,8	1,6	5,4
Plaćanja državi (porezi)	20,2	23,5	28,8
Ulaganja u zajednicu (donacije)	0,7	0,8	0,9

A young fern plant with several fronds is growing out of a mossy forest floor. The background is a blurred green forest with sunlight filtering through the trees, creating a bokeh effect. The text '02 ODRŽIVOST U KAUF LANDU' is overlaid on the right side of the image in white, bold, sans-serif font.

02 ODRŽIVOST U KAUF LANDU



IZAZOVI I PRILIKE

Pravovremenom i efikasnom prilagodбом na nove tržišne uvjete mogu se stvoriti nove prilike za održivo poslovanje koje sve veći spektar kupaca prepoznaje kao poželjno.

Izazovi koji prate poslovanje Kauflanda su mnogobrojni, a velikim dijelom proizlaze i iz veličine poduzeća i utjecaja koje iz tog razloga ima na tržište, ali i ono na njega. Prema GfK metodologiji panela kućanstava, koji je proveden u prethodnom izvještajnom razdoblju, Kaufland je četvrto najveće poduzeće u sektoru trgovine u Hrvatskoj, s kontinuiranim ostvarenjem rasta. Dobro poznavanje trendova u razvoju tržišta ključno je za kontinuiranu konkurentnost poduzeća.

Osim ekonomije u kojoj se Kaufland Hrvatska k.d. nalazi, a koja je pod utjecajem širokog spektra zdravstvenih i geopolitičkih utjecaja, i eksterni utjecaji su mnogobrojni. Značajan utjecaj vlastite upravljačke sposobnosti, vanjski utjecaji kao što su klimatske promjene, ali i njihova međuovisnost, koja se očituje u zelenoj transformaciji, ozbiljno utječu na Kaufland. U procesu zelene transformacije traži se sve veća odgovornost poduzeća prema svom poslovanju, kao što su rad i briga o vlastitim radnicima i onima unutar lanca vrijednosti, upravljanje, potrošnja i izvori energije koja se u poslovanju troši, ali i primjena sveobuhvatnih održivih upravljačkih obrazaca.

Kao veliko međunarodno poduzeće, Kaufland je pod utjecajem velikog broja čimbenika, ali ima i širok opseg vlastitog utjecaja kojeg mora imati pod kontrolom i pravovaljano njime upravljati. Borba protiv korupcije, ponašanje u skladu s propisima o tržišnom natjecanju i poštena konkurencija ključ su stabilnog ekonomskog rasta.

Klimatske promjene i njihova kompleksnost za Kaufland, koji ima širok spektar proizvoda koje nabavlja iz velikog broja sektora te poslovanje koje se odvija u velikom broju zemalja, može predstavljati izazov, ali i prilike. Pravovremenom i efikasnom prilagodбом na nove tržišne uvjete mogu se stvoriti nove prilike za održivo poslovanje koje sve veći spektar kupaca prepoznaje kao poželjno. Upravo kako bismo na vrijeme iskoristili prilike i postavili mehanizme za izbjegavanje rizika, nastojimo identificirati sve značajne rizike pa tako i one iz domene održivosti.

Za prethodno izvještajno razdoblje projektna skupina Kauflanda formirana za potrebe nefinancijskog izvještavanja definirala je rizike, mjere i ciljeve prema smjernicama Međunarodnog

odbora za financijsku stabilnost o objavi financijskih informacija povezanih s klimatskim promjenama, TCFD. Prepoznati ciljevi se prate kako bismo zaštitili poslovanje Kauflanda od potencijalnih štetnih utjecaja te na vrijeme prepoznali prilike za unaprjeđenje poslovanja. Trenutno se na internacionalnoj razini provodi

provjera rizika te ćemo o ažuriranim rizicima, mjerama koje poduzimamo za njihovo ublažavanje i otklanjanje, kao i postavljene ciljeve moći komunicirati u sljedećim izvještajnim razdobljima.

Utjecaj Kauflanda u Hrvatskoj

U sklopu definiranja materijalnih tema u Kauflandu, proveden je niz intervjua s profesionalcima iz raznih područja koji su prepoznali izazove i prilike s kojima se Kaufland dominantno susreće na području istočne Europe, pa tako i Hrvatske.

Glavni izazovi prepoznati u domeni ljudskih i radničkih prava su česta povezanost s nižim standardima i manjkom regulacija u odnosu na zapadne zemlje, potencijalna ugroza ljudskih prava i manjak benefita za zaposlenike. Međutim, rezultati analize utjecaja pokazali su da je i u regijama istočne Europe Kaufland prepoznat kao poslodavac s dobrim radnim uvjetima, poštenim naknadama za rad i transparentnim komunikacijskim praksama.

Osim toga, Kaufland nudi mogućnost zapošljavanja raznolikom spektru ljudi koji se na neki način smatraju društveno ugroženim ili

ranjivim skupinama, kao što su ljudi s manjkom obrazovnih mogućnosti, a pogotovo u mlađoj populaciji. Također, među dionicima je poslovni model Kauflanda percipiran pozitivno i ljudi smatraju da u organizaciji postoji adekvatna mogućnost za postizanje viših plaća.

Preporuke koje su stručnjaci prenijeli jest da se Kaufland nastavi pridržavati i poštivati ljudska prava u svojem poslovanju, da poveća svoj pozitivni utjecaj na obitelji zaposlenika, kao što su npr. aktivnosti kojima bi se poboljšala kvaliteta života djece zaposlenika. Također, preporučeno je da se, pogotovo u ruralnim dijelovima regije, potiču kriteriji kojima se prihvaćaju razni oblici raznolikosti.



ODRŽIVOST

Analiza materijalnosti i uključivanje dionika

Kontinuirana razmjena informacija s našim internim i eksternim dionicima – uključujući kupce, nevladine organizacije, političke aktere, poslovne partnere, zaposlenike i medije – bitan je dio upravljanja održivošću u Kauflandu Hrvatska k.d.

Ovaj dijalog se odvija u oba smjera: o našim aktivnostima redovito informiramo cijeli krug dionika. U tu svrhu koristimo različite formate kao što su izvještaji o održivosti, priopćenja za medije, objave na internetskoj stranici i npr. tjedni letak za kupce za vanjske dionike kao i intranet portal i interni časopis za naše zaposlenike. Osim toga, omogućujemo i promičemo izravnu i međusobnu razmjenu informacija kroz niz događaja i osobnih razgovora. Svojom stručnošću, zapažanjima te kritičkim i konstruktivnim promatranjem našeg poduzeća, naši dionici daju nam vrijedne povratne informacije koje utječu na naš rad. Kaufland Hrvatska k.d. također je na različite načine uključen u suradnje i mreže, a isto tako sudjeluje

i u eksternom dijalogu i formatima razmjene informacija i iskustava. Dodatno, o sudjelovanju u inicijativama i članstvima možete pročitati u poglavlju „O nama“, na [stranici 6](#).

U redovitim intervalima, ali najmanje svake dvije godine, procjenjujemo koji su dionici relevantni za tvrtku. Osnova za to su eksterni upiti, primjerice nevladinih organizacija i opsežno praćenje društvenih rasprava. Istodobno, uzimamo u obzir promjene u odgovornostima u kontekstu politike ili npr. nevladinih organizacija. Osim toga, provodimo usporedbe s rezultatima analize materijalnosti i povezanim temama.

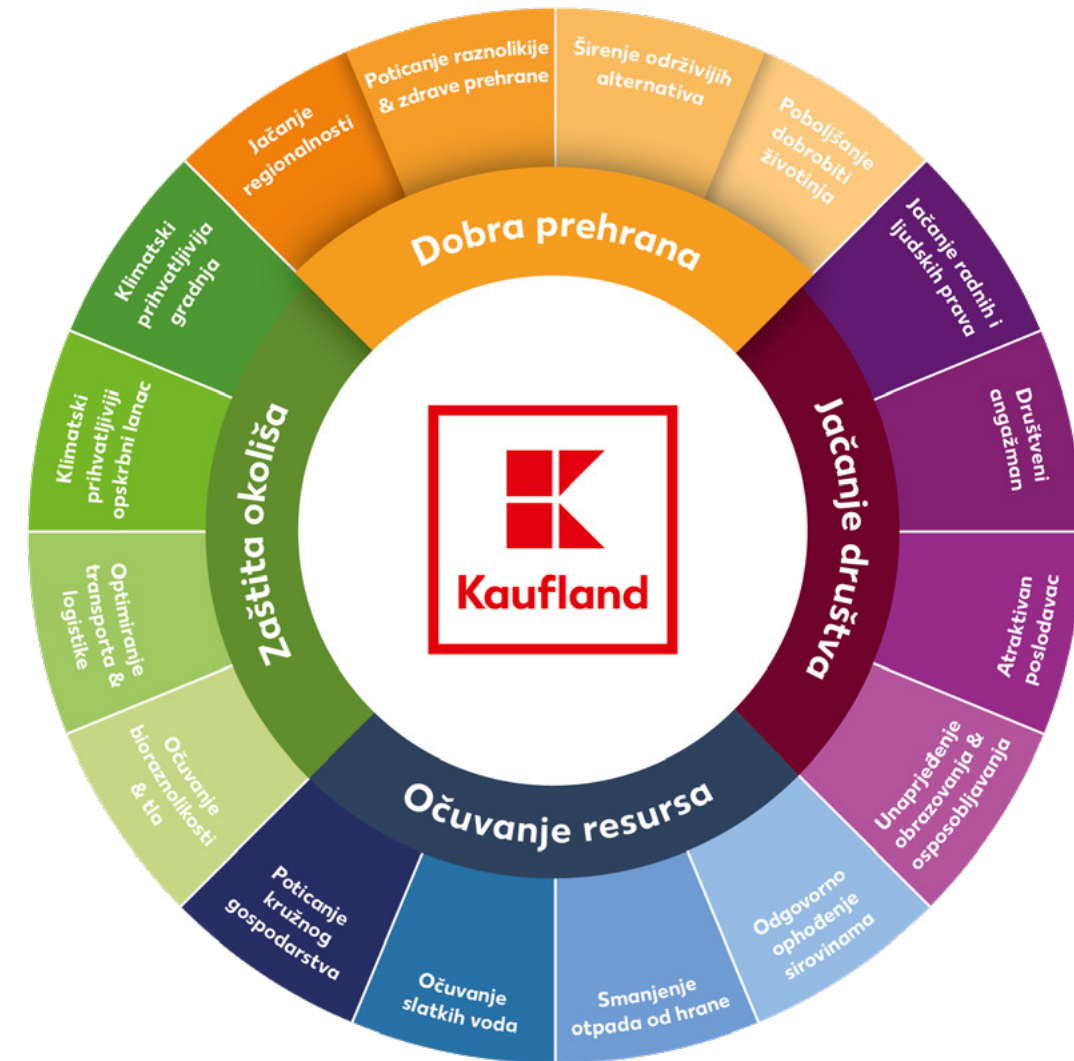
O određenim temama poput smanjenja otpada od hrane odvija se intenzivna razmjena informacija s Ministarstvom poljoprivrede – na primjer, u obliku potpisivanja Dobrovoljnog sporazuma o sprječavanju i smanjenju nastajanja otpada od hrane „Zajedno protiv otpada od hrane“.

Analiza materijalnosti

Kaufland Hrvatska k.d. je 2023. revidirao proces određivanja ključnih tema te ga stalno unaprjeđuje kako bi udovoljio zahtjevima. To znači da nove i promijenjene (regulatorne) zahtjeve uzimamo pravovremeno u obzir, uključujući ažuriranu

definiciju materijalnosti GRI standarda iz 2021., kao i usvajanje europske Direktive o korporativnom izvješćivanju o održivosti (CSRD). Osnova za novi proces je ažurirani tematski model Kauflanda s ukupno 20 tematskih područja*.

*Analiza materijalnosti sastoji se od 20 tema uključujući sveobuhvatne teme Integritet, Komunikacija i dijalog, Transparentnost i Strateška partnerstva. Model CR strategije predstavlja 16 tema.



Slika 1: Kauflandova CR strategija

U okviru analize materijalnosti, evaluirano je 20 tematskih područja na temelju dvije dimenzije:

- s jedne strane, ispituju se pozitivni i negativni učinci Kauflanda na ljude, okoliš i društvo (tzv. "perspektiva iznutra prema van"),
- s druge strane, razmatra se utjecaj tematskih područja na poslovni uspjeh Kauflanda (tzv. "perspektiva izvana prema unutra").

Analiza materijalnosti Kauflanda ažurira se najmanje svake dvije godine u sklopu izvještavanja o održivosti. Provodi se standardizirana analiza

u svim zemljama u kojima Kaufland postoji te se istovremeno omogućuje integracija nacionalne perspektive. Analiza se odvija u tri koraka:

- ispitivanje relevantnosti utjecaja koje se odnosi na više zemalja (sastoji se od analize izloženosti i dubinskih razgovora sa stručnjacima),
- istraživanje o poslovnoj relevantnosti za pojedinu zemlju (putem nacionalnih radionica) te
- validacija i povezivanje rezultata u matrici materijalnosti za predmetnu zemlju.

Procjena utjecaja Kauflanda u Hrvatskoj

Procjena učinaka Kauflanda na ljude, okoliš i društvo na međunarodnoj razini provodi društvo Kaufland Stiftung & Co. KG u ime Kauflandovih

nacionalnih poduzeća u procesu koji se sastoji od analize izloženosti i razgovora sa stručnjacima.

Provođenje kvantitativne analize izloženosti

Analiza izloženosti služi za prikupljanje podataka o potencijalnim izravnim i neizravnim učincima Kauflanda na ljude, okoliš i društvo. U tom se kontekstu razmatraju rizici vezani uz održivost koji potencijalno proizlaze iz Kauflandovog poslovanja. Analiza i ispitivanje ekoloških i društvenih utjecaja Kauflanda provedena je kvantitativno na temelju ekonomskih podataka, podataka specifičnih za poduzeće i industriju duž međunarodnog lanca vrijednosti. Upravo iz razloga što je Kaufland međunarodna tvrtka, potencijalne lokalne potrebe za djelovanjem na razini zemlje utvrđene su u međusobnom odnosu. Time je omogućena usporedivost između tematskih područja. Kako bismo identificirali zemlje u kojima Kaufland ima potencijalno jake financijske učinke, sljedeći korak bio je modeliranje lanca vrijednosti Kauflanda na

temelju podataka o prodaji, informacija o branši i ekonomskih podataka.

Na taj su se način mogle utvrditi izravne i neizravne gospodarske aktivnosti specifične za pojedinu zemlju te je u analizi moglo biti provedeno ekonomsko ponderiranje. Ovi ponderirani podatci primarno uzimaju u obzir zemlje u kojima Kaufland, prema dostupnim podacima, ima visoku razinu aktivnosti te stoga ima potencijalno veći utjecaj na tematska područja. U posljednjem koraku, potreba za djelovanjem u kombinaciji s ekonomskom relevantnošću dala je određene rezultate iz analize materijalnosti za pojedinačna tematska područja, a samim time i prvi sastavni element relevantnosti utjecaja.

Provođenje kvalitativnih intervjua sa stručnjacima

Usporedno s analizom izloženosti, statistički rezultati potvrđeni su kvalitativnom anketom. Mješavina metoda povećava otpornost analize, omogućuje dublje zaključke i smanjuje moguće slabosti jednostranih metodologija. U tu su svrhu intervjuirani međunarodni stručnjaci iz relevantnih skupina dionika Kauflanda kako bi se još dublje istražio utjecaj Kauflanda na 20 tematskih područja.

Prilikom odabira stručnjaka u obzir su uzete tržišne karakteristike zemalja kao i raznolikost tema u

području održivosti. Intervjue je pripremio, proveo i evaluirao vanjski partner.

Kombinacija analize izloženosti i intervjua sa stručnjacima rezultirala je međunarodnim vrijednostima u kontekstu relevantnosti utjecaja za 20 tematskih područja, koje također predstavljaju vrijednosti x-osi u matrici materijalnosti (slika 2).

Procjena poslovne relevantnosti Kauflanda u Hrvatskoj

Kako bi procijenio poslovnu relevantnost, Kaufland Hrvatska k.d. je proveo radionicu s odgovornim osobama za održivost u Hrvatskoj te s radnom skupinom za održivost koju čine rukovoditelji različitih odjela unutar poduzeća. Imali su zadatak procijeniti svako od 20 tematskih područja tematskog modela Kauflanda s obzirom na njihove poslovne prilike i rizike. Rezultati su zatim

raspravljani i preneseni u matricu materijalnosti u obliku y-osi. Osim toga, rezultate je naposljetku potvrdila i Uprava. Iz toga je proizašla poslovna relevantnost u matrici materijalnosti (slika 2). Rezultati su također integrirani u prilagodbu strategije održivosti u 2023. godini.

Spajanje obje dimenzije analize

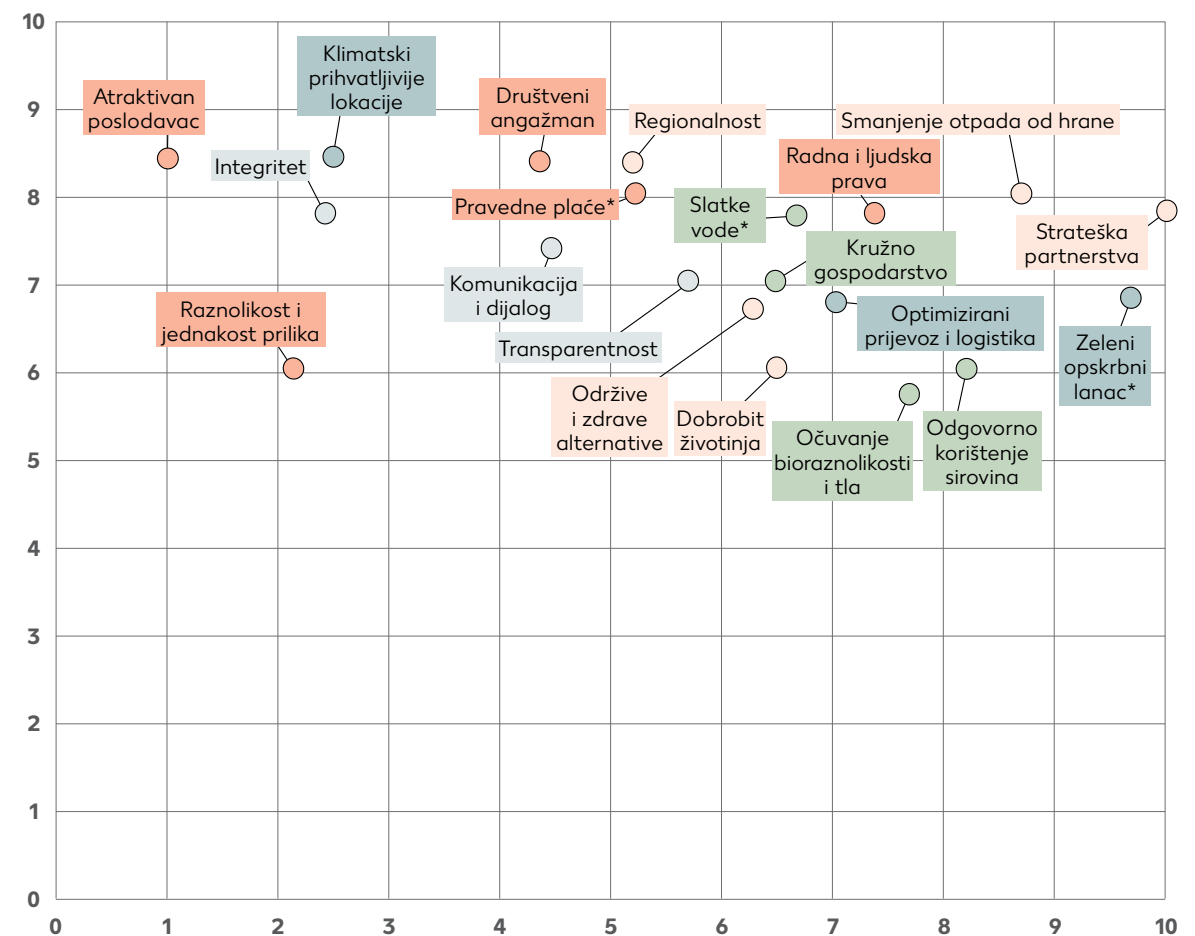
Rezultati pokazuju da tematska područja „Atraktivan poslodavac“, „Klimatski prihvatljivije lokacije“, „Društveni angažman“, „Regionalnost“, „Smanjenje otpada od hrane“ i „Strateška partnerstva“ imaju najveću relevantnost za Kaufland u Hrvatskoj.

Ukupno je šest tematskih područja koja su značajna za Kaufland u Hrvatskoj. To znači da poslovanje Kauflanda ima velik utjecaj na ljude, okoliš i društvo u predmetnim temama i da tu leže najveće poslovne prilike i rizici za Kaufland

u Hrvatskoj. Stoga se nalaze unutar praga materijalnosti tvrtke i čine osnovu za ovaj izvještaj (vidi sliku 2).

Uz tematska područja za koja je utvrđeno da su značajna, u ovom izvještaju razmatramo i druga strateški relevantna tematska područja kao što su „Pravedne plaće“, „Slatke vode“ i „Zeleni opskrbeni lanac“. Označeni su simbolom * u matrici materijalnosti i prikazani odvojeno u GRI indeksu od [stranice 126](#) nadalje. Razlog tome je, između ostalog, velika strateška relevantnost tih tema.

Slika 2: Matrica materijalnosti 2.0



Tematska područja „Atraktivan poslodavac“ (poglavlje „Naši zaposlenici“, od [stranice 34](#)), „Klimatski prihvatljivije lokacije“ (poglavlje „O nama“ od [stranice 6](#)), „Društveni angažman“ (poglavlje „Posvećenost zajednici“, od [stranice 116](#)), „Regionalnost“, (poglavlje „Održivi asortiman“, od [stranice 82](#)) i „Smanjenje otpada od hrane“ (poglavlje „Zaštita okoliša“, od [stranice 56](#))

područja su koja su identificirana kao bitna za Kaufland u Hrvatskoj. Dodatno su kao bitna identificirana područja „Pravedne plaće“ (poglavlje „Naši zaposlenici“, od [stranice 34](#)), „Slatke vode“ (poglavlje „Zaštita okoliša“, od [stranice 56](#)) i „Zeleni opskrbeni lanac“ (poglavlje „Odgovornost u dobavljačkom lancu“, od [stranice 108](#)).

DOPRINOS CILJEVIMA ODRŽIVOG RAZVOJA (SDG) I SUDJELOVANJE U SVJETSKOM SPORAZUMU UJEDINJENIH NARODA

Doprinos ciljevima održivog razvoja (SDG)

U svakodnevnom poslovanju nastojimo djelovati na društveno i okolišno odgovoran način, a svoja nastojanja transparentno komuniciramo javnosti.

Ciljevi održivog razvoja kojima Kaufland najviše doprinosi i prema kojima prepoznaje posebnu odgovornost su ciljevi 2, 3, 12 i 13. U svakodnevnom poslovanju nastojimo djelovati na društveno i okolišno odgovoran način, a svoja nastojanja transparentno komuniciramo javnosti.

Još od 2020. godine društvo Stiftung & Co. KG kao tvrtka Grupe Schwarz sudjeluje u UN-ovoj inicijativi Global Compact, UNGC, koju prati reputacija najveće i najvažnije svjetske inicijative koja se bavi pitanjem odgovornog korporativnog poslovanja.

Kao potpisnici, djelujemo pod sloganom „Djela, ne riječi.“ kojim nastojimo kroz svoje poslovanje utjecati na zdravlje ljudi i planeta, jednakost, nediskriminaciju, pravdu i edukaciju za sve. Svojim inicijativama u sklopu radne okoline, reciklaže

plastike i promocijom lokalnih dobavljačkih lanaca nastojimo biti pozitivan utjecaj u svijetu. Nastojimo najviše doprinijeti četirima ciljevima koja smo prepoznali kao nama najbližima.



SDG 2 Svijet bez gladi

Održiva nabava i poticanje razvoja kratkih lokalnih dobavljačkih lanaca i domaće proizvodnje, nešto je po čemu je Kaufland već prepoznatljiv. Osim promoviranja lokalne proizvodnje hrane na ovaj način, uz suradnju s lokalnim poljoprivrednicima, promoviramo načela održive nabave i sprječavamo proizvodnju dodatnog otpada i emisija. Dodatno, Kaufland kontinuirano radi na smanjenju otpada od hrane, a jedna od metoda koje koristi je donacija proizvoda koji se više ne mogu prodati, ali su i dalje zdravstveno ispravni, registriranim posrednicima u lancu doniranja hrane. Ovaj proces je pokrenut 2016. godine u suradnji s Caritasom Zagrebačke nadbiskupije, a kasnije se proširio na nadbiskupijski i biskupijski Caritas, te Hrvatski Crveni križ. Na ovaj način osim što nastojimo smanjiti količinu otpada i bačene hrane, nastojimo izravno pomoći najpotrebnijima.



SDG 3 Zdravlje i blagostanje

Naši edukativni programi kojima promoviramo zdrav život među našim zaposlenicima doprinose zajednici ljudi u kojoj poslujemo. Inicijativom „Tvrtka prijatelj zdravlja“, raznim aktivnostima namijenjenim našim zaposlenicima potičemo brigu o zdravlju. Fleksibilnim radnim uvjetima nastojimo brinuti o kvaliteti života naših zaposlenika te njihovoj ravnoteži između poslovnog i privatnog života.



SDG 12 Održiva potrošnja i proizvodnja

Poslovnim modelima kojima promoviramo smanjenje stvaranja otpada, ali i recikliranje, te ponovno korištenje stvorenog, nastojimo učinkovito upravljati prirodnim resursima koje koristimo, smanjiti otpad od hrane koju prodajemo, a ujedno nastojimo educirati naše zaposlenike i kupce o pozitivnim praksama kupnje i prodaje.



SDG 13 Zaštita klime

Nastojimo smanjiti negativan utjecaj na klimu aktivnostima ciljanim na smanjenje onečišćenja. Ambalaža koju koristimo za vlastite proizvode je reciklabilna, a posjedujemo i pametne sustave hlađenja čime višak nastale topline koristimo za grijanje poslovnica. Dodatno, ulažemo u obnovljive izvore energije poput one dobivene iz fotonaponskih sustava.

Podrška i sudjelovanje u Svjetskom sporazumu Ujedinjenih naroda

Kaufland Hrvatska k.d. prepoznaje posebnu odgovornost u kontekstu održivog razvoja te se u svom svakodnevnom poslovanju zalaže za društveno, zdravstveno i ekološki osviješteno djelovanje, a svoj angažman u domeni održivosti čini transparentnim i prema javnosti.

Zbog toga su se početkom 2020. godine poduzeća Grupe Schwarz pridružila Svjetskom sporazumu Ujedinjenih naroda (UNGC), najvećoj i najvažnijoj svjetskoj inicijativi za odgovorno korporativno upravljanje. Na taj način su se obvezala da će se zajednički pridržavati deset univerzalnih načela

UNGC-a u sljedećim područjima: ljudska prava, društveni standardi, okoliš i borba protiv korupcije. Na taj način pružaju globalni okvir za zajednički i opsežan angažman u području održivosti koji se s godinama sve više razvijao.

Kao poduzeće Grupe Schwarz, Kaufland Hrvatska k.d. daje važan doprinos i već je proveo niz mjera za podršku načelima održivog globalnog gospodarstva.



03 NAŠI ZAPOSLENICI

NAŠI LJUDI, NAŠE VRIJEDNOSTI

Zajedno stvaramo poticajnu radnu okolinu u kojoj svaki pojedinac ima priliku rasti i razvijati se.

Ljudi su temelj uspješnog poslovanja Kauflanda. Rad, trud i angažman zaposlenika ključni su za uspješno postizanje ciljeva na razini cijelog poduzeća. Zajedno stvaramo poticajnu radnu okolinu u kojoj svaki pojedinac ima priliku rasti i razvijati se. Razvoj, edukacije, briga o zdravlju i promocija timskog rada ključni su za stvaranje

okruženja koje pruža mogućnosti obostranog rasta i razvoja. Vrijednosti koje Kaufland gaji i potiče nastojimo implementirati u poslovanje te smo iz tog razloga definirali kategorije načela za različite situacije, koja su dostupna svim zaposlenicima i kojima se moraju voditi.

Osnovna načela

Osnovna načela i dalje su temelj svakodnevne suradnje i ponašanja u poslovnica i svim ostalim poslovnim područjima. Ta načela čine temelj organizacijske kulture u Kauflandu, a njihovim

promoviranjem utječemo na kulturu u radnoj okolini te je održavamo na visokoj razini koja je norma u Kauflandu.

- Zadovoljstvo kupaca oblikuje naše aktivnosti
- 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

Tri organizacijske vrijednosti temelj su kojim se svi zaposlenici Kauflanda vode i koje su protkane kroz naše poslovanje na svim razinama, formiraju

ponašanje na internoj razini, definiraju našu kulturu, komunikaciju i odnos prema kupcima.

Učinkovitost

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

Snaga kojom unapređujemo dobre prakse i stvaramo nove vrijednosti. Dinamičnost podrazumijeva spremnost i sposobnost za promjenu te odlučno preuzimanje odgovornosti. Na taj način ostvarujemo sve što naumimo.



Pravednost

Počiva na poštovanju i uvažavanju. Uz povjerenje, pravednost je temelj na kojem gradimo međusobnu suradnju. Ona nam pomaže da dosljedno ostvarujemo ciljeve.



Naša načela rukovođenja kao obvezujuće obećanje našim zaposlenicima

Organizacijske vrijednosti Kauflanda na kojima se temelje međuodnosi unutar organizacije, objedinjeni su pod motom „Daj pet“. Njima se vode rukovoditelji prilikom interakcije sa ostalim zaposlenicima, kako bi im osigurali pristojno, kvalitetno i motivirajuće okruženje. Temeljne vrijednosti Kauflanda promiču se kroz poštovanje, zabavu i povjerenje. Kaufland sustavno ulaže u organizaciju različitih zajedničkih aktivnosti kojima se gradi povezanost između zaposlenika, stvaraju jače veze, razvija povjerenje i pruža pristup tehnikama za unaprjeđenje njih, njihovog poslovanja i cijelog tima.

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

Organizacijska kultura

Rad Kauflanda Hrvatska k.d. temelji se na jednakom postupanju i suradnji pod istim uvjetima, bez predrasuda i s poštovanjem različitosti naših zaposlenika.

Rukovoditelji trebaju biti primjer i u praksi živjeti vrijednosti. U svibnju 2022. godine, pokrenute su dvije razvojne radionice organizacijske kulture s ciljem okupljanja rukovoditelja, kojima je istaknuta njihova odgovornost u cjelokupnom značenju timske kulture. Edukacijom o načinu razmišljanja o važnosti timske kulture, mogućnostima vođenja tima i ispravne komunikacije nastojimo poboljšati međudnose i doći do bržeg ostvarivanja zajedničkih ciljeva. Ove radionice podržala je Uprava, odnosno njen predsjednik i četiri nadležna člana.

Koncept je u suradnji s Odjelom ljudskih potencijala Kauflanda u Hrvatskoj, kreirala edukacijska kuća, a njime se definiraju ključne vrijednosti sa svim rukovoditeljima. Vrijednosti su razrađene do razine konkretnih obrazaca ponašanja kako bi se omogućila njihova primjena u svakodnevnoj praksi. U prvom krugu programa sudjelovala je Uprava te srednji i viši menadžment, a obuhvaćena je tema organizacijskih vrijednosti i ponašanja koje zaposlenici Kauflanda primjenjuju u praksi. Odjeli koji su sudjelovali u ovome krugu bili su Centralne službe, Nabava, Prodaja, Upravljanje lancem opskrbe, Financije i administracija, Ljudski potencijali, Korporativne komunikacije i Logistika.

U drugom krugu sudjelovali su rukovoditelji ostalih razina, kao što su voditelji svih poslovnica i službi u Logistici. U zadnjem krugu sudjelovali su zaposlenici na suradničkim razinama. Važno je napomenuti da su radionice bile prilagođene svakoj vrsti poslovanja, te su za operativnu prodaju i logistiku zbog njihove prirode posla i smjenskog rada, provedene na skraćen način.

Tijekom radionica, postavljena su pitanja Upravi i rukovoditeljima o mogućnostima razvoja i unaprjeđenju poslovanja, ciljevima unaprjeđenja i koristima koje Kaufland kao organizacija, zaposlenici, kupci, dobavljači i zajednica mogu imati od ostvarenja tih ciljeva. Na radionicama se nastojao postići dogovor o načinu suradnje koji će biti ključan u daljnjem radu u Kauflandu i u provođenju timske kulture kroz povjerenje, poštovanje i zabavu. Radionica je uključivala i razne vrste aktivnosti kojima se radilo na povezivanju i učvršćivanju međuljudskih odnosa, poput timskog kuhanja. Na kraju radionice voditelji su utvrdili trenutne metrike vrijednosti koje su prisutne u kulturi Kauflanda te njihovu važnost za daljnji razvoj pojedinaca i poduzeća. Svaki zaposlenik je odlučio koje će vrijednosti tek početi živjeti, koje će nastaviti i s kojima će prestati.

Ovime su zaposlenici dali svoje obećanje da će kontinuirano raditi na unaprjeđenju kulture tima u svakoj Kaufland poslovnici.

Rad na organizacijskim vrijednostima tima Kauflanda u Hrvatskoj planiramo nastaviti u 2024. godini, tijekom koje ćemo harmonizirati naše vrijednosti s novim organizacijskim vrijednostima poduzeća Grupe Schwarz.

Rad Kauflanda Hrvatska k.d. temelji se na jednakom postupanju i suradnji pod istim uvjetima, bez predrasuda i s poštovanjem različitosti naših zaposlenika. Različite osobnosti zaposlenika prepoznate su kao dodana vrijednost te se koriste za uspješan zajednički razvoj, bez obzira na društveno porijeklo, uvjerenja, spol, seksualnu orijentaciju, etnicitet, invaliditet, dob i sl. Kako bismo podržali raznolikost, svim našim zaposlenicima nudimo brojne mjere i inicijative usmjerene na ravnotežu privatnog i poslovnog života te jednake mogućnosti, kako za razvoj karijere, tako i za osobni.

Kaufland Hrvatska k.d. nema potpisan Kolektivni ugovor, ali ima utemeljeno Radničko vijeće s kojim poslodavac redovito komunicira te ga u zakonom predviđenim rokovima izvještava o

aktualnim temama i promjenama. Radničko vijeće se informira o bitnim poslovnim odlukama, a sve upite socijalnih partnera poslodavac razmatra i na njih odgovara te ih nakon provjere upita i zahtjeva informira o zaključcima i donesenim mjerama.

Svoje vrijednosti komuniciramo i kroz naše ustaljene komunikacijske kanale kao što su MS Teams, Connect portal, Connect aplikacija koja je dostupna svim zaposlenicima, kao i oglasne ploče, dostupne primarno zaposlenicima poslovnica i Logistike.

Svim zaposlenicima dostupni su i žalbeni mehanizmi kojima se mogu koristiti ukoliko smatraju da su njihova prava povrijeđena. Tijekom izvještajnog razdoblja preko ovih mehanizama zaprimili smo tri prijave o diskriminaciji. U sva tri slučaja nije utvrđena osnovanost prijave, a jedan je još aktivan. Svi zaposlenici jednom u dvije godine imaju obvezu proći online trening pod nazivom Suzbijanje diskriminacije. Tri inačice ovog tečaja prilagođene su različitim odjelima - Centrala, Prodaja i Logistika, zbog načina dodjele ciljanoj skupini. Postotak prikazan u tablici ukazuje na postotak riješenosti tečaja za određenu poslovnu godinu.

Definirane vrijednosti:



Vrijednosti organizacijske kulture Kauflanda u Hrvatskoj

Edukacije na temu zaštite ljudskih prava

TRENINZI	Ukupno dodijeljeno	Ukupno završeno	Ukupno prekoračeno	Postotak riješenosti	Ukupno sati
2022.	1.472	1.464	8	99,5 %	292,8
2023.	1.452	1.452	0	100 %	290,4

Tročlana komisija za zaštitu dostojanstva oformljena je kako bi se brinula za zaštitu dostojanstva radnika i ovlaštena je primati i rješavati pritužbe vezane uz ovu temu. Na ovaj način brinemo se o dostojanstvu naših radnika i omogućavamo im da prijave sve nepravilnosti koje su osobno osjetili ili su primijetili u poslovanju. S druge strane, ukoliko imaju prijedloge za daljnji rast i osobni ili organizacijski razvoj, mogu se obratiti Radničkom vijeću s kojim se kontinuirano komunicira i surađuje, ili izravno poslodavcu.

U 2021. godini Kaufland Hrvatska k.d. je pokrenuo proces procjene i analize aktualnih poslovnih

praksi i postao dijelom MAMFORCE međunarodne zajednice. Standard MAMFORCE dobiva se prolaskom audita koji evaluira postojeće poslovne prakse, ali i iskustvo rada i zadovoljstvo zaposlenih u kompaniji. Ovaj standard znak je kvalitete organizacije koja je izvršna u domeni obiteljske odgovornosti i rodne ravnopravnosti. Postupak ponovne certifikacije proveden je ponovno u 2023. godini. U istoj smo godini ponovno pokrenuli i program „Najkolega“ u kojem zaposlenici nominiraju svoje NAJKolegice i NAJKolege, a pobjednici su postali ambasadori Brige za zaposlenike u svojim organizacijskim jedinicama.

Ambasadori održivosti

Svi želimo živjeti na netaknutoj planeti. Zato se veliki broj naših zaposlenika bavi se različitim područjima – okoliš, zdrava prehrana, klima ili zajednica. Naš zajednički cilj je učiniti svijet boljim mjestom za život.

2023. godine pozvali smo kolegice i kolege iz svih odjela da žive održivost i postanu njezini ambasadori.

Četvero kolega pokazalo je kako primjenjuju održivost na poslu i kod kuće.



Sastav zaposlenika*

3.171 zaposlenika u 2023.



30 % Muškarci **70 % Žene**

*u izračunu nisu uključeni zaposlenici koji su duže odsutni (npr. zaposlenici na roditeljskom dopustu).

Ukupan sastav zaposlenika

ZAPOSLENICI	2021.	2022.	2023.
Ukupno	2.974	3.190	3.171
SPOL	2021.	2022.	2023.
Žene	2.083	2.208	2.216
Muškarci	891	982	955
Drugi	0	0	0
DOB	2021.	2022.	2023.
< 30 godina	625	731	727
30 - 50 godina	1.813	1.900	1.852
> 50 godina	509	559	592

Ukupan sastav srednjeg i operativnog menadžmenta

MENADŽMENT	2021.	2022.	2023.
Žene	126	134	135
Muškarci	134	141	142
Drugi	0	0	0
MENADŽMENT	2021.	2022.	2023.
< 30 godina	25	21	26
30 - 50 godina	205	222	217
> 50 godina	30	32	34
Ukupno	260	275	277

Ukupan sastav višeg menadžmenta

VIŠI MENADŽMENT	2021.	2022.	2023.
Žene	1	1	1
Muškarci	2	2	3
Drugi	0	0	0
VIŠI MENADŽMENT	2021.	2022.	2023.
< 30 godina	-	-	0
30 - 50 godina	3	3	4
> 50 godina	-	-	0
Ukupno	3	3	4

Ukupan sastav najvišeg menadžmenta

UPRAVA	2021.	2022.	2023.
Žene	0	0	0
Muškarci	4	4	5
Drugi	0	0	0
UPRAVA	2021.	2022.	2023.
< 30 godina	-	-	0
30 - 50 godina	4	4	5
> 50 godina	-	-	0
Ukupno	4	4	5

Radna snaga

RADNA SNAGA	2021.	2022.	2023.
Agencijski radnici (broj)	4	3	5
Udio agencijskih radnika u ukupnoj radnoj snazi (%)	0,1%	0,1%	0,2%
DRUGE VRSTE ZAPOSLENIKA	2021.	2022.	2023.
Studenti (broj)	165	167	213
Udio studenata u ukupnoj radnoj snazi (%)	5,1%	4,8%	6,2%
Drugi	4	6	6
Udio drugih pozicija	0,1%	0,1%	0,1%

Fluktuacija

Dolasci

DOB	2021.	2022.	2023.
< 30 godina	362	569	529
30-50 godina	263	419	364
> 50 godina	31	93	58
SPOL	2021.	2022.	2023.
Žene	397	604	560
Muškarci	259	477	391
Drugi	0	0	0

Odlasci

DOB	2021.	2022.	2023.
< 30 godina	263	358	391
30-50 godina	342	404	403
> 50 godina	37	77	63
SPOL	2021.	2022.	2023.
Žene	383	468	462
Muškarci	259	371	395
Drugi	0	0	0

Ugovori

UGOVORI NA ODREĐENO	2021.	2022.	2023.
Žene	62	122	54
Muškarci	20	49	34
Drugi	0	0	0
Ukupno	82	171	88
UGOVORI NA NEODREĐENO	2021.	2022.	2023.
Žene	2.021	2.086	2.162
Muškarci	871	933	921
Drugi	0	0	0
Ukupno	2.892	3.019	3.083

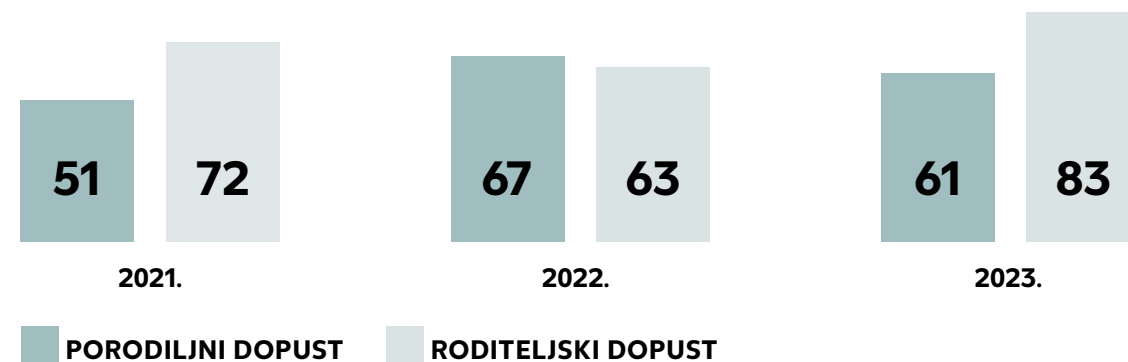


RAVNOTEŽA PRIVATNOG I POSLOVNOG ŽIVOTA

Kaufland nastoji svojim zaposlenicima omogućiti sve povlastice koje su im potrebne te koje im mogu povećati kvalitetu života. Svijest o sve većoj potrebi za alternativnim oblicima rada usmjerila je razvoj velikog dijela novih benefita upravo u smjeru pružanja veće ravnoteže između poslovnog i privatnog života. Tako od netipičnih oblika rada pružamo prilike kao što su: Flexi roditelj (inicijativa kojom je prvih mjesec dana nakon povratka s roditeljskog dopusta zaposlenicima omogućen

rad od 50 % do 75 % radnog vremena), rad umirovljenika, rad na nepuno radno vrijeme (od 20 do 30 sati tjedno) i rad na izdvojenom radnom mjestu (za zaposlenike koji rade na uredskim radnim mjestima). Kaufland Hrvatska k.d. trenutno radi na uvođenju novih modela rada. Nastojimo kreirati radne uvjete koji će zaposlenicima olakšati povratak na radno mjesto i pomoći da lakše usklade svoje privatne i poslovne obaveze.

Zaposlenici koji su koristili porodiljni ili roditeljski dopust



UKUPAN BROJ ZAPOSLENIKA KOJI JE KORISTIO PRAVO NA PORODILJNI I RODITELJSKI DOPUST	2021.	2022.	2023.
Muškarci	19	18	17
Žene	206	192	214
Ukupno	225	210	231

Dodatno, kada je riječ o pogodnostima koje nudimo našim zaposlenicima, postoje razni oblici novčanih i nenovčanih naknada i poticaja. Omogućujemo korištenje Multisport kartice, pravo na godišnji odmor iznad zakonskog minimuma koji ovisi o karakteristikama samog zaposlenika (radni staž, obiteljska situacija i drugo), plaćeni dopust i slobodan dan za prvašiče osigurani su

za zaposlenike na puno i nepuno radno vrijeme u jednakom obimu. Nudimo božićni poklon paket, paket za sv. Nikolu za djecu, zdrave poklon pakete, simboličan dar za rođendan, božićnicu i uskršnicu koje se uplaćuju na poklon bon za kupnju u Kaufland trgovinama, te puni iznos troškova prijevoza. Svi zaposlenici koji imaju neprekinuti radni staž unutar Grupe Schwarz duži od pet

UKUPAN BROJ ZAPOSLENIKA KOJI SE VRATIO NA POSAO NAKON ZAVRŠENOG PORODILJNOG ILI RODITELJSKOG DOPUSTA	2021.	2022.	2023.
Muškarci	19	17	17
Žene	202	187	210
Ukupno	221	204	227
	98%	97%	98%

godina imaju mogućnost korištenja sabbaticala, odnosno neplaćenog dopusta, u trajanju od jednog, dva ili tri mjeseca. Elektroničkim praćenjem radnog vremena, zaposlenicima na nerukovodećim radnim pozicijama omogućujemo adekvatno i pravedno isplaćivanje plaća za obavljene rad.

Neke su pogodnosti određene proporcionalnim iznosima prema ugovorenom radnom vremenu, kao što su naknada za prehranu, nagrada za radne rezultate i regres, te sama ugovorena bruto plaća.

U Kauflandu iznimno cijenimo rad naših zaposlenika. Prema tome, cijeli prekovremeni rad je također reguliran i adekvatno se nadoknađuje zaposlenicima. Način na koji se tretiraju prekovremeni sati djelomično ovisi o tome je li zaposlenik na nerukovodećoj poziciji, pri čemu zaposlenici radno vrijeme evidentiraju na terminalu za radno vrijeme, ili na rukovodećoj poziciji, u kojem slučaju je stupanj samostalnosti pri utvrđivanju svojeg radnog vremena veći.

Na nerukovodećim radnim mjestima svaka minuta prekovremenog rada se prati i za nju se, novčanom isplatom ili dodjelom slobodnog vremena, prikladno nadoknađuje. Zaposlenici poslovnica i logistike imaju nejednaki raspored radnog vremena kroz period od 12 mjeseci, o čemu su obaviješteni 7 do 10 dana unaprijed na oglasnim

pločama. Prekovremeni rad nalaže se isključivo u slučaju prijekne potrebe i povećanog opsega posla. Međutim zbog nejednakog rasporeda radnog vremena zaposlenici u poslovnicama i logistici mogu raditi dulje ili kraće od ugovorenog. U tom slučaju, ako je zaposlenik premašio deset sati rada isplaćuje mu se naknada. Za manjak sati nema ograničenja i zaposlenik je na mjesečnoj razini plaćen u skladu s ugovorom. Nakon isteka perioda nejednakog rasporeda radnog vremena sav višak sati se isplaćuje kao prekovremeni rad, a sav manjak se svodi na nulu.

U slučaju da zaposlenici Centrale zbog potrebe posla ostaju dulje od ugovorenog radnog vremena na poslu, svaka odrađena minuta je evidentirana i nadoknađena.

Kako bismo pratili zadovoljstvo naših zaposlenika, Kaufland provodi ispitivanje mišljenja zaposlenika PULS anketom. Zadnje ispitivanje provedeno je u jesen 2023. godine, a na anketu se odazvalo 69 % zaposlenika, što je 18 % više od prosjeka cijele Grupe Kaufland. Sudjelovanje u ispitivanju je dobrovoljno, anonimno te omogućava uvid u stanje i zadovoljstvo zaposlenika, a značajno pomaže prilikom poboljšanja postojećih i implementaciji i strukturiranju novih aktivnosti, programa i inicijativa za poboljšanje zadovoljstva u poduzeću.

Kako bismo pratili zadovoljstvo naših zaposlenika, Kaufland provodi ispitivanje mišljenja zaposlenika PULS anketom.

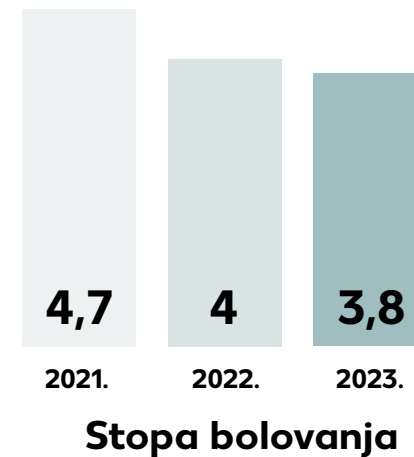


ZDRAVLJE I SIGURNOST ZAPOSLENIKA

Zdravlje zaposlenika

Zdravlje zaposlenika od primarne je važnosti u Kauflandu. Kontinuiran rad na promicanju kulture zdravlja i sigurnosti područje je u koje se ulažu veliki napor. Funkcija unutar Sektora ljudskih potencijala pod nazivom „Briga za zaposlenike“, unutar koje posebno formirana podfunkcija Predstavnik za zaposlenike služi upravo za kontinuirano jačanje organizacijskih vrijednosti i načela rukovođenja u organizaciji kroz razgovore sa zaposlenicima. Predstavnici za zaposlenike djeluju kao neutralni, neovisni sugovornici kojima se zaposlenici u svakom trenutku mogu obratiti s povjerenjem vezano uz procese rada, suradnju u svom timu, radne uvjete, načela rukovođenja i organizacijske vrijednosti. Ljudski potencijali, na godišnjoj razini definiraju budžet i ostale pogodnosti koje će se ponuditi zaposlenicima u različitim poslovnim područjima. Sustav upravljanja zdravljem kojim se vodimo još od 2019. godine je ISO 45001, a obuhvaća područje zaštite na radu svih zaposlenika i trećih osoba. Dodatno, Kaufland se vodi raznim internim standardima Grupe Schwarz, koja često nadilaze minimalne zakonske obveze. Svake godine definiramo ciljeve u području upravljanja sigurnošću i zdravljem, koji se prate tijekom godine, a uspješnost provođenja se ocjenjuje. Rezultati se prenose Upravi te internim kanalima komunikacije.

Odjel korporativne sigurnosti, odnosno stručnjaci zaštite na radu, četiri puta godišnje u svim poslovnicama Kauflanda te dva puta godišnje u logističko-distributivnom centru Jastrebarsko i zgradi Uprave provode proces nadzora opasnosti i rizika prikupljanjem i analizom podataka o ozljedama i nezgodama na radu. Osobe koje provode ovu analizu su stručnjaci zaštite na



radu koji redovno pohađaju seminare propisane zakonskim i podzakonskim aktima za unaprjeđenje svoje stručnosti. Dodatno, odgovorne osobe na svim našim lokacijama provode dokumentirane mjesečne sigurnosno tehničke obiliske kako bi se osigurala sigurnost i zdravstvena zaštita na radu. Od stručnjaka ili savjetnika za upravljanje zdravljem zaposlen je zakonski propisan broj stručnjaka zaštite na radu, kojih je trenutno osam. Ukoliko zaposlenici primijete neispravnosti ili nepravilnosti vezano za pitanja zdravlja i sigurnosti, takve situacije mogu prijaviti žalbenim mehanizmima. Svakih šest mjeseci prije održavanja sjednice Odbora zaštite na radu prikupljaju se podatci povjerenika radnika za zaštitu na radu te se ove informacije prilažu odboru. Na Odboru zaštite na radu sudjeluju poslodavac ili njegov ovlaštenik, stručnjak zaštite na radu, specijalist medicine rada te povjerenik radnika za zaštitu na radu.

Kaufland kontinuirano radi na poboljšanju procesa i aktivnosti, kako bi ih optimizirao i pružao sigurne radne uvjete svojim zaposlenicima.

Kaufland Hrvatska k.d. je nositelj certifikata „Tvrtka prijatelj zdravlja“. U sklopu certifikacije potvrđena su ulaganja u zdravlje zaposlenika različitim inicijativama te zdravim radnim uvjetima. Kao dio procesa certifikacije u Centrali i Logistici organizirane su zdrave akcije tijekom kojih su zaposlenici mogli proći nekoliko zdravih stanica u kojima su provjeravali svoje zdravstveno stanje (mjerenje tlaka, mjerenje težine i razine šećera u krvi i slično). Nizom aktivnosti nastoji se osvijestiti i promovirati važnost zdravlja među zaposlenicima. Organiziran je i „Dan zdravlja“ koji je uključivao radionice na temu zdrave prehrane, tjelesne aktivnosti i drugih tema. Svim zaposlenicima nudi se mogućnost sudjelovanja na radionicama i predavanjima koja se bave upravo ovim pitanjem i to u sklopu radnog vremena. Svi zaposlenici

kao poticaj dobivaju tzv. zdrave poklone poput paketića za jačanje imuniteta, boca za vodu, termo torbi s kutijom za ručak i brošurama sa zdravim receptima.

Implementiran je projekt „Sportski izazov“ kojim se među svim zaposlenicima nastoji potaknuti navika o kretanju i osvještavanju fizičke aktivnosti kao važnog kriterija zdravog života. Ovaj izazov, u trajanju od mjesec dana, za cilj je imao sakupljanje što većeg broja koraka, a najboljim sudionicima uručene su nagrade.

Tvrtka je svjesna važnosti zblizavanja zaposlenika u njihovim timovima i u manje formalnim prilikama pa se zato dva puta godišnje organiziraju druženja zaposlenika o trošku poslodavca.

Upravljanje rizicima i negativnim utjecajima na zdravlje

U procjeni rizika na zdravlje zaposlenika, ali i razvoju mjera za njihovo ublažavanje, sudjeluju ugovorene zdravstvene službe, odnosno medicina rada. Briga o mentalnom zdravlju jednako je važna kao i briga o fizičkom zdravlju. Kaufland je toga svjestan te je tim povodom nastavljen suradnja s platformom za psihološko savjetovanje, pri čemu se pokrivaju troškovi psihološkog savjetovanja

za zaposlenike koje su na platformu uputili predstavnici zaposlenika. Za sve rukovoditelje visokog menadžmenta osigurani su specijalistički sistematski pregledi, a zaposlenicima su, u skladu sa zakonskim okvirom, omogućeni plaćeni zdravstveni pregledi u periodima koje predviđa zakonodavac.



Rizike koje susrećemo u našem poslovanju nastojimo pažljivo pratiti, te provodimo konkretne mjere kojima ih uklanjamo, smanjujemo u najvećoj mogućoj mjeri i sprječavamo njihovo pojavljivanje u budućnosti.

1. Mikroklima u rashladnim komorama može imati negativan utjecaj na zaposlenike koji rade u ovim uvjetima, zbog čega nastojimo kontinuirano ulagati u najkvalitetniju zaštitnu opremu. Također, uveli smo mjere kojima nastojimo ograničiti vrijeme provedeno u ovim uvjetima do 20 minuta jednokratno, a u slučaju većeg radnog opterećenja potiče se da rad obavlja više osoba
2. Dinamičan rad (dizanje, nošenje tereta i fizički oblici rada) svojstven je našoj vrsti poslovanja. U svim trgovinama Kauflanda zaposlenicima su dostupni ručni i električni viličari kao ispomoć prilikom rada. Voditelji i zaposlene redovito se educira da je poželjno da teškim teretom, kad težina prelazi 15 kg za žene, odnosno 25 kg za muškarce, manipuliraju barem dvije osobe. Slikovne upute koje pokazuju pravilno podizanje, kretanje i manevriranje ovakvom vrstom tereta dostupne su našim zaposlenicima.
3. Psihološki stres na radnom mjestu može imati razne uzroke - rad s kupcima, visok ritam rada za vrijeme gužvi, ali i odgovornost za zaposlenike i imovinu neki su od čimbenika

koji mu mogu doprinijeti. Odlukom Uprave 2016. godine uveli smo petodnevni radni tjedan čime smo nastojali smanjiti psihofiziološke napore naših zaposlenika i omogućiti im više slobodnog vremena za odmor. Zdravim poklon paketima koje uručujemo zaposlenicima nastojimo ih poticati na zdravu prehranu, a promoviramo i bavljenje sportskim aktivnostima. Također, rukovoditelji potičemo da razvijaju otvorenu komunikaciju sa zaposlenicima kako bi na vrijeme uočili znakove stresa kod zaposlenika i pravovremeno reagirali.

4. Dugotrajno provođenje vremena u radu s računalima također može biti štetno za zaposlenike koji veći broj sati provode na ovaj način zbog opisa posla. Kao preventivna mjera za zaposlenike koji na ovaj način rade više od četiri sata potičemo stanke od pet minuta svakih sat vremena i redovne vježbe rasterećenja.

Predstavnici za zaposlenike uvijek su na raspolaganju, a interakcije su anonimne kako bi se zaposlenici osjećali sigurno raspravljati o bilo kojoj temi. Dodatno, se nadziru i nerutinske poslovne aktivnosti radnika koji nisu zaposlenici, ali čiji rad nadzire organizacija kroz razne i redovne revizije nad naručenim radovima.



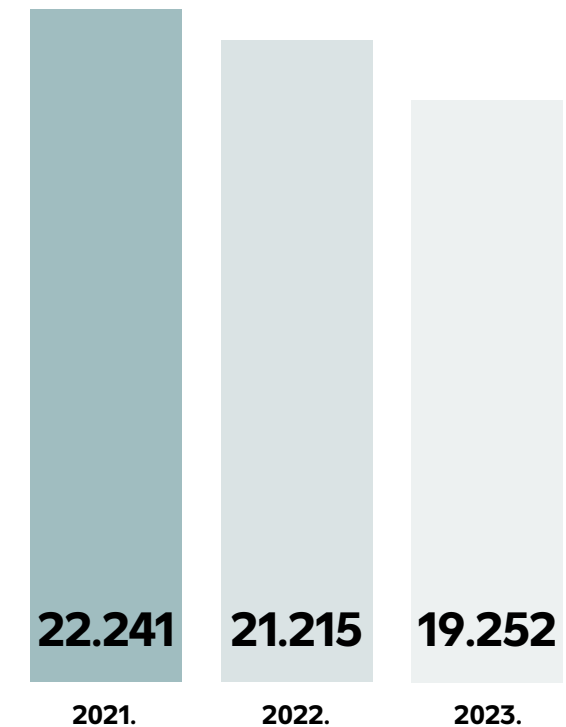
Ozljede na radu

Svaka ozljeda prijavljuje se Odjelu korporativne sigurnosti putem Kriznog menadžmenta. Korporativna sigurnost zatim provodi 5W1H analizu dobivene ozljede na radu, te definira adekvatnu korektivnu mjeru kako bi se opasnost ponavljanja umanjila u najvećoj mogućoj mjeri. Najčešći uzroci ozljeda na radu su poskliznuća, spoticanja i padovi u istoj razini, ozljede nastale u kontaktu s električnim viličarima te oštrim predmetima. U lipnju 2023. dogodila se tragična nesreća u kojoj je smrtno stradala osoba. Detalji se iz pravnih razloga ne mogu iznositi.

Redovito pratimo pozitivne i u praksi provjerene primjere pravila zaštite na radu za smanjivanje rizika te ih implementiramo u naše procese rada.

U sklopu zaštite na radu poštuju se svi zakonski okviri za osposobljavanje i obuku. Preko K-Portala provode se tečajevi u ovoj domeni za sve zaposlenike:

- za izvanredne situacije (prva pomoć, evakuacija, požar)
- za ovlaštenike poslodavca i povjerenike zaposlenika iz područja zaštite na radu
- za rukovatelje električnim/plinskim viličarom
- za rad s opasnim kemikalijama
- edukacije zaposlenika za pružanje prve pomoći
- za domare iz područja kontrole sigurnosno-tehničkih sustava i radne opreme
- za zaposlenike, za poslove vezane uz zaštitu na radu
- pohađanje higijenskog minimuma



Broj izgubljenih radnih sati

	2021	2022	2023
Teške nezgode ¹⁾	4	5	6
Ozljede ²⁾	77	85	110
Stopa ozljeda	28,1	29,0	36,6

¹⁾ Teškim nezgodama smatraju se ozljede od kojih se osobe nisu oporavile ili su izbivale dulje od 6 mjeseci.

²⁾ Broj ozljeda pokazuje apsolutni broj ozljeda uključujući teške nesreće i smrtno slučajevne (isključene su ozljede pri putovanju na posao). Stopa nesreća označava broj ozljeda na 1000 zaposlenika s punim radnim vremenom.

RAZVOJ ZAPOSLENIKA

Edukacijom su obuhvaćeni svi zaposlenici, a edukacijske metode razlikuju se ovisno o zahtjevima radnog mjesta zaposlenika.

Razvoj zaposlenika ključan je za postizanje najboljeg mogućeg stupnja kvalitetnog poslovanja i konačnog postizanja ciljeva u Kauflandu. Razvoj zaposlenika iznimno je važna tema u Kauflandu te kontinuirano radimo na tome da zaposlenicima pružimo kvalitetne i ciljne edukacije i razvojne programe usmjerene na profesionalni razvoj i stjecanje vještina i kompetencija potrebnih za uspješno savladavanje radnih zadataka te ostvarivanje poslovnih ciljeva.

U Kauflandu su detaljno razrađene procedure i politike za upravljanje područjem profesionalnog razvoja. Unutar Ljudskih potencijala Služba razvoja i školovanja brine o provedbi procesa iz domene profesionalnog razvoja te edukacije zaposlenika. ARIS smjernice, interne smjernice koje daju detaljni prikaz pojedinih procesa te odgovornosti u sklopu procesa, služe kao podloga procesima usmjerenim na edukaciju i razvoj zaposlenika. Trenutno je aktualnih 15 ARIS smjernica koje reguliraju ovo područje djelovanja što govori o važnosti ove teme na razini cijele organizacije te sveobuhvatnosti pristupa razvoju zaposlenika i njihovih potencijala.

Kako bi se postavio čvrsti temelj za razvoj zaposlenika te njihovih potencijala, u Kauflandu je razvijeno strukturirano uhdavanje za sve nove zaposlenike, kako one koji su eksterno zaposleni tako i one koji su interno promovirani. Proces uhdavanja započinje prvog radnog dana, kada se zaposleniku uručuje plan uhdavanja kojim Kaufland osigurava osposobljavanje zaposlenika za uspješno preuzimanje radnih zadataka. U operativnoj prodaji proces uhdavanja je u potpunosti digitaliziran te se odvija putem K-portala za edukaciju. Na ovaj način Kaufland osigurava čvrste temelje za uspješno preuzimanje radnih zadataka nakon perioda uhdavanja te sprječava ranu fluktuaciju zaposlenika.

Nakon uspješnog uhdavanja te po isteku probnog roka, zaposlenike se uključuje i u daljnje edukacijske i razvojne mjere i inicijative. Ovisno o poziciji i potrebama radnog mjesta zaposlenicima su dostupne različite interne i eksterne edukacije, na K-portalu za edukaciju, učioničke edukacije te učenje stranog jezika. Na K-portalu zaposlenicima je dostupan niz online tečajeva. Edukacije za svakog zaposlenika planiraju se za poslovnu godinu, u dogovoru s rukovoditeljem, a na osnovu ponuđenih edukacija u katalogu školovanja. Rukovoditelji su skupina od posebne važnosti te Kaufland kontinuirano i ciljano ulaže u razvoj njihovih rukovoditeljskih kompetencija. Sukladno tome rukovoditelji se, ovisno o njihovoj hijerarhijskoj razini, automatski uključuju u niz obaveznih razvojnih programa i edukacija koje organizira Služba razvoja i školovanja. Dodatno, rukovoditeljima na raspolaganju stoji i niz opcionalnih edukacija kojima je cilj osnažiti ih u rukovoditeljskoj ulozi kako bi aktivno mogli graditi uspješne timove te oživotvoriti organizacijske vrijednosti poduzeća. Katalog školovanja interni je dokument s detaljnom ponudom edukacijskih i razvojnih mogućnosti koje stoje na raspolaganju zaposlenicima. Dodatno je rukovoditeljima na raspolaganju i Katalog razvojnih mjera na radnom mjestu koji služi za planiranje razvojnih mjera koje se odvijaju na samom radnom mjestu te kao takve imaju najveći utjecaj na razvoj poslovnih kompetencija i vještina. U izvještajnom razdoblju se politika za upravljanje ovim područjem nije mijenjala.

Kako bi kvaliteta edukacija koje nudimo ostala na visokoj razini, od sudionika edukacijskih sadržaja i programa kontinuirano se prikupljaju povratne informacije o zadovoljstvu i kvaliteti edukacija i programa. Proces prikupljanja povratnih informacija je digitaliziran te se odvija putem K-portala za edukaciju. Povratne informacije prikupljaju se nakon svake održane edukacije, radionice i edukacijske inicijative. Evaluacije

se analiziraju na mjesečnoj razini, a sukladno povratnim informacijama rade se preinake u katalogu školovanja te odabiru trenera za suradnju. Ovo područje ispituje se i u sklopu PULS ankete, u kojem se zaposlenike ispituje i o zadovoljstvu prilikama za razvoj unutar kompanije.

Edukacijom su obuhvaćeni svi zaposlenici, a edukacijske metode razlikuju se ovisno o zahtjevima radnog mjesta zaposlenika. Na K-portalu za edukaciju zaposlenicima se dodjeljuju obavezni edukacijski sadržaji te programi uhdavanja u operativnoj prodaji i

logistici. Dodatno, zaposlenicima u Centrali na raspolaganju stoje i učioničke edukacije koje su usmjerene na razvoj kompetencija nužnih za razvoj vještina potrebnih za uspješan rad na uredskim radnim mjestima. Stručnjacima i specijalistima na raspolaganju je i eksterni *coaching* kao razvojna mjera.

U ovogodišnjem izvještaju o održivosti korištena je druga metodologija za izračun broja zaposlenika u odnosu na prethodno objavljeni izvještaj o održivosti.

PROSJEČAN BROJ SATI EDUKACIJE PO ZAPOSLENIKU	2021.	2022.	2023.
Prosječno	32,8	35,7	38,3
Ukupno	94.704,8	109.477,8	119.432,8
Ukupan broj zaposlenika	2.889	3.066	3.118

PODJELA PO POSLOVNIM PODRUČJIMA (BROJ SATI)	2021.	2022.	2023.	
Logistika	Prosječno	10,3	17,7	21,1
	Ukupno	2.965,2	5.801,6	6.617,9
Centrala	Prosječno	48,9	52,7	48,8
	Ukupno	18.122,7	21.060,2	19.901,9
Prodaja	Prosječno	33,0	35,4	38,8
	Ukupno	73.617,0	82.616,0	92.913,0

BROJ ZAPOSLENIKA PO PODRUČJIMA*	2021.	2022.	2023.
Centrala	371	400	408
EUN	289	328	313
Poslovnice	2.228	2.338	2.397
Ukupno	2.889	3.066	3.118

* Uključen je samo prosječni broj zaposlenika u godini, bez onih na dugotrajnom odsustvu

PROSJEČAN BROJ SATI EDUKACIJE PO SPOLU	2021.	2022.	2023.
Muškarci	35,8	40,0	47,7
Žene	31,5	33,8	34,2

PODJELA PO HIJERARHIJI (BROJ SATI)	2021.	2022.	2023.
Top menadžment i viši menadžment	Prosječno 7,8 Ukupno 62,2	56,5 395,7	64,3 578,8
Srednji i operativni menadžment	Prosječno 73,7 Ukupno 18.709,0	121,4 32.301,9	142,5 39.045,9
Nerukovodeće pozicije	Prosječno 28,9 Ukupno 75.933,6	27,5 76.780,2	28,1 79.808,0

BROJ ZAPOSLENIKA PREMA KATEGORIJAMA	2021.	2022.	2023.
Top i viši menadžment	8	7	9
Srednji i operativni menadžment	254	266	274
Nerukovodeće pozicije	2.627	2.792	2.836
Ukupno	2.889	3.066	3.118

Ključno za napredak i zadovoljstvo zaposlenika je i osiguravanje adekvatnih plaća kako bi bili motivirani te kako bi im se osigurala kvaliteta životnog standarda. U Kauflandu se minimalno jednom godišnje provjerava sustav plaća i benefita zaposlenika te ih se uspoređuje s plaćama na tržištu. Zadnja analiza provedena je krajem 2023. godine te je od 1. siječnja 2024. povećana plaća gotovo svim zaposlenicima.

Kako bi se osiguralo pravedno plaćanje, radna mjesta u Kauflandu sistematizirana su s tri definirana poslovna područja: Centrala, Prodaja

i Logistika te tri razine radnih mjesta u svakom području.

Sukladno ovoj sistematizaciji definirane su i plaće za svaku razinu radnog mjesta, kojima osiguravamo svakom zaposleniku na istoj razini radnog mjesta jednaku plaću. Razlika postoji u poslovnom području prodaje gdje Kaufland ima definirane tri kategorije poslovnica (LM – Landmarkt, SM – Stadmarkt i Zagreb, Istra i Kvarner), o kojima također ovisi visina plaće.



Plaće su definirane u više stupnjeva pri čemu zaposlenici na nerukovodećim razinama imaju dva stupnja plaće (ulazna plaća i funkcijska plaća). Funkcijska plaća je definirana ugovorom o radu i nastupa nakon 12 mjeseci rada na istoj poziciji, a taj period se produljuje ukoliko je zaposlenik u periodu od tih godinu dana bio odsutan dulje od tri mjeseca.

Za rukovodeća radna mjesta poslodavac je definirao četiri stupnja plaće koji prvotno raste nakon 12 mjeseci rada, uz prethodno odobrenje direktnog i disciplinskog nadređenog. Odobravanje sljedećeg stupnja plaće ovisi o radnim rezultatima.

Poslodavac prati uspješnost provedbe jednakosti plaća između muškaraca i žena te stoga provodi analizu razlika plaće između muškaraca i žena.

Kaufland već jest ispod 5% razlike u plaćama što je propisano EU smjernicama o transparentnosti plaća od 2026., a razlika se kontinuirano smanjivala u posljednje 3 godine.

Kaufland je u izvještajnom razdoblju dobio certifikat Equal Pay od Selectio grupe, čime je Kaufland, zajedno s ostalim "Equal Pay Champion" jednakih plaća, istaknut kao predvodnik uvođenja prakse jednakih plaća, ambasador ravnopravnosti i jednakosti te predstavnik organizacija koje razumiju razvoj takvih praksi kao nadogradnju na transparentnu, uključivu i otvorenu organizacijsku kulturu.

Ravnopravnost, osim u plaćama, promoviramo i na rukovodećim pozicijama. Tako je u Kauflandu na području vodstva postignuta ravnoteža. Više od polovice rukovodećih pozicija u kompaniji drže žene, što je trend koji će se nastaviti promicati u

budućnosti radi ojačanja jednakih profesionalnih mogućnosti.

U izvještajnom razdoblju započeto je i djelomično provedeno nekoliko novih razvojnih inicijativa i projekata. U 2022. godini uveden je 360 stupnjeva feedback kao alat te razvojna mjera. Proces je u potpunosti digitaliziran. Na ovaj način zaposlenici primaju povratne informacije o svom radu i suradnji od svojeg direktnog rukovoditelja, suradnika i kolega te kroz samoprocjenu. Ove povratne informacije anonimne su te služe kao podloga za razgovor s internim konzultantom ljudskih potencijala tijekom kojega sudionik definira relevantne razvojne mjere te ih naknadno usklađuje sa svojim izravnim rukovoditeljem. 360 stupnjeva feedback proces stoji na raspolaganju kao razvojna mjera za zaposlenike na rukovoditeljskim pozicijama u Kauflandu. Pokreće se sukladno individualnim razvojnim potrebama i ciljevima koje zaposlenik usklađuje s rukovoditeljem.

Proces upravljanja talentima provodi se jednom godišnje u svrhu procjene radnog učinka i razvojnog potencijala zaposlenika. Proces se provodi za sve zaposlenike Kauflanda, uz uvjet da je međusobna suradnja radnika i rukovoditelja trajala najmanje šest mjeseci. Proces je digitaliziran te se provodi kroz SuccessFactors sustav za sve zaposlenike s personaliziranom email adresom, dok se za zaposlenike bez personalizirane email adrese provodi u papirnatom obliku. U 2023. proces je unaprijeđen te je Kaufland Hrvatska k.d. bio pilot zemlja za dodatnu digitalizaciju procesa. Kolegice i kolege na pozicijama voditelja odjela u poslovnicama, njih gotovo 250, uključeni su u digitalnu provedbu procesa upravljanja talentima, čime je povećana efikasnost cijelog procesa.

Više od polovice rukovodećih pozicija u kompaniji drže žene, što je trend koji će se nastaviti promicati u budućnosti radi ojačanja jednakih profesionalnih mogućnosti.

Neki od prestižnih certifikata su Employer Partner certifikat, TopEmployer certifikat, Above&Beyond i drugi.

Tijekom izvještajnog razdoblja proširena je ponuda online edukacija s dvije nove digitalne platforme dostupne zaposlenicima. LinkedIn learning i PINKTUM su platforme za digitalno učenje. PINKTUM sadrži brojne treninge iz područja soft skills tema usmjerenih na razvoj poslovnih i osobnih kompetencija zaposlenika. U 2023. godini su u katalog školovanja uključene nove edukacijske teme kao odgovor na potrebe zaposlenika.

Svim zaposlenicima Centrale na pozicijama rukovoditelja, specijalista i stručnjaka organiziran je dan koji provode u poslovnici kako bi se upoznali s procesima koji se u njoj odvijaju. Zaposlenici provode dan u pratnji voditelja poslovnice, što im omogućuje da povežu svoju radnu praksu s poslovnicom te da vide kako funkcioniraju bitni procesi.

U aplikaciji SuccessFactors razvijena je mogućnost uređivanja osobnog profila zaposlenika koji omogućava administratorima iz Službe razvoja i školovanja pretraživanje njihovih profila i pospješuje proces uključivanja zaposlenika u razvojne programe i inicijative koje će njima osobno biti od najveće koristi za posao koji rade i razvoj koji žele.

U Kauflandu se proces procjene radnog učinka provodi za sve zaposlenike koji imaju ugovor na neodređeno radno vrijeme, neovisno o tome rade li na puno ili nepuno radno vrijeme. Proces također ne ovisi o spolu zaposlenika, a jedini uvjet za njegovu provedbu je suradnja zaposlenika i rukovoditelja od minimalno šest mjeseci. Proces procjene radnog učinka za 2023. godinu završen je 31. ožujka 2024.

Proces procjene radnog učinka dio je godišnjeg ciklusa upravljanja talentima te se kroz njega postavljaju individualni razvojni ciljevi za sve zaposlenike čiji se proces provodio putem aplikacije SuccessFactors. Onim zaposlenicima koji nemaju vlastitu e-mail adresu ovaj proces je i dalje omogućen u papirnatom obliku te im se također pomaže u definiraju razvojnih ciljeva ukoliko su procijenjeni kao talenti tijekom procesa. To su zaposlenici koji rade na prodajnoj površini u poslovnicama te skladišnoj površini u našem logističkom centru. Kaufland prilikom postavljanja

individualnih razvojnih ciljeva prati model kompetencija i SMART metodologiju. Rukovoditelj definira razvojna područja optimalna za razvoj zaposlenika te zajedno s njim definira razvojne mjere pomoću kojih će se raditi na ostvarenju razvojnih ciljeva. Razvojni ciljevi definiraju se na papiru ili digitalno u sustavu SuccessFactors te se prate kroz cijelu godinu i njihov status se ažurira ovisno o napretku zaposlenika u ostvarivanju ciljeva.

POSLOVNA GODINA	2021.	2022.	2023.
Broj procjena radnog učinka	1.750	2.464	2.408
Postotak zaposlenika za koje su provedeni razgovori	60,5	80,4	75,9

Uspješnost upravljanjem područjem razvoja i školovanja zaposlenika u Kauflandu, potvrđeno je brojnim certifikatima iz područja upravljanja ljudskim potencijalima koje već godinama ostvarujemo za svoja ulaganja u tom području. Neki od prestižnih certifikata su Employer Partner certifikat, TopEmployer certifikat, Above&Beyond i drugi. Praćenjem trendova na tržištu i zadovoljstva zaposlenika oblikujemo ponudu i razvojne programe koji su usklađeni s potrebama zaposlenika.

Dodatnim povećanjem vidljivosti široke ponude razvojnih inicijativa koje su na raspolaganju zaposlenicima, moći ćemo bolje povezati skupine zaposlenika s edukacijama koje su na individualnoj razini najbolje za svakog pojedinca. Informacije o alatima koje nudimo za profesionalni razvoj dijele se internim komunikacijskim kanalima te se na taj način nastoji povećati interes i u što većoj mjeri uključiti zaposlenike u razvojne inicijative.





04 ZAŠTITA OKOLIŠA

Kaufland kontinuirano provodi politike i programe koji promiču održivost i odgovorno upravljanje resursima, u skladu sa svim relevantnim zakonskim regulativama. Predanost smanjenju emisija stakleničkih plinova optimizacijom procesa, korištenjem obnovljivih izvora energije te odgovornim upravljanjem resursima jasno je vidljiva. Kaufland aktivno radi na smanjenju nastanka otpada primjenjujući poboljšane procese upravljanja otpadom te poticanje recikliranja i ponovne upotrebe materijala. Zaštitu bioraznolikosti sustavno se integrira u poslovanje

i proizvode, promičući očuvanje raznolikosti ekosustava. Kontinuirana edukacija zaposlenika o važnosti zaštite okoliša i poticanje dobavljača i partnera na primjenu održivih praksi ključni su elementi strategije održivosti Kauflanda. Sustavno praćenje i izvještavanje o učincima tih inicijativa omogućuje Kauflandu da redovito procjenjuje svoj utjecaj na okoliš te kontinuirano poboljšava svoje prakse zaštite okoliša u operacijama i cjelokupnom lancu vrijednosti.

ZAJEDNIČKA KLIMATSKA STRATEGIJA PODUZEĆA GRUPE SCHWARZ

Klimatske promjene donose nove i raznolike izazove pa je djelovanje na svim razinama društva ključno. Kao dio poduzeća Grupe Schwarz, Kaufland Hrvatska k.d. ima cilj minimizirati svoj

utjecaj na klimatske promjene te kontinuirano smanjivati emisije stakleničkih plinova. Kako bismo to postigli, zajednički se pridržavamo sljedeća načela:

1.

Izbjegavamo stvaranje emisija stakleničkih plinova gdje god je to moguće.

2.

Smanjujemo emisije stakleničkih plinova koje ne možemo izbjeći.

Znanstveno utemeljeni ciljevi (SBTs) kao temelj za zajedničke klimatske ciljeve

U sklopu zajedničke klimatske strategije, poduzeća Grupe Schwarz službeno su se pridružila inicijativi „Ciljevi temeljeni na znanosti“ (Science Based Targets – SBTi) u kolovozu 2020. Nakon izrade cjelovite klimatske bilance i analize ugljičnog otiska zajednički su definirani ciljevi

zaštite klime metodologijom inicijative SBTi i potkrijepljeni mjerama za smanjenje, izbjegavanje ili kompenzaciju emisija CO₂ u poslovanju i opskrbnom lancu. Ove znanstveno utemeljene ciljeve SBTi je potvrdio i objavio u rujnu 2021.

Zajednički klimatski ciljevi

Ukupno će poduzeća Grupe Schwarz svoje operative emisije stakleničkih plinova (Opseg 1 i 2) smanjiti za 55 posto do 2030. u usporedbi s 2019. godinom.¹ U tom kontekstu, Kaufland si je zadao cilj prema kojem želi smanjiti operative emisije stakleničkih plinova za 80 % u istom razdoblju. Kako bi se to i ostvarilo, od poslovne godine 2022. nadalje, svako poduzeće Grupe Schwarz, između ostalog, dobiva 100 %² električne energije iz obnovljivih izvora (kaufland.hr/klima). Do sada je Kaufland imao cilj da do 2025. godine postane klimatski neutralan u smislu operativnih

emisija Opsega 1 i Opsega 2. S novom obvezom NetZero do 2050. godine, Kaufland poduzima sljedeći korak i postavlja obvezujući cilj smanjenja stakleničkih plinova koji daleko nadilazi sadašnje ciljeve. Osim toga, poduzeća Grupe Schwarz zajedno su se obvezala da će smanjiti apsolutne emisije iz Opsega 3 u pogledu korištenja prodanog goriva za 27,5 posto do 2030. u usporedbi s 2020. godinom. Kaufland se zalaže za to da dobavljači koji su odgovorni za 80 % emisija povezanih s proizvodima sami sebi postave klimatske ciljeve prema kriterijima SBTi do 2026. godine.

Science Based Targets Initiative (SBTi)

Inicijativa za znanstveno utemeljene ciljeve (SBTi) savez je renomiranih organizacija i inicijativa za zaštitu okoliša i klime CDP (bivši Projekt otkrivanja ugljika), UNGC (Svjetski sporazum Ujedinjenih naroda), WRI (Svjetski institut za resurse) i WWF (Svjetska organizacija za zaštitu prirode).

Cilj Inicijative za znanstveno utemeljene ciljeve (SBTi) jest promicanje znanstveno utemeljenih klimatskih ciljeva u poduzećima kako bi se dugoročno ostvarilo gospodarstvo s niskim emisijama stakleničkih plinova unatoč stalnom porastu stanovništva. To pruža okvir koji tvrtkama omogućuje smanjenje emisija stakleničkih plinova

koje je utemeljeno na znanosti. Trenutačno se više od 2.000 poduzeća diljem svijeta pridružilo spomenutoj inicijativi.

Inicijativa za znanstveno utemeljene ciljeve (SBTi) postala je međunarodno priznati standard za postavljanje ciljeva smanjenja emisija stakleničkih plinova za tvrtke. Pri procjeni klimatskih ciljeva, SBTi uzima u obzir i branšu i veličinu poduzeća. To znači da poduzeća svoja smanjenja emisija stakleničkih plinova mogu uskladiti s određenim ciljem kako bi se učinkovitije suprotstavile klimatskim promjenama i postigle globalne ciljeve Pariškog sporazuma o klimatskim promjenama.



¹ Ciljevi za Opseg 1 i 2 u kontekstu tvrtke PreZero također uključuju biogene emisije i uklanjanje biogenih ulaznih materijala

² Isključeni su ugovori o opskrbi, na koje Kaufland Hrvatska k.d. ne može utjecati, poput pojedinačnih nekretnina u najmu s obvezom kupnje električne energije; više informacija na: <https://tvrtka.kaufland.hr/nasa-odgovornost/djela-ne-rijeci/Klima.html>

ENERGIJA I EMISIJE

Upravljanje energijom u poslovnica, logističko-distributivnom centru i upravnoj zgradi u Hrvatskoj provodi se u skladu s normom ISO 50001.

Upravljanje energijom i emisijama u Kauflandu ključno je za uspješno poslovanje, a usmjereno je na povećanje energetske učinkovitosti poslovnica, povećanje transparentnosti troškova energenata, korištenje i proizvodnju energije iz obnovljivih izvora te kontinuiranu edukaciju zaposlenika.

Upravljanje energijom u poslovnica, logističko-distributivnom centru i upravnoj zgradi u Hrvatskoj provodi se u skladu s normom ISO 50001 čije je recertificiranje provedeno 2022. godine. Ovaj sustav omogućava kontinuirano praćenje potrošnje i identifikaciju područja za potencijalne uštede energije, a time i smanjenje emisija stakleničkih plinova. Detaljno razumijevanje izvora potrošnje i emisija omogućava inovativan pristup u osmišljavanju mjera.

Implementacija obnovljivih izvora dio je poslovne strategije. Kaufland kontinuirano ulaže u vlastite fotonaponske elektrane što nije samo ekološki iskorak, već i ekonomski isplativ potez s obzirom na dugoročne uštede u troškovima električne energije. Sve mjere za upravljanje energijom i

emisijama imaju za cilj smanjenje negativnog utjecaja na okoliš, povećanje energetske učinkovitosti te ostvarenje održivog poslovanja u skladu s najvišim standardima održivosti i društvene odgovornosti.

Bazna godina za izračun emisija opsega 1 i 2 je 2019. Podatci su praćeni i ranije, ali se dodatni parametri nisu uzimali u obzir do 2019. kad je započet izračun indikatora i detaljan obračun. Izračun CO₂ je dobiven pomoću standarda GHG Protocol Corporate koji je razvio The World Resources Institute (WRI) i The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) u skladu sa smjernicama IPCC 2006 Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories te odgovara kriterijima ISO 14064-1. Bazna godina za opseg 3 je 2022. jer se od 2022. izračun radi prema smjernicama FLAG (Forest Land Agriculture) i E&I (Energy & Industry).

Potrošnja energije

ENERGIJA	JEDINICA	2022.	2023.
Električna energija iz obnovljivih izvora	kWh	57.160.034,0	57.840.465,0
Ukupna potrošnja obnovljive energije	kWh	57.160.034,0	57.840.465,0
Električna energija od dobavljača iz različitih izvora	kWh	188.255,0	0,0
Potrošnja plina	kWh	5.520.434,0	4.739.183,4
Mobilno sagorijevanje, neobnovljivo	kWh	5.244.193,8	5.980.859,3
Gorivo za rezervne energetske sustave (uređaji za hitno napajanje)	kWh	203.943,5	85.016,1
Ukupna potrošnja neobnovljive energije	kWh	11.156.826,3	10.805.058,7
Ukupna potrošnja energije	kWh	68.316.860,3	68.645.523,8

Podatci za 2021. godinu računati su drugačijom metodologijom koja nije usporediva s izračunom za 2022. i 2023. godinu te je iz tog razloga izostavljena iz prikaza.



ENERGETSKI INTENZITET	JEDINICA	2022.	2023.
Površina (prodajna + sporedna)	m ²	193.940,9	205.546,8
Ukupna potrošnja energije po m ² površine	kWh/m ²	352,3	334,0

Energija iz obnovljivih izvora

ELEKTRIČNA ENERGIJA IZ OBNOVLJIVIH IZVORA	JEDINICA	2022.	2023.
Kupljena električna energija iz obnovljivih izvora (ZelEn)	kWh	56.277.120,0	56.638.192,0
Vlastita električna energija iz obnovljivih izvora (FNE)	kWh	882.914,7	1.202.273,0
Ukupno električna energija iz obnovljivih izvora	kWh	57.160.034,70	57.840.465,0
Udio električne energije iz obnovljivih izvora	%	99,7	100
Udio vlastite električne energije iz obnovljivih izvora	%	1,6	2

Emisije

U izračun emisija uključeni su plinovi CO₂, CH₄, N₂O, HFC_s, PFC_s i SF₆. Drugi staklenički plinovi, osim CO₂ se preračunavaju u CO₂ ekvivalente. **Opseg 1** obuhvaća izravne emisije koje nastaju u poduzeću i na koje poduzeće ima utjecaj (rashladna sredstva, službena vozila, grijanje).

Opseg 2 obuhvaća neizravne emisije koje nastaju izvan poduzeća proizvodnjom energije (električna energija, daljinsko grijanje).

Opseg 3 obuhvaća neizravne emisije koje uzrokuju aktivnosti prije ulaska robe u skladište (eksploatacija sirovina, poljoprivreda, proizvodnja, transport, službena putovanja, putovanja zaposlenika na posao, operativni otpad, emisije povezane s gorivom i energijom) i nakon izlaska robe iz trgovine (upotreba proizvoda i zbrinjavanje).

	GHGP KATEGORIJA	JEDINICA	2021.	2022.	2023.
Opseg 1	Ukupno	tCO₂e	9.183,3	8.192,1	7.877,3
	Fugitivne emisije	tCO ₂ e	6.729,5	5.787,8	5.457,1
	Pokretna izgaranja	tCO ₂ e	1.188,9	1.345,5	1.534,3
	Stacionirana izgaranja	tCO ₂ e	1.264,9	1.058,9	885,8
Opseg 2	Ukupno	tCO₂e	93,4	24,9	0,0
	Električna energija	tCO ₂ e	93,4	24,9	0,0
Opseg 3	Ukupno	tCO₂e	924.063,2	917.655,7	1.001.265,0
	Nabavljena roba i usluge	tCO ₂ e	804.287,8	752.975,2	855.981,4
	Emisije vezane uz goriva i energiju	tCO ₂ e	4.750,8	4.642,4	4.288,2
	Prijevoz	tCO ₂ e	52.245,7	53.009,7	56.080,0
	Otpad generiran u operacijama	tCO ₂ e	2.551,6	2.540,1	2.547,4
	Poslovna putovanja	tCO ₂ e	271,5	498,0	857,5
	Putovanja zaposlenika	tCO ₂ e	3.568,8	3.828,0	3.805,2
	Uporaba prodanih proizvoda	tCO ₂ e	55.051,0	59.791,3	24.536,1
	Obrada proizvoda na kraju životnog vijeka	tCO ₂ e	1.390,1	40.038,0	53.169,3
	Ukupno	tCO₂e	933.339,9	925.882,7	1.009.142,3

U baznoj 2019. godini ukupne emisije opsega 1, 2 su iznosile 14.508,46 tCO₂e. Time su emisije opsega 1 i 2 u 2022. smanjene za preko 43 %, a 2023. za preko 45 % u odnosu na 2019.

	INTENZITET EMISIJA	JEDINICA	2021.	2022.	2023.
Opseg 1		SA+AA (kgCO ₂ e/m ²)	50	42	38
Opseg 2		SA+AA (kgCO ₂ e/m ²)	1	0	0
Opseg 3		SA+AA (kgCO ₂ e/m ²)	4.990	4.732	4.871
	Ukupno	SA+AA (kgCO₂e/m²)	5.040	4.774	4.910

ENERGETSKA UČINKOVITOST U KAUF LANDU

Električna energija iz obnovljivih izvora

Kaufland Hrvatska k.d. je 2021. prešao na električnu energiju iz obnovljivih izvora. Zahvaljujući suradnji s HEP Opskrbom, vodećim hrvatskim opskrbljivačem električnom energijom, Kaufland je vlasnik jedinstvene oznake „ZelEn

– prijatelj prirode“, koja jamči da je kupljena električna energija isključivo obnovljivih izvora. Udio električne energije iz obnovljivih izvora je gotovo 100 %.

Vlastite fotonaponske elektrane

Uz kupovinu električne energije iz obnovljivih izvora, Kaufland nastavlja ulagati u fotonaponske elektrane. U 2023. godini instalirani su dodatni kapaciteti na krovovima, nadstrešnicama i otvorenim prostorima te su puštene u rad fotonaponske elektrane Kaufland Zadar-Sinjoretovo, Kaufland Biograd na Moru, Kaufland

Rovinj te krajem poslovne godine i Kaufland Barutanski jarak. Ukupna instalirana snaga tih fotonaponskih elektrana udvostručena je te iznosi 1.443,5 kWp, a one zadovoljavaju oko 25-28 % ukupne potrošnje poslovnica u kojima su montirane.

VLASTITE FOTONAPONSKE ELEKTRANE	JEDINICA	2021.	2022.	2023.
Poslovnice s instaliranim fotonaponskim elektranama	broj	3	3	6
Površina fotonaponskih elektrana	m ²	4.315,9	4.315,9	7.620,0
Instalirana snaga	kWp	770,2	770,2	1.443,5

Fotonaponske elektrane

POSLOVNICA	Površina solarnih panela (m ²)	Broj fotonaponskih panela	Godišnja proizvodnja (kWh)	Udio pokrivenih potreba poslovnice (%)
Zagreb-Blato	1.235	755	207.000	17%
Šibenik	1.987	1.190	449.845	31%
Zadar-Sinjoretovo	1.098	588	260.585	26%
Rovinj	1.225	656	301.461	28%
Biograd na moru	1.072	580	244.375	26%
Zagreb – Barutanski Jarak	999	512	195.646	20%

E-priključne točke

Tijekom 2022. i 2023. godine nastavljeno je s postavljanjem e-priključnih točaka na parkiralištima novih poslovnica i prilikom modernizacije postojećih poslovnica. Značajan je rast u ukupnom broju e-priključnih točaka te su u veljači 2024. ukupno bile dostupne 43 e-priključne točke na 19 različitih lokacija diljem Hrvatske.

Povećanje odražava stratešku predanost proširenju mreže punionica, pružajući vozačima električnih automobila više opcija za punjenje i podržavajući prelazak na održivu mobilnost. S povećanjem broja punionica, Kaufland dodatno potvrđuje svoju predanost proširenju infrastrukture za električnu mobilnost i smanjenju emisija CO₂ u prometu.



19
raznih
lokacija
diljem
Hrvatske

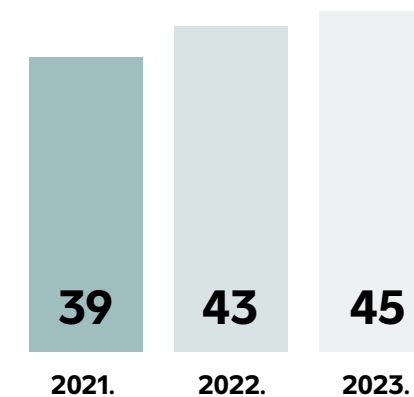
LOKACIJE S E-PUNIONICAMA	JEDINICA	2021.	2022.	2023.
Poslovnice	broj	11	15	17
Distributivni centar	broj	0	0	1
Upravna zgrada	broj	1	1	1
Ukupno	broj	12	16	19

UKUPNO E-PRIKLJUČNIH TOČAKA	JEDINICA	2021.	2022.	2023.
AC tehnologija (izmjenična)	broj	13	17	20
DC tehnologija (istosmjerna)	broj	11	19	23
Ukupno	broj	24	36	43

43
e-priključne
točke

LED rasvjeta u poslovnicama

LED rasvjeta u poslovnicama Kauflanda postaje standardna praksa, što se jasno očituje u svim novim i svim preuređenim poslovnicama koje u prodajnom prostoru koriste isključivo LED-rasvjetu. LED-rasvjetu koristi ukupno 45 poslovnica, što predstavlja značajan porast te dodatni doprinosi energetske učinkovitosti. Osim što doprinosi smanjenju ekološkog otiska, LED rasvjeta pruža i bolje osvjetljenje i ugodnije okruženje za kupce i zaposlenike.



Ukupni broj poslovnica s LED rasvjetom

Energetska učinkovitost rashladnog namještaja u prodajnim prostorima

Staklena vrata s rashladnim vitrinama u prodajnim prostorima

Kako bi se izbjegao gubitak hladnoće i smanjila potrošnja energije, rashladni namještaj s vratima i kliznim staklenim poklopcima postao je standardna oprema prilikom otvaranja novih i modernizacije postojećih poslovnica Kauflanda u Hrvatskoj. Početkom 2022. godine ove mjere uštede energije implementirane su u pet postojećih poslovnica gdje su na bazenima za duboko zamrzavanje postavljeni stakleni poklopci, dok su u šest poslovnica u svim rashladnim vitrinama ugrađene LED svjetiljke kao dodatne mjere uštede energije.

U 13 poslovnica Kauflanda Hrvatska k.d. montirana su staklena vrata na postojeće rashladne vitrine

i tako su ostvarene značajne uštede u potrošnji električne energije. Ovaj projekt dobio je nagradu Energy Scout 2023. godine u Hrvatskoj kao dio programa Young Energy Europe, koji su pokrenuli *European Climate Initiative* (EUKI) i AHK Kroatien / Njemačko-hrvatska industrijska i trgovinska komora s ciljem poboljšanja mjera prilagodbe klimatskim promjenama u poduzećima. Procijenjena ušteda električne energije u 13 poslovnica iznosit će 650 MWh što je jednako godišnjoj potrošnji 163 obiteljske kuće te će utjecati na smanjenje emisija od 90 tona CO₂ što odgovara godišnjoj emisiji 63 automobila.

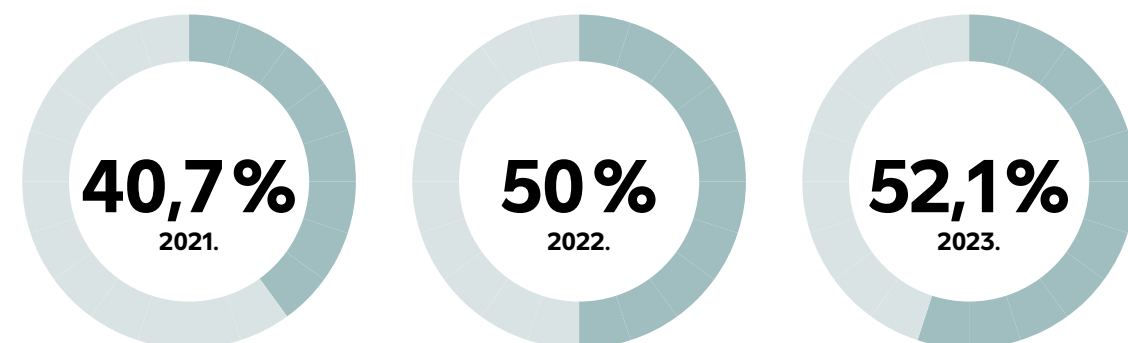
Učinkovito korištenje otpadne topline

U poslovnica Kauflanda koriste se energetske učinkovite tehnologije, uključujući sustave industrijskog hlađenja koji koriste otpadnu toplinu rashladnih vitrina za zagrijavanje prostora. Ova tehnologija doprinosi očuvanju prirodnih resursa zamjenom tradicionalnih fosilnih goriva

poput nafte ili plina. Otpadna toplina koristi se u industrijskom podnom grijanju postavljenom ispod cijele prodajne površine. U novosagrađenim poslovnica Župa dubrovačka, Vodice i Varaždin koristimo dizalice topline uz korištenje otpadne topline rashladnih vitrina tijekom zime.

DIZALICE TOPLINE	2021.	2022.	2023.
Poslovnice	21	23	25
Upravna zgrada	1	1	1

Udio poslovnica s dizalicom topline %





VODA

U Kauflandu se sustavno prati upravljanje potrošnjom vode na različitim lokacijama, uključujući poslovnice, centralu i logističko-distributivni centar. Svako odstupanje u potrošnji vode detaljno se dokumentira, a nakon analize poduzimaju se odgovarajuće mjere za otklanjanje uzroka tih odstupanja. Ispuštanje vode iz unutarnjeg sustava u javnu mrežu odvodnje provodi se sukladno svim relevantnim zakonskim

propisima, uz redovite kontrole osoblja zaduženog za održavanje naših lokacija. Analizom trendova u potrošnji vode, primijetili smo porast potrošnje u proteklom godinama, što je uvelike posljedica otvaranja novih poslovnica u Hrvatskoj. Uzimamo u obzir ove informacije kako bismo kontinuirano radili na optimizaciji upravljanja vodom i smanjenju našeg vodenog otiska.

POTROŠNJA VODE	JEDINICA	2021.	2022.	2023.
Poslovnice	m ³	53.095,0	59.681,5	64.699,0
Skladište	m ³	4.767,0	4.492,0	4.052,0
Centrala	m ³	1.493,0	2.687,0	2.667,0
Ukupno	m³	59.355,0	66.860,5	71.418,0
Površina (prodajna + sporedna)	m ³	185.186,8	193.940,9	205.546,8
Ukupna potrošnja vode po m² površine	m³/ m²	320,5	344,8	347,5

Proizvodi sa smanjenim vodenim otiskom

Kaufland neprestano radi na optimizaciji proizvodnih procesa kako bi uštedio vodu koristeći nove, učinkovitije tehnike, a želi te promjene učiniti vidljivima i kupcima. Proizvodi koji koriste manje vode zahvaljujući novim tehnologijama označeni su logotipom „Štedimo vodu“. Kupci svojim odlukama o kupovini mogu doprinijeti održivijoj potrošnji vode.



Case study: bojanje tekstila

Jedan od primjera smanjene potrošnje vode je ušteda vode prilikom bojanja tekstila. Uobičajena proizvodnja tekstila zahtijeva velike količine vode. Kako bi smanjio potrošnju vode, Kaufland koristi ekološki prihvatljive procese bojanja poput tehnika „Dope dyed“ i „Dry dyed“.

„Dope dyed“ je postupak centrifugiranja u kojem se polimer stapa s granulatom u boji i tako boji tkaninu. Budući da je postupak bojanja integriran u postupak centrifugiranja, moguća je bolja kontrola upotrebe kemikalija. Dodatna prednost ove tehnologije je ta što se cijela vlakna farbaju i tako tekstil dulje zadržava blistave boje.

„Dry dyed“ je postupak sušenja koji je ujedno i ekološki prihvatljiva alternativa uobičajenom postupku bojanja. Materijal je umočen u boju, a uz pomoć visoke temperature i tlaka zraka, pigmenti u boji prodiru ravnomjerno, duboko i učvršćuju se.

Obje tehnike omogućuju djelomično ili potpuno izbjegavanje potrošnje vode. Također, potrošnja energije i emisija CO₂ mogu se značajno smanjiti u usporedbi s klasičnim tehnikama bojanja, što doprinosi zaštiti okoliša i klime.

OTPAD

Primarni fokus
Kauflanda je smanjiti nastanak otpada optimizacijom procesa te generirani otpad oporabiti u najvećoj mogućoj mjeri.

Kaufland je predan odgovornom postupanju s otpadom kako bi pridonio očuvanju okoliša i uspješnom upravljanju prirodnim resursima. Primarni fokus Kauflanda je smanjiti nastanak otpada optimizacijom procesa te generirani otpad oporabiti u najvećoj mogućoj mjeri.

Sustavno se prate količine svih frakcija otpada te se interni katalog za sortiranje otpada kontinuirano razvija i nadograđuje. Posebni naglasak stavlja se na smanjenje miješanog komunalnog otpada kroz razdvajanje frakcija otpada i pripremu za recikliranje, što doprinosi zaštiti okoliša i radnog okruženja. Dobra priprema je pola posla, zbog čega se u svrhu učinkovitog procesa recikliranja velika pažnja posvećuje pravilnom sortiranju. Time se izbjegava dodatni rad i stvara dodana vrijednost za ljude i okoliš.

Generirani otpad obrađuje se i zbrinjava u skladu sa zakonskim propisima i vrijednostima poduzeća. Ugovorni sakupljači obavezni su dostaviti sve važeće dozvole za postupanje s otpadom. Kaufland redovito obilazi njihove pogone i

prijavljuje svoje podatke u Registar onečišćavanja okoliša kod nadležnih županijskih ureda zaštite okoliša.

Zaposlenici su aktivno uključeni u proces upravljanja otpadom, kroz edukacije o pravilnom postupanju s otpadom i sirovinama te kroz davanje povratnih informacija o stanju u poslovnicaama koje su ključne za poboljšanje mjera nastanka otpada i poboljšanje procesa upravljanja otpadom. Godišnji cilj Kauflanda je smanjiti ukupnu količinu komunalnog otpada ili je zadržati na istoj razini u usporedbi s prethodnim razdobljem, uzimajući u obzir i nove lokacije.

Osim toga, potrošače potičemo na dobre prakse pa se tako u poslovnicaama Kauflanda nalaze kutije za odlaganje potrošenih žarulja, baterija, malih električnih uređaja te folije i ambalaže od papira i kartona. Sustavom za povrat otpada osigurava se recikliranje visokokvalitetnih sirovina i pravilno zbrinjavanje svih štetnih tvari.

Neopasni otpad

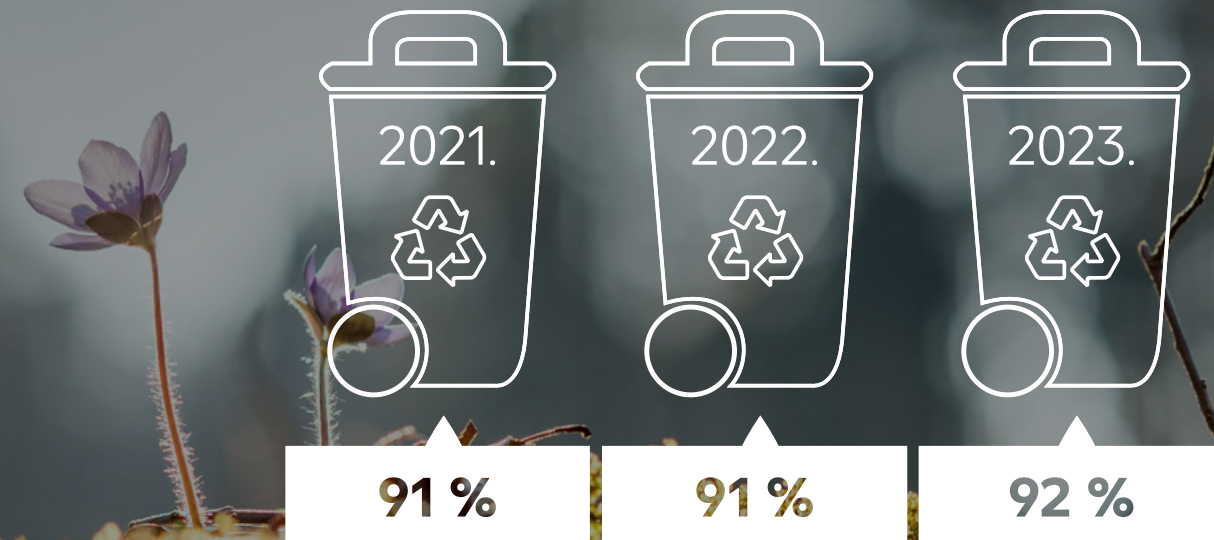
METODA ZBRINJAVANJA	JEDINICA	2021.	2022.	2023.
Recikliranje	t	13.34,0	13.725,2	14.316,9
Odlaganje	t	1.672,3	1.624,3	1.580,6
Fermentacija	t	3.238,9	3.596,0	4.091,4
UKUPNO	t	18.255,2	18.945,5	19.988,9

Opasni otpad

METODA ZBRINJAVANJA	JEDINICA	2021.	2022.	2023.
Spaljivanje	t	nije prikupljeno	nije prikupljeno	4,6
Recikliranje	t	116,2	142,8	102,3
UKUPNO	t	116,2	142,8	106,9

OTPAD	2021.		2022.		2023.	
	tona (t)	%	tona (t)	%	tona (t)	%
Staklo	3.055,3	17%	3.365,1	18%	3.598,1	18%
Papir, višekomponentni papir i karton	6.790,5	37%	6.530,6	34%	6.840,4	34%
PET	1.861,5	10%	2.031,3	11%	2.133,0	11%
Plastika	542,7	3%	614,5	3%	637,6	3%
Tekstil	-	-	-	-	5,2	0%
Drvo	176,6	1%	215,6	1%	115,2	1%
Organski otpad	3.280,1	18%	3.638,6	19%	4.135,1	21%
Metalni otpad	635,4	3%	596,7	3%	633,0	3%
Ostali reciklirajući neopasni otpad	240,8	1%	328,8	2%	310,8	2%
Preostali otpad bez mogućnosti uporabe	1.672,3	9%	1.624,3	9%	1.580,6	8%
Ukupno neopasni otpad (I)	18.255,2	99%	18.945,5	99%	19.988,9	99%
Zbrinut opasni otpad - recikliranje	116,2	1%	142,8	1%	102,3	1%
Zbrinut opasni otpad - spaljivanje	0	0%	0	0%	4,6	0%
Ukupno opasni otpad (II)	116,2	1%	142,8	1%	106,9	1%
UKUPNO OTPAD (I+II)	18.371,4	100%	19.088,3	100%	20.095,8	100%

Ukupno oporabljeni/reciklirani otpad:



Ovi podatci odnose se na otpad koji je recikliran odn. ponovno uporabljen i organski otpad koji je obrađen u bioplinskom postrojenju, a čijom je termičkom obradom proizveden bioplin.

SPRJEČAVANJE OTPADA OD HRANE

Smanjenjem otpada od hrane bavi se nekoliko odjela u Kauflandu u Hrvatskoj.

U Hrvatskoj se svake godine baci 286.379 tona otpada od hrane *. Posljedice su sveobuhvatne: s ekološkog gledišta, to, između ostalog, dovodi do nepotrebnog rasipanja rijetkih i vrijednih resursa kao što su voda, tlo i energija, ali i do nastajanja stakleničkih plinova koje bi se mogli izbjeći. Iz društvene perspektive, bacanje hrane, na primjer, utječe na globalnu prehrambenu situaciju. To također dovodi do nepotrebne patnje životinja koje umiru, a njihovo meso se na kraju baca. U izravnim kontaktima s potrošačima kao i aktivnostima unutar tvrtke i duž lanca vrijednosti, trgovci hranom imaju brojne mogućnosti uz

Na koji način definiramo otpad od hrane?

Prema definiciji svih poduzeća u Grupi Schwarz, otpad od hrane obuhvaća cjelokupnu količinu hrane koja se gubi ili baca duž lanca vrijednosti. To je dakle cjelokupna količina otpada od hrane koja se na neki način gubi ili koju bacamo u smeće. „Gubitak“ u kontekstu hrane nastaje osobito u prvim fazama lanca vrijednosti odnosno u proizvodnji ili preradi hrane. Otpad od hrane nastaje u maloprodaji, ugostiteljstvu i privatnim kućanstvima. U ovom kontekstu uvijek govorimo o hrani koja je bila namijenjena ljudskoj prehrani.

pomoć kojih mogu spriječiti bacanje hrane. Kaufland Hrvatska k.d. zalaže se za sprječavanje i smanjenje otpada od hrane u maloprodaji i među potrošačima. Slijedeći sveobuhvatni cilj poduzeća Grupe Schwarz, cilj nam je do 2030. smanjiti otpad od hrane za 50 % u usporedbi s 2018. godinom. Cilj se, između ostalog, temelji na ciljevima održivog razvoja Ujedinjenih naroda (SDG 12.3 – Smanjenje otpada od hrane). Hranu koja više nije prikladna za ljudsku prehranu želimo maksimalno reciklirati.

Istovremeno želimo, u ulozi posrednika između proizvođača i potrošača, doprinijeti smanjenju otpada od hrane.

Smanjenjem otpada od hrane bavi se nekoliko odjela u Kauflandu u Hrvatskoj. Proizvode koji se više ne mogu prodati, ali su i dalje zdravstveno ispravni, Kaufland donira registriranim posrednicima u lancu doniranja hrane. Cijeli proces pokrenut je 2016. kada su zaposlenici trgovina Kauflanda diljem Hrvatske svakog tjedna odvajali proizvode pred istekom roka trajanja te ih slali logističko-distributivnom centru gdje ih je onda Caritas Zagrebačke nadbiskupije preuzimao i dalje raspoređivao korisnicima pučkih kuhinja i domova te ostalim korisnicima na svojem području. 2019. godine je suradnja s Hrvatskim Caritasom proširena na način da su nadbiskupijski i biskupijski Caritasi registrirani kao posrednici u doniranju hrane iz 18 trgovina počeli dva puta tjedno preuzimati voće, povrće i pekarske proizvode. 2020. godine dogovorena je dodatna suradnja s Hrvatskim Crvenim križem, čime je gotovo udvostručen broj poslovnica koje imaju posrednike – tada na 34. Budući da Kaufland stalno poboljšava sustav doniranja, od lipnja 2021. godine i proizvode pred istek roka trajanja doniramo lokalno direktnim posrednicima te trgovine upravo s njima dogovaraju preuzimanje donacija po potrebi i češće od dva puta tjedno kako je do tada bilo dogovoreno. Ova optimizacija procesa doniranja rezultirala je u 2021. s tim da je donirano dva puta više pekarskih proizvoda u odnosu na 2020. te čak tri puta više voća i povrća. U 2022. godini procesi su dodatno napredovali pa je posrednicima donirano čak 322.175 kg voća i povrća te 224.939 komada pekarskih proizvoda, dok je u 2023. donirano 319.893 kg voća i povrća i 229.850 komada pekarskih proizvoda.

Osim toga, Kaufland Hrvatska k.d. na temu otpada od hrane stalno razmjenjuje informacije i iskustva s društvom Stiftung & Co. KG kao i poduzećima Grupe Schwarz kako bi zajednički razvili sveobuhvatne strateške mjere i ciljeve. Tako su, primjerice, poduzeća Grupe Schwarz zajednički formirala radnu skupinu koja djeluje između više društava grupe i stručnih područja s ciljem smanjenja otpada od hrane.



Naš pristup sprječavanju otpada od hrane

U našoj borbi protiv otpada od hrane fokusiramo se na četiri aspekta - sprječavanje, izbjegavanje, recikliranje i podizanje svijesti.



Sprječavanje.

Bliskom suradnjom s našim dobavljačima sprječavamo bacanje hrane u opskrbnom lancu. Zahvaljujući sofisticiranim sustavima za upravljanje robom i automatiziranim procesima naručivanja robe, naručuju se količine sukladno stvarnim potrebama. Na taj način od samog početka sprječava se nastanak viška robe koja bi završila u smeću: u pekari neposredno prije zatvaranja peku se samo standardni proizvodi, pomoću sustava otpisa robe evaluira se nastanak otpada od hrane te se koristi optimizirano slaganje paleta kako bi se spriječio lom paleta čime bi hrana postala neupotrebljiva.



Oporaba.

Otpad koji ne možemo izbjeći recikliramo ili oporablujemo na drugi način. Voće i povrće, pekarske proizvode te proizvode pred istek roka trajanja koji se ipak ne prodaju, a ispravni su za konzumaciju, doniramo lokalnim registriranim posrednicima kako bismo pomogli potrebitima. Za svoje smo napore nagrađeni i priznanjem „Najdonator“ koju dodjeljuje hrvatska zastupnica u Europskom parlamentu – Biljana Borzan. Nagrada nam je pripala u kategoriji velikih tvrtki koje su 2022. donirale najveći iznos hrane u odnosu na ukupni prihod.



Izbjegavanje.

Izbjegavamo stvaranje otpada od hrane u našim vlastitim poslovnim područjima uz pomoć raznih koncepata i suradnji. Svim namirnicama snižava se cijena kada se približe isteku roka trajanja. Tako snižena roba jasno se označava i vidljivo izlaže u poslovnica.



Podizanje svijesti.

Želimo podići svijest o dotičnom problemu kod naših kupaca i prenijeti znanje. Kaufland je u ožujku 2023. godine potpisao Dobrovoljni sporazum o sprječavanju i smanjenju nastajanja otpada od hrane s Ministarstvom poljoprivrede te provodi redovne kampanje kako bi osvijestio građane o nepotrebnom bacanju hrane i pokušao ga smanjiti.

4 <https://poljoprivreda.gov.hr/vijesti/14-7-milijuna-kuna-za-banke-hrane-i-posrednike-u-doniranju-hrane/5872>

RESET PLASTIC: STRATEGIJA ZA SMANJENJE PLASTIKE

PODUZEĆA GRUPE SCHWARZ

Kao dio Grupe Schwarz, Kaufland se u sklopu zajednički razvijene strategije za smanjenje plastike REset Plastic obvezao da će do 2025. smanjiti potrošnju plastike za ambalažu vlastitih robnih marki i transportna pomagala za 30 % u odnosu na 2017. Osim toga, cilj je da do 2025. godine 100 % ambalaže vlastite robne marke

postane maksimalno reciklabilno te da se za ambalažu proizvoda vlastite robne marke koristi prosječno 25 % recikliranog materijala. Zbog toga su poduzeća Grupe Schwarz 2018. godine potpisala sporazum New Plastics Economy Global Commitment zaklade Ellen MacArthur Foundation.



Do 2025. godine cilj nam je da 100 % pakiranja naše vlastite robne marke postane maksimalno reciklabilno.



Do 2025. godine naš je cilj koristiti 30 % manje plastike za pakiranja vlastitih robnih marki te u prijevozu.



Do 2025. godine cilj nam je koristiti prosječno 25 % recikliranog materijala za pakiranje proizvoda vlastite robne marke.

Kućanski proizvodi iz vlastitog kružnog procesa recikliranja

U suradnji s društvom PreZero, eko-tvrtkom Grupe Schwarz, Kaufland već neko vrijeme svojim kupcima nudi kućanske proizvode vlastitih robnih marki koji su izrađeni od 100 %⁵ reciklirane plastike.

Tvrtka PreZero za proizvodnju spomenutih proizvoda prikuplja ambalažni otpad iz privatnih kućanstava. Plastika se zatim sortira, čisti i prerađuje u regranulat. Tako dobiveni reciklirani

materijal koristi se za proizvodnju visokokvalitetnih, novih kućanskih proizvoda. Cijeli proces recikliranja i proizvodnje odvija se u Europi, pa se na taj način čuvaju resursi i okoliš. Na taj način velik dio dodane vrijednosti pokrivaju uključena društva Grupe Schwarz.

Strategija povratne ambalaže

Manje plastike – zatvoreni kružni proces recikliranja: vizija je koju Kaufland Hrvatska k.d. slijedi kao dio Grupe Schwarz u okviru holističke strategije za smanjenje plastike REset Plastic. Sustavi povratne ambalaže važna su komponenta u izgradnji funkcionalnog kružnog gospodarstva. Naime, na taj se način omogućava sortirano prikupljanje reciklabilnih materijala, koji se zatim mogu dalje obrađivati u visokokvalitetnim procesima recikliranja. Kaufland se stoga u okviru strategije prikupljanja povratne ambalaže zalaže za uvođenje prihvatljivih sustava prikupljanja i obrade povratne ambalaže za jednokratne PET boce i limenke od pića diljem Europe.

Na taj način Kaufland djeluje u skladu s dvije važne direktive Europske unije: s jedne strane bi se do 2025. godine 70 % boca za piće trebalo prikupljati odvojeno u svrhu recikliranja, a do 2029. bi ovaj postotak trebao narasti čak do 90 %. S druge strane, boce za piće trebale bi do 2025. sadržavati 25 % reciklirane plastike – a čak 30 % do 2029. godine. Smatramo da se oba zahtjeva mogu ostvariti pomoću modernog sustava za povratnu ambalažu jer bi se na taj način plastične boce mogle skupljati sortirano po vrstama i tako lakše prerađivati u nove boce – a to je onda funkcionalni kružni ciklus recikliranja.



⁵ Udio plastike (oko 95 %) u proizvodu od 100 % reciklirane plastike, dodatna upotreba aditiva i boja (oko 5 %).



Napomene o odvajanju otpada

Holističkom zajednički razvijenom strategijom za smanjenje plastike REset Plastic poduzeća Grupe Schwarz žele uspostaviti kružne procese recikliranja. Međutim, funkcioniranje željenih procesa recikliranja ne ovisi samo o pravilnom odvajanju reciklabilnih materijala: jer samo ako se plastični otpad sakuplja i pravilno razvrstava, od njega se mogu dobiti visokokvalitetni reciklati. Kako bi kupcima olakšala pravilno zbrinjavanje otpada, poduzeća Grupe Schwarz razvila su vlastite upute za odvajanje i zbrinjavanje otpada. Ambalaža koja se sastoji od više komponenti

posebno uzrokuje poteškoće u odvajanju otpada. Poznati primjer su čaše od jogurta koje se sastoje od aluminijskog poklopca, plastične čašice i papirnatoj omoti. Ako se navedeni materijali ispravno razvrstaju onda se mogu vrlo lako reciklirati. Međutim, ako nisu pravilno odvojeni, izgubit će se barem jedna vrsta materijala. Upute o odvajanju otpada stoga pružaju informacije o materijalima od kojih su izrađene pojedine komponente ambalaže, pomažu pri pravilnom zbrinjavanju i time dugoročno doprinose uspješnijem recikliranju.

Posebne mjere za manje ambalažnog otpada u proizvodima Kauflanda

U Kauflandu gospodarenju otpadom pristupamo cjelovito. Od izbjegavanja plastičnog otpada preko dizajna proizvoda i recikliranja sve do inovacija i osvještavanja. S logotipom „Savjesno pakirano“ Kaufland označava optimiziranu ambalažu kao na primjer K-Classic suncokretovo

ulje u PET boci, koja je proizvedena od najmanje 30 % reciklirane plastike. Na taj način Kaufland svoje mjere smanjenja plastike čini transparentnim prilikom svake kupnje.



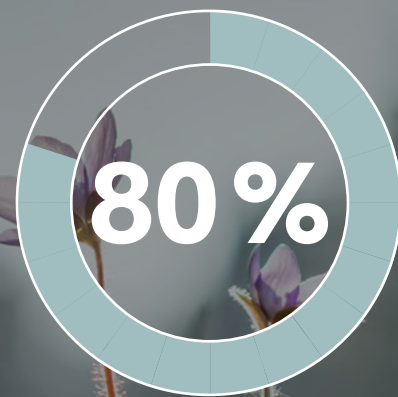
Za svjesnije pakiranje relevantni su sljedeći kriteriji:



udio recikliranog materijala ili udio recikliranja najmanje 30 % kod plastike



ušteda materijala najmanje 20 %⁷



moгуćnost recikliranja najmanje 80 %⁶



alternativni materijali 30%⁸

⁶ Na temelju službenih kriterija njemačkog „Minimalnog standarda za procjenu mogućnosti recikliranja“; objavilo tijelo „Zentrale Stelle Verpackungsregister“ www.verpackungsregister.org

⁷ prema vlastitoj prethodnoj ambalaži ili relevantnim konkurentskim ambalažama

⁸ npr. papir od prorasle silfije, kemijsko recikliranje

REMOVE - ZBRINJAVANJE

Ocean bound plastic

REmove je jedno od područja djelovanja u okviru strategije REset Plastic poduzeća Grupe Schwarz s kojim Kaufland Hrvatska k.d. preuzima odgovornost za plastiku koja je već u okolišu i stoga izvan kružnog procesa recikliranja. S jedne strane Kaufland pruža podršku pri uklanjanju postojećeg plastičnog otpada iz rijeka, jezera, mora i na kopnu. S druge strane, tvrtka prije svega želi aktivno spriječiti bacanje i odlaganje plastičnog otpada u okoliš. Ovdje je poseban fokus na glavnom izvoru onečišćenja mora: plastici koja se nalazi u blizini oceana (ocean bound plastic).

Ocean Bound Plastic je plastični otpad koji je zbog nedostatka infrastrukture za prikupljanje i recikliranje odložen izravno u prirodu, a zbog kiše,

vjetra i plime dospijeva u more. Kako bi zaštitila oceane, poduzeća Grupe Schwarz pomažu u uspostavljanju sustava gospodarenja otpadom, posebno u obalnim područjima i na vodenim putovima. U suradnji s globalnim partnerima, poput organizacije za zaštitu okoliša „One Earth – One Ocean e.V.“ ili projekta „Project STOP“ (Stop Ocean Plastics), poduzeća Grupe Schwarz su i u poslovnim godinama 2022. i 2023. osigurala da se plastični otpad na licu mjesta sustavno prikuplja i trajno integrira u procese recikliranja.

OEEO: One Earth – One Ocean

Jugoistočna Azija svjetska je regija koja je u najvećoj mjeri pogođena problematikom plastičnog otpada. Kao dio Grupe Schwarz, Kaufland Hrvatska k.d. ozbiljno shvaća svoju društvenu i ekološku odgovornost te se zalaže za dosljedno izbjegavanje, smanjenje i recikliranje plastike u sklopu zajedničke međunarodne strategije REset Plastic. U sklopu područja djelovanja REmove, poduzeća Grupe Schwarz preuzimaju odgovornost za plastiku koja je već u okolišu i stoga izvan kružnog procesa recikliranja. Pritom slijede dva cilja: s jedne strane, poduzeća žele aktivno spriječiti bacanje i odlaganje plastičnog otpada u okoliš, s druge strane pružaju podršku pri uklanjanju postojećeg plastičnog otpada iz rijeka, jezera, mora i na kopnu. U tu svrhu poduzeća Grupe Schwarz surađuju s raznim partnerima na globalnoj razini.

U suradnji s udrugom „One Earth – One Ocean e. V.“, stručnjacima iz tvrtke za upravljanje otpadom i kružno gospodarstvo „Wasteforchange“ i uz potporu indonezijske vlade i grada Bekasi, poduzeća Grupe Schwarz pokrenula su projekt BRIC (Bekasi River Cleanup). Cilj ove suradnje je održivo čišćenje spomenute rijeke kraj milijunskog grada prije nego što otpad dospije u more. Osim uklanjanja otpada iz rijeke, ovdje poseban fokus leži na izgradnji infrastrukture za recikliranje riječnog otpada i vođenju projekta na ekološki prihvatljiv način, na primjer uz pomoć vlastite električne energije iz fotonaponskih sustava. Predviđeno trajanje projekta je tri godine (2019-2022).



Projekt STOP

Kaufland Hrvatska k.d. se zalaže za dosljedno izbjegavanje, smanjenje i recikliranje plastike u okviru zajedničke međunarodne strategije za smanjenje plastike REset Plastic. Poduzeća Grupe Schwarz zajedno slijede viziju „Manje plastike – zatvoren kružni proces recikliranja“. U okviru područja djelovanja REMove posebno se zalažu za sprječavanje bacanja i odlaganja plastičnog otpada u okoliš i uklanjanje plastičnog otpada iz okoliša i, idealno, vraćanju istoga u kružni proces recikliranja.

U tom se kontekstu, Kaufland, kao dio Grupe Schwarz, pridružio Projektu STOP (Stop Ocean Plastics), u sklopu kojeg surađuje s gradovima i zajednicama u jugoistočnoj Aziji kako bi se spriječilo odlaganje smeća u morima i na obalama. Cilj ovog projekta je izgradnja učinkovitog sustava gospodarenja otpadom u Indoneziji. Jer globalni izazovi zahtijevaju i lokalna rješenja. Poduzeća Grupe Schwarz nude tehničku ekspertizu i prenose

potrebno znanje. Pristup: otpad treba reciklirati, a ne završiti u oceanima. Na ovaj način ne pomažemo samo okolišu, već se u ovom kontekstu otvaraju i brojna radna mjesta, posebice za žene.

Suradnja na projektu traje od ožujka 2019. Samo u 2021. godini 260.000 kućanstava priključeno je na sustave za otpad, reciklirano je 20.000 tona otpada, uključujući 2.400 tona plastike, te je otvoreno 226 radnih mjesta na puno radno vrijeme. Osim toga, dovršeno je pet postrojenja za recikliranje otpada (u Muncaru, Pasuruanu, Istočnoj Javi, Jembrani i Baliju) s ukupnim kapacitetom obrade od 150 tona dnevno.

Pilot projekt STOP-a koji je 2018. pokrenut u Muncaru, obalnom području Indonezije, bio je samo početak cijele priče. Daljnja partnerstva s gradovima već su sklopljena, a uz to su se stalno uključivale i nove regije za naknadne projekte.





**05 ODRŽIVI
ASORTIMAN**

DOBRO ZA OKOLIŠ I LJUDE

Kaufland posebnu pažnju pridaje održivom odabiru asortimana. Dostupnost proizvoda koji su proizvedeni na odgovoran način – poštujući okolišne i društvene norme – važna je za nas, naše kupce i partnere. Osim ponude proizvoda vlastite marke, Kaufland prepoznaje svoju aktivnu ulogu u podršci održivim praksama diljem svojih lanaca opskrbe.

Održivi asortiman u Kauflandu ističe se angažmanom prema lokalnim dobavljačima, bogatim izborom vegetarijanskih i veganskih proizvoda, očuvanjem mora i oceana te poticanjem prikladnih uvjeta uzgoja životinja. Važna nam je odgovorna primjena pesticida te pažljivo odabiremo certificirane proizvode koji

zadovoljavaju visoke standarde zaštite okoliša, pravednih radnih uvjeta i poštivanja ljudskih prava.

Svojom predanošću povećanju održivog asortimana Kaufland potiče održiviju prehranu koja nije samo dobra i zdrava za potrošače i zajednice, već i za naš planet – stvarajući tako budućnost u kojoj će održivi asortiman postati norma. U tom procesu važno je uspostaviti transparentnost duž cijelog dobavljačkog lanca. Uska suradnja s raznim dionicima, od dobavljača, nevladinih organizacija do struke i znanstvenih institucija, igra ključnu ulogu u stvaranju održivih poslovnih praksi, pa time i održivog asortimana u Kauflandu.

Dostupnost proizvoda koji su proizvedeni na odgovoran način – poštujući okolišne i društvene norme – važna je za nas, naše kupce i partnere.

ARTIKLI PREMA STANDARDIMA ODRŽIVOSTI*	JEDINICA	2021.	2022.	2023.
Artikli s Fairtrade certifikatom	broj	144	130	143
Artikli s logotipom EU-BIO	broj	426	401	431
Artikli s FSC® certifikatom (prehrambeni)	broj	54	81	56
Artikli s FSC® certifikatom (neprehrambeni)	broj	182	114	120
Artikli s Rainforest Alliance certifikatom	broj	144	108	178
Čaj iz održivog izvora	broj	15	14	19
Kava iz održivog uzgoja	broj	55	31	25
Jaja iz održivog uzgoja	broj	14	13	11

*Certificirani proizvodi ribarstva navedeni su u odjeljku o zaštiti oceana

Kauflandove robne marke

Kaufland nudi široki asortiman artikala vlastite robne marke za koje primjenjuje posebne standarde. Vlastita robna marka jamči upravljanje po najvišim standardima. Posebni zahtjevi odnose

se na proizvod, ali i na njegovo pakiranje te su dio okvirnog ugovora koji zaključuju dobavljač i Kaufland.

ARTIKLI	2021.	2022.	2023.
Prehrambeni artikli	15.801	14.525	14.655
Vlastita robna marka	2.159	2.058	2.175
Ostale robne marke	13.642	12.467	12.480
Neprehrambeni artikli	5.912	5.621	5.769
Vlastita robna marka	1.463	1.435	1.546
Ostale robne marke	4.449	4.186	4.223
Ukupno	21.713	20.146	20.424
Prehrambeni artikli (dobavljači sa sjedištem u RH)	12.631	11.366	11.433
Prehrambeni artikli (dobavljači sa sjedištem u RH) - udio (%)	79,9%	78,3%	78,0%
Neprehrambeni artikli (dobavljači sa sjedištem u RH)	3.792	3.534	3.674
Neprehrambeni artikli (dobavljači sa sjedištem u RH) - udio (%)	62,5 %	62,6 %	63,7 %

Odgovornija nabava sirovina

Sirovine ne čine samo osnovu našeg asortimana, već i središnju osnovu života i prihoda za mnoge ljude. Samim time je veća i važnost odgovorne, ekološki i društveno prihvatljive nabave sirovina, koja promiče pozitivne učinke u zemljama podrijetla, a istovremeno smanjuje i eliminira moguće negativne učinke za ljude, životinje i okoliš. Konkretni negativni učinci, i između ostalog, uključuju kršenja ljudskih prava kao što su dječji i prisilni rad ili nehumani radni uvjeti, smanjenje bioraznolikosti zbog upotrebe pesticida i gnojiva u poljoprivredi ili napredovanje klimatskih promjena krčenjem šumskih područja radi prenamjene u poljoprivredna zemljišta. Osim toga, opskrbeni

lanci u globaliziranom svijetu vrlo su razgranati, što otežava praćenje podrijetla sirovina. Transparentnost lanca opskrbe i sljedivost sirovina ključni su za implementaciju konkretnih ekoloških i društvenih standarda u opskrbnim lancima.

Za proizvode iz asortimana Kauflanda u Hrvatskoj prvenstveno se koriste poljoprivredne sirovine i poluproizvodi koje naši dobavljači nabavljaju iz Hrvatske i drugih zemalja podrijetla. Zajedno s našim dobavljačima i vanjskim partnerima diljem svijeta radimo na smanjenju i eliminiranju negativnih učinaka eksploatacije i prerade sirovina.

Temelj za to je poštivanje zakonskih minimalnih standarda. Uz dobrovoljne obveze i standarde, nadilazimo zakonske zahtjeve i surađujemo s dobavljačima i partnerima na projektima i mjerama.

Konkretni zahtjevi vezani uz zaštitu ljudi i okoliša definirani su u Kodeksu ponašanja koji su zajednički razvila poduzeća Grupe Schwarz, kao i u izvaji o načelima o poštivanju ljudskih prava i zaštite okoliša, koja su sastavni dio ugovora prilikom sklapanja poslovnog odnosa sa svim našim dobavljačima. Oni su dopunjeni zahtjevima o održivosti u okviru upravljanja nabavom usluga/robe. Od 2024. godine uveden je i dodatak ugovoru pod nazivom „ANA – Opći zahtjevi

održivosti” koji objedinjuje zahtjeve Kauflanda u vidu ekoloških kriterija, socijalnih standarda i dobiti životinja. Spomenuti zahtjevi redovito se ažuriraju.

Naputci za nabavu sirovina definirani su u tematskim, zajednički razvijenim internim uputama i smjernicama, primjerice za relevantne sirovine kao što su palmino ulje, kava, kakao, voće i povrće, riba ili za sveobuhvatne teme kao što je bolja dobit životinja.

Strategija nabave sirovina

U okviru strategije sirovina definirali smo ključne sirovine koje su od posebne važnosti za naše poslovanje zbog svog utjecaja i relevantnosti.

Održivija nabava sirovina jedna je od ključnih tema u zajednički razvijenoj strategiji Kauflandovih društava, a koordinira je odjel nadležan za pitanja održivosti u Nabavi u Kauflandu International. U okviru strategije sirovina, zajedno smo stvorili strukturu i procese za kontinuirano i cjelovito ispunjavanje regulatornih zahtjeva, postavljanje dobrovoljnih obveza za održiviju nabavu sirovina i za provedbu projekata u dogovoru s dionicima.

U ovoj strategiji sirovina definirali smo ključne sirovine koje su od posebne važnosti za naše poslovanje zbog svog utjecaja i relevantnosti. U tu svrhu Kaufland je uzeo u obzir postojeće analize rizika i ekspertize različitih dionika. Nakon što smo kod naših dobavljača nekoliko godina provodili revizije po pitanju rizika, za pojedine sirovine su 2020. godine napravljene sustavne evaluacije u pogledu njihovih socijalnih i ekoloških rizika. Ispitali smo utjecaje na teme kao što su

ljudska prava, klima, voda, bioraznolikost, krčenje šuma, sigurnost opskrbe i kružno gospodarstvo. Kao rezultat toga, ali i daljnjih analiza u kontekstu njemačkog Zakona o obvezama dužne pažnje u lancu opskrbe (LkSG) i dijaloga s dionicima definirali smo nekoliko ključnih sirovina. Kaufland je je definirao konkretne ciljeve za ove ključne sirovine i pokrenuo mjere vezane uz proizvode vlastite robne marke koje Kaufland Grupa nabavlja za sve nacionalne tvrtke Kauflanda. Krajem financijske godine 2022. već smo pokrenuli mjere i projekte za većinu ključnih sirovina. One se mogu pronaći u spomenutim smjernicama.

Održivije sirovine u asortimanu

Jedan od glavnih načina na koji naš asortiman činimo održivijim je nabava certificiranih sirovina. Uz pomoć certifikata možemo određene aspekte održivosti proizvoda implementirati, dokazati i učiniti vidljivima kupcima, uključujući način na koji se sirovine uzgajaju ili dobivaju, a samim time i unaprijediti sljedivost sirovina. Tako u okviru dobrovoljnih obveza zahtijevamo standarde i certifikate za određene sirovine i proizvode koji nadilaze zakonske zahtjeve.

Odabrani certifikati za sirovine u proizvodima vlastitih robnih marki Kauflanda Hrvatska:

- **Voće & povrće:** Od kraja 2023. sve jagode iz Španjolske nose certifikat AWS ili GLOBALG.A.P. SPRING. Cilj je da svi naši proizvođači voća i povrća u Španjolskoj, Portugalu, Italiji, Grčkoj, Egiptu, Južnoj Africi, Maroku, Izraelu i Čileu do kraja 2025. budu certificirani prema priznatim standardima za vođu.
- **Palmino ulje:** Proizvodi vlastite robne marke koji sadrže palmino ulje od 2019. godine certificirani su prema standardima RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil). Osim toga, Kaufland se kao član osnivač Foruma za održivo palmino ulje (Forum for Sustainable Palm Oil – FONAP) zalaže za održiviju proizvodnju palminog ulja u zemljama u razvoju te ispunjava dodatne kriterije FONAP-a.
- **Soja kao stočna hrana:** Od 1. siječnja 2022. za proizvodnju životinjskih proizvoda vlastitih robnih marki nabavljamo samo certificiranu stočnu hranu od soje, po mogućnosti u obliku fizički sljedivih opskrbenih lanaca. Zalažemo se za to da u nabavi soje prvi izbor bude europska soja iz programa kao što je Dunav Soja/Europe Soya. Ako je potrebno uvoziti soju za stočnu hranu, onda se oslanjamo na sustave certificiranja ProTerra ili RTRS (Round Table of Responsible Soy).

- **Riba:** Pri nabavi ribe, težimo ka tome da do kraja 2025. imamo 100% certificirane sirovine koje nose oznake održivosti MSC (Marine Stewardship Council), ASC (Aquaculture Stewardship Council), GLOBALG.A.P., Bio i BAP (Best Aquaculture Practice) za riblje proizvode i proizvode od ribe naših vlastitih robnih marki. Uz nekoliko iznimaka, ovaj cilj je već postignut. Kod nabave tune također dodatno zahtijevamo certifikat SAFE kojim se certificiraju proizvodi vezani uz izlov tune kod kojih ne postoji opasnost od ulova odnosno usmrćivanja dupina.

- **Crni, zeleni, bijeli te rooibos čaj:** Naše vlastite robne marke crnog, zelenog i bijelog čaja te čaja od rooibosa nose certifikate Fairtrade, Rainforest Alliance ili eko-oznaku Europske unije. Certificirani udio biljnih i voćnih čajeva kontinuirano raste.
- **Kakao:** Do kraja 2024. želimo u ponudi isključivo imati proizvode od kakaa vlastite robne marke koji nose certifikate održivosti Fairtrade, Bio ili Rainforest Alliance. Proizvodi uključuju čokolade, praline, peciva, snack i sezonske artikle, kolače, sladolede i žitarice.
- **Kava:** U sklopu asortimana vlastite robne marke nudimo samo mješavine kave, instant kavu, kapsule i cappuccino koji imaju certifikat Fairtrade, Rainforest Alliance ili Bio-certifikat.

Odjel Nabave, u suradnji sa svojim sektorom nadležnim za pitanja održivosti, svake godine identificira potencijale za poboljšanje u kontekstu održivosti. Prednost se daje proizvodima koji zadovoljavaju odgovarajuće, definirane kriterije i tako predstavljaju održivije alternative. Osim korištenja certificiranih sirovina, to također uključuje primjenu metoda regenerativne poljoprivrede, promicanje plaća koje omogućuju dostojanstvenu egzistenciju, korištenje ekološki prihvatljivih ambalažnih materijala, kao i mjere za smanjenje i eliminaciju emisija stakleničkih plinova u opskrbnom lancu.

Uz pomoć certifikata možemo određene aspekte održivosti proizvoda implementirati, dokazati i učiniti vidljivima kupcima.

Pregled ključnih sirovina



Dijalog s našim dionicima

Druga važna komponenta Kauflandove strategije vezane uz sirovine je razmjena informacija s različitim skupinama dionika kao što su dobavljači, neovisne organizacije i znanstvene institucije ili inicijative koje obuhvaćaju više dionika. To također uključuje pokretanje projekata s relevantnim partnerima u opskrbnom lancu i razvoj zajedničkih rješenja za cijelu branšu.

Kao jedan od pet partnera, Kaufland je dio pilot projekta vezanog uz opskrbne lance za soju bez

krčenja šuma i prenamjene zemljišta organizacije WWF Njemačka. Zajedno želimo razviti strategiju za implementaciju opskrbnih lanaca koji ne zahtijevaju krčenje šuma i prenamjenu zemljišta. WWF prilikom implementacije pruža podršku pomoću alata pod nazivom Deforestation and Conversion Free (DCF) Toolkits. Projekt podržava Njemačko društvo za međunarodnu suradnju (GIZ) GmbH u ime njemačkog Saveznog ministarstva za gospodarsku suradnju i razvoj (BMZ).

Eksterne oznake na proizvodima



Oznakom Aquaculture Stewardship Council (ASC) se označava odgovorno uzgojena riba i plodovi mora. Uzgajališta s ASC certifikatom moraju dokazati da rade na ekološki prihvatljiv način i osigurati dobre i pravedne radne uvjete. Više informacija na www.asc-aqua.org



Oznaka „Blue Angel“ koristi se za označavanje proizvoda i usluga koji su ekološki posebno prihvatljivi. Oni zadovoljavaju visoke standarde zaštite zdravlja i sigurnosti na radu, kao i upotrebljivosti. Više informacija na www.blauer-engel.de/en



Oznaka „Pamuk proizveden u Africi“ (CmiA) međunarodno je priznati standard za održivi pamuk iz Afrike. Fokus je na zaštiti okoliša i boljim radnim i životnim uvjetima za male uzgajivače i radnike u tvornicama za preradu pamuka. Više informacija na www.cottonmadeinafrica.org



EU organskim logotipom označava se hrana koja je proizvedena i kontrolirana u skladu sa zakonodavstvom EU-a za organsku proizvodnju. Ova oznaka koristi se za proizvode koji zadovoljavaju propise o ekološkoj proizvodnji i dobrobiti životinja. Više informacija na <https://agriculture.ec.europa.eu/farming/organic-farming/organic-logo>



Eko-oznakom Europske unije označavaju se dobra i usluge za svakodnevnu uporabu. Certifikat se koristi za proizvode koji imaju manji utjecaj na okoliš negoli drugi usporedivi proizvodi. Više informacija na www.ecolabel.eu



Certifikatom Fairtrade označavaju se proizvodi kod kojih su osigurane bolje cijene za mala obiteljska poljoprivredna gospodarstva, kao i pravedni radni uvjeti za radnike na plantažama u zemljama u razvoju i novoindustrijaliziranim državama. Više informacija na www.fairtrade-deutschland.de



Certifikat Fairtrade za kakao: proizvođači kakaa imaju mogućnost prodati dodatne udjele žetve prema uvjetima Fairtradea. Na taj način se poboljšavaju njihovi životni i radni uvjeti te se osigurava ekološki prihvatljivija proizvodnja. Više informacija na www.fairtrade-deutschland.de/siegel



Certifikatom FSC® označavaju se proizvodi od drveta i papira koji su neovisno certificirani prema strogim smjernicama neprofitne organizacije Forest Stewardship Council®. Time se promiče odgovorno gospodarenje šumama u cijelom svijetu. Više informacija na www.fsc-deutschland.de



Globalni standard organskog tekstila (Global Organic Textile Standard - GOTS) jamči održivu proizvodnju tekstila duž cijelog opskrbnog lanca. Od dobivanja organski proizvedenih, prirodnih sirovina preko ekološki i društveno prihvatljive proizvodnje tekstila sve do transparentnog označavanja proizvoda. Više informacija na www.global-standard.org



Oznakom GGN (GLOBALG.A.P. broj) označavaju se proizvodi koji potječu s poljoprivrednih gospodarstava certificiranih prema međunarodnom standardu za odgovornu poljoprivrednu praksu. Više informacija na www.ggn.org



Proizvodi koji su nositelji certifikata prema globalnom standardu Global Recycled Standard (GRS) sadrže reciklirane materijale. Oznaka GRS koristi se kod proizvoda koji se sastoje od najmanje 50% recikliranog materijala. Više informacija na www.textileexchange.org/



Kaufland je član dobrotvorne organizacije Leather Working Group (LWG) te promiče odgovorne prakse zaštite okoliša duž cijelog lanca opskrbe kožom. Više informacija na www.leatherworkinggroup.com



Certifikatom međunarodne neprofitne organizacije Marine Stewardship Council (MSC) označavaju se ribe iz održivog ribolova. Certifikat MSC osigurava da su riblje zalihe u dobrom stanju, da su morska staništa zaštićena, a prilov sveden na minimum. Više informacija na www.msc.org



Organic Content Standard (OCS) omogućuje precizno određivanje udjela ekološkog materijala u proizvodu i njegovo praćenje kroz proizvodni lanac. Certifikat OCS označava da je korišten organski pamuk. Više informacija na www.textileexchange.org



Logotip MADE IN GREEN by OEKO-TEX® jamči sljedivost tekstilnih proizvoda te ekološku, sigurnu i društveno odgovornu proizvodnju. Više informacija na www.madeingreen.com



Certifikatom „Bez GMO-a“ (Ohne GenTechnik) označava se hrana koja ne sadrži genetski modificirane sastojke do granice detekcije od 0,1 posto po sastojku. Više informacija na www.og-info.org



Oznakom Rainforest Alliance Certified označavaju se proizvodi poput kakaa, kave, čaja, agruma ili banana koji su uzgojeni uzimajući u obzir ekološke, društvene i ekonomske zahtjeve i standarde. Više informacija na www.rainforest-alliance.org



Oznakom SAFE američkog instituta za zaštitu okoliša Earth Island Institute certificiraju se proizvodi vezani uz izlov tune kod kojih ne postoji opasnost ulova dupina. Više informacija na www.delphinschutz.org



Oznaka održivog čišćenja (Cleanright) označava proizvode za čišćenje koji zadovoljavaju visoke standarde za sigurnost okoliša, minimiziraju otpad i pružaju jasne i transparentne informacije o održivoj upotrebi. Više informacija na www.cleanright.eu



Veganski cvijet britanskog veganskog društva identificira proizvode bez životinjskih sastojaka i stoga su prikladni za veganski način života. Više informacija na www.vegansociety.com



Europsku vegetarijansku oznaku V-Label nose vegetarijanski ili veganski proizvodi. Veganski proizvodi ne sadrže nikakve sastojke životinjskog podrijetla niti pomoćna sredstva za preradu poput mesa, ribe, jaja i mliječnih proizvoda. Više informacija na www.v-label.com



Kauflandove interne oznake na proizvodima



I mi želimo svijet učiniti malo boljim. Stoga se već dugo zalažemo između ostalog za namirnice iz održivog uzgoja, kao i za zaštitu okoliša, klime te biološke raznolikosti. Sve to činimo pod motom „Djela, ne riječi“. Više informacija na: www.kaufland.hr/djela



Logotip „Savjesno pakirano“ pruža informacije o našim mjerama optimizacije ambalaže. Više informacija na: <https://tvrka.kaufland.hr/nasa-odgovornost/djela-ne-rijeci/smanjujemo-plastiku/plasticni-otpad/odriza-ambalaza.html>



Logotip „Štedimo vodu“ nose proizvodi kod kojih je ostvarena ušteda vode u usporedbi s izvornim proizvodnim procesom. Koristimo ga kako bismo mjere uštede vode učinili transparentnim. Više informacija na: Lanac opskrbe | Kaufland



Logotipom „Za ponovnu upotrebu“ označavaju se neprehrambeni proizvodi koji se mogu koristiti više puta i koji ne moraju biti za jednokratnu upotrebu. Ova oznaka se koristi samo u komunikaciji, ali ne i na ambalaži.



Logotip „Receptura bez mikroplastike“ jasno ističe sadrži li neki od proizvoda naše vlastite marke mikroplastiku ili ne. Logotip se odnosi na recepturu dotičnog proizvoda, a ne na ambalažu ili popratne materijale kao što su maramice ili vata. Više informacija na: Mikroplastika | Kaufland



Logotipom „Bez ambalaže“ označavamo proizvode iz asortimana voća i povrća i koristi se samo u komunikaciji, a ne na proizvodu.

Naše mi najbolje paše

Kaufland već dugi niz godina surađuje s lokalnim dobavljačima, posebice proizvođačima hrane i OPG-ovima, te kontinuirano proširuje paletu domaćih proizvoda. Naša je odgovornost kupcima ponuditi i omogućiti što širi izbor svježih i zdravih proizvoda, a ponuda je sezonalna i regionalna. Skraćivanjem opskrbnih lanaca moguće je postići bližu suradnju s dobavljačima, veću

transparentnost, smanjenje emisija stakleničkih plinova i utjecaja na prirodu te jačanje lokalnih proizvođača i općenito lokalnog gospodarstva. U 2023. godini Kaufland Hrvatska k.d. je zadržao veliki udio lokalnih dobavljača tj. dobavljača sa sjedištem u Hrvatskoj, njih 64 %, koji ostvaruju 77 % ukupnog financijskog prometa.

DOBAVLJAČI	JEDINICA	2021.	2022.	2023.
Dobavljači sa sjedištem u RH	broj	565	549	518
Dobavljači sa sjedištem izvan RH	broj	297	266	287
Ukupno	broj	862	815	805
Udio dobavljača sa sjedištem u RH	%	66,5 %	67,4 %	64,3 %
Udio dobavljača sa sjedištem u RH u ukupnom volumenu	%	78,2 %	77,7 %	76,7 %

LOKALNO NABAVLJENA HRANA	JEDINICA	2021.	2022.	2023.
Lokalno nabavljeni prehrambeni proizvodi	broj	12.631	11.366	11.433
Udio lokalno nabavljenih prehrambenih proizvoda	%	79,9 %	78,3 %	78,0 %

LOKALNI DOBAVLJAČI HRANE	JEDINICA	2021.	2022.	2023.
Dobavljači hrane sa sjedištem u Republici Hrvatskoj	broj	482	464	433
Udio dobavljača hrane sa sjedištem u Republici Hrvatskoj	%	64,2 %	66,2 %	62,6 %

Kroz projekt „Naše mi najbolje paše“ Kaufland surađuje sa 75 domaćih proizvođača, od kojih je čak 40 proizvođača voća i povrća. Ti su proizvodi prepoznati kao simbol domaće kvalitete, a moguće ih je naći pod K-Classic, K-Favourites, K-Purland i K-Bio linijama proizvoda. Oznaka „Naše

mi najbolje paše“ jamči hrvatsku sirovinu, hrvatsko podrijetlo, hrvatske proizvođače te tradicionalne recepture i izvorne okuse. Uz to, stabilnom suradnjom domaćih proizvođača s Kauflandom osigurava im se sigurnost u planiranju poslovanja, a time i sigurnost radnih mjesta.

Od 2022. uveden je i Model ugovorene proizvodnje voća i povrća koji omogućava dovoljne količine lokalno uzgojenog voća i povrća (jagoda, bresaka, začinskog bilja, kupusa, luka, rajčica i dr.).

Proizvođač i Kaufland zajedno dogovaraju i prate cijeli proces koji se sastoji od četiri faze:

- odabir sjemena (i količine),
- sadnje,
- praćenja rasta i
- berbe.

Ugovorena proizvodnja za naše kupce osigurava:

- kvalitetu (bira se najbolje sjeme za najbolje plodove)

- svježinu i izbor (tijekom cijele godine na našim policama se mogu pronaći domaći proizvodi)
- sigurnost (proizvodi su domaći i bez GMO-a).

Ovim naprednim procesom Kaufland prati strategiju održivog razvoja, vodi računa o biološkoj raznolikosti i potiče razvoj domaćih dobavljača nudeći im garantirani otkup i plasman robe na tržištu. Partneri u ovom projektu su dugogodišnji dobavljači Kauflanda iz četiri regije: Međimurja, Središnje Hrvatske, Dalmacije i Podravine. Projektom je u 2023. osigurano preko 10.000 tona voća i povrća domaćih proizvođača.

UGOVORENA PROIZVODNJA VOĆA I POVRĆA	JEDINICA	2021.	2022.	2023.
Broj dobavljača	broj	-	4	9
Broj artikala	broj	-	12	36
Količine	tona	-	6,5	10,7





Zelena medalja: samo najbolje od lokalnog

Ekološka i lokalna proizvodnja sve su važnije, a poticanje domaćih poljoprivrednika i proizvođača u interesu je cjelokupnog društva. Samo snažnom i zdravom lokalnom poljoprivredom možemo osigurati i zaštitu prirode. Partnerstvom između Kauflanda i medijskog portala 24 sata dvije godine zaredom organiziran je nagradni natječaj Zelena medalja kojim je odabran najbolji eko-proizvod odnosno najbolji eko-proizvođač. Natječaj je privukao veliki broj lokalnih proizvođača, a

pobjednicima je osiguran plasman minimalno jednog proizvoda na policama Kauflanda, u trajanju od 12 mjeseci, ovisno o proizvodnim kapacitetima pobjednika natječaja. Ovaj projekt njeguje trud najboljih lokalnih eko proizvođača, olakšava pristup tržištu te educira javnost o važnosti održive i odgovorne potrošnje.

AGRIVI: Od polja do police

Kada je riječ o domaćoj kontroliranoj proizvodnji svježeg voća i povrća, Kaufland je u 2023. otišao korak dalje. Putem digitalne platforme AGRIVI osigurao je još bolju kontrolu proizvoda i dobavljača. Kroz ranije spomenuti model ugovorene proizvodnje kojim Kaufland osigurava dostupnost domaćeg svježeg voća i povrća te

s pomno odabranim lokalnim proizvođačima sudjeluje u uzgoju određene sorte (od biranja sjemena, nadgledanja razvoja, sve do plasiranja u trgovine Kauflanda), platforma sada omogućava i kupcima provjeru proizvoda.

Skeniranjem QR koda koji je dostupan u katalogu i trgovinama, kupci mogu doznati važne informacije o sorti, procesu proizvodnje (postupci uzgoja i briga za usjeve) i porijeklu proizvoda. Platforma prikuplja informacije od početka do kraja procesa proizvodnje i na taj način kupcima omogućava sigurnost pri odabiru hrane. Transparentnost, pouzdanost informacija o podrijetlu, kvaliteti i sigurnosti kao i informiranost o postupcima uzgoja i brizi za usjeve ključni su za izgradnju povjerenja u proizvod i proizvođače te olakšavaju kupcima odabir u skladu s njihovim vrijednostima.

Skeniranjem QR koda potrošač može dobiti uvid u podatke o sljedivosti kao što su korišteni resursi, primijenjena hranjiva (npr. dušik), primijenjene aktivne tvari, podatci o prehrani (kalorije, proteini, ugljikohidrati, masti), geografski položaj polja, fotografije farme i sl.



AGRIVI platforma omogućava:

Sljedivost

Sljedivost, odnosno da proizvodi dolaze iz pouzdanih izvora i da su sigurni za konzumaciju



Transparentnost i pouzdanost

Transparentnost i pouzdanost informacija o podrijetlu, kvaliteti i sigurnosti



Informiranost

Informiranost o postupcima uzgoja i brizi za usjeve



Povećanje povjerenja

Povećanje povjerenja u proizvod i vjernosti Kaufland brendu



Položaj

Položaj polja na karti i fotografiju farme



BIOLOŠKA RAZNOLIKOST - OSNOVA SVEGA ŽIVOTA

Biološka raznolikost, poznata i kao bioraznolikost, osnova je cjelokupnog života na Zemlji. Osim genetske raznolikosti i raznolikosti ekosustava, raznolikost vrsta jedan je od aspekata bioraznolikosti. Ova tri aspekta usko su povezana i tvore mrežu biološke raznolikosti koja našu Zemlju čini jedinstvenom.

Raznolikost vrsta na kopnu, u vodi, tlu i zraku ključna je za funkcioniranje ekosustava i ljudskog

prehrambenog lanca. Velik broj kukaca, poput divljih pčela, oprašivanjem osigurava očuvanje 80 % divljih i kultiviranih biljaka na Zemlji. No populacija gotovo polovice svih vrsta kukaca naglo opada i znanstvenici vjeruju da bi mnoge vrste uskoro mogle izumrijeti. Razlozi za to su širenje poljoprivrednih površina, monokulture i uporaba poljoprivrednih kemikalija. I mnogim drugim vrstama prijete izumiranje.



Upravljanje pesticidima

Bioraznolikost je temelj bogatog asortimana namirnica. No, upravo poljoprivredni uzgoj može imati negativan utjecaj na biološku raznolikost. Kako bi doprinio zaštiti i očuvanju biološke raznolikosti te smanjio negativne utjecaje na okoliš, Kaufland Hrvatska k.d. poduzima niz mjera. Važna komponenta upravo je Kauflandovo upravljanje pesticidima za asortiman voća i povrća.

Kaufland još od 2006. godine radi na vlastitim projektima zajedno s dobavljačima s kojima se zalaže za integriranu poljoprivredu te smanjenje i izbjegavanje pesticida u uzgoju voća i povrća. Sustavnim pristupom smanjuje se upotreba pesticida. Kauflandovi standardi nadilaze zakonske zahtjeve jer ograničavaju čak i odobrene aktivne sastojke kako bi se uporaba pesticida u uzgoju svela na što manju moguću mjeru. „Kauflandove opće specifikacije“ i „Kauflandov popis izuzeća za posebno opasne ili štetne pesticide“ sadrže detaljne informacije i upute za postupanje. Kauflandov popis izuzeća za posebno opasne ili štetne pesticide sadrži sve aktivne supstance koje Kaufland zabranjuje ili su zabranjeni prema međunarodnim smjernicama (WHO-popisi 1a + 1b te prema Stockholmskoj i Rotterdamskoj konvenciji).

Kaufland Hrvatska k.d. se dosljedno zalaže za to da proizvođači koriste pesticide samo ako ne postoje adekvatne agrotehničke alternative. Neovisnim kontrolama redovito provjeravamo poštivanje interno definiranih standarda. Naš je uspjeh što smo već sada predvodnici u smanjenju upotrebe pesticida u uzgoju voća i povrća, kao

i cvijeća i biljaka, a naši se standardi smatraju najstrožima u industriji.

Na razini proizvoda oslanjamo se na različite certifikate koji također uzimaju u obzir kriterije bioraznolikosti. To obuhvaća oznake za Bio-proizvode, certifikate FSC® (Forest Stewardship Council) za proizvode od drveta i papira, MSC (Marine Stewardship Council) i ASC (Aquaculture Stewardship Council) za proizvode iz ribarstva, Rainforest Alliance za proizvode poput kakaa, kave, čaja, agruma, lješnjaka ili banana te Fairtrade za proizvode poput kakaa, kave, čaja ili banana.

Od 2016. godine Kauflandu podršku u očuvanju biološke raznolikosti pruža organizacija Bodensee-Stiftung. Organizacija ocjenjuje mjere bioraznolikosti i rješenja za zaštitu klime utemeljena na prirodi te ih strateški klasificira. Kaufland Hrvatska k.d. koristi ovu profesionalnu ekspertizu i ima pristup aktualnim dostignućima i saznanjima. Kao suosnivač udruge „Food for Biodiversity“, Kaufland Stiftung & Co. KG se zalaže za zaštitu biološke raznolikosti u suradnji sa svim dionicima u prehrambenom sektoru, organizacijama za standardizaciju i ekološkim udrugama za zaštitu biološke raznolikosti. U tu svrhu provodimo pilot projekte kojima se testira osnovni skup kriterija bioraznolikosti koji je razvijen unutar udruge. Cilj Kauflanda je unaprijediti standarde bioraznolikosti u proizvodnji hrane na europskom tržištu.

Kaufland Hrvatska k.d. se dosljedno zalaže za to da proizvođači koriste pesticide samo ako ne postoje adekvatne agrotehničke alternative.

ZDRAVA MORA I OCEANI

Naša mora i oceani pod stalnim su pritiskom klimatskih promjena, prekomjernog izlova i zagađenja. Kako bismo doprinijeli njihovom očuvanju zalažemo se za more bez plastike, održivo ribarstvo i akvakulturu. Kaufland u svom svakodnevnom poslovanju preuzima gospodarsku, društvenu i ekološku odgovornost, što uključuje i odgovoran odabir asortimana, pa tako i proizvoda iz ribarstva.

Kaufland je 2017. godine usvojio politiku za nabavu ribe kako bi osigurao odgovornost u nabavi, svoje kupce usmjeravao prema održivim odabirima te kao dugoročni cilj osigurao zamjenu postojećeg asortimana održivijim proizvodima. Smjernice za nabavu primjenjuju se na cjelokupan asortiman proizvoda iz ribarstva, za vlastite, trgovačke i industrijske marke. Interni „Popis ribe za održivo nabavljanje“ se kontinuirano, najmanje jednom godišnje, aktualizira prema novim znanstvenim spoznajama.

Područje primjene smjernice uključuje društvo Kaufland International i posljedično postavlja minimalne zahtjeve za riblji asortiman na sveobuhvatan i obavezujući način. Nadležni zaposlenici u Nabavi dužni su nabavljati riblje proizvode isključivo u skladu sa Smjernicom te o

tome obavijestiti dobavljače i pravno ih obvezati na primjenu iste. Smjernica je i sastavni dio ugovora s našim koncesionarima.

U sklopu odgovorne nabave proizvoda iz ribarstva ističu se sljedeći ciljevi/mjere:

1. preferirani popis certificiranih proizvoda (npr. MSC, ASC, GGN, BIO itd.)
2. uvrštavanje proizvoda iz projekata poboljšanja ribarstva (FIP) u asortiman
3. potpuna transparentnost i sljedivost sirovina
4. redovit dijalog s dobavljačima, političarima, nevladinim organizacijama i znanosti
5. informiranje potrošača i promicanje održive potrošnje
6. osiguravanje minimalnih društvenih i ekoloških standarda u opskrbnom lancu
7. podržavanje projekata vezanih uz ribarstvo i akvakulturu

Kada god je to moguće, izbjegavamo ribu, morske plodove i školjke:

- koji se love metodama koje su iznimno štetne za okoliš (prije svega pridnene povlačne mreže sa širilicama, povlačne mreže sa strašinom, povlačne mreže za lov na velikim dubinama, kružne mreže s uređajima za privlačenje ribe [Fishing Aggregation Devices])
- koji se ubrajaju u ugrožene vrste riba ili im prijete izumiranje
- koji se ubrajaju u prekomjerno izlovljene vrste ribe
- za čije zalihe nema dovoljno dostupnih podataka za znanstvenu procjenu.

Isključene su ribe (i riblji proizvodi) iz ilegalnog, nedokumentiranog i nereguliranog ribolova (IUU), kao i ribe iz ribolova s ilegalnim metodama ulova.

Za proizvode iz akvakultura vrijedi sljedeće:

1. Preferirani popis certificiranih proizvoda (npr. MSC, ASC, GGN, BIO itd.)
2. Svesti udio hrane iz industrijskog ribarstva i povećati primjenu hrane iz održivih izvora
3. Bez preventivne primjene lijekova, antibiotika i kemikalija; općenito smanjena i ciljano primjena lijekova/kemikalija
4. Uzgoj hrane bez krčenja šuma
5. Bez hranjenja genetski modificiranom hranom

6. Bez metoda uzgoja koje negativno utječu na floru i faunu (npr. na staništa drugih vrsta, šume mangrova, domaće divlje vrste životinja itd.)
7. Mjere koje sprječavaju bijeg rasplodnih životinja
8. Ne upotrebljavati jaja/mlade iz divljeg ulova kao populaciju za uzgoj
9. Uzgojna gustoća u skladu s prirodnim uvjetima pojedine vrste
10. Funkcionalan sustav upravljanja fekalijama i otpadnim vodama kako bi se isključilo onečišćenje voda i tla.

U interesu transparentnog opskrbnog lanca, naši dobavljači dužni su osigurati potpunu sljedivost proizvoda do ribolovnog broda/uzgajališta te dana ulova. Kako bi dokazao navedene podatke, dobavljač je obavezan dostaviti nam odgovarajuću dokumentaciju. Prilikom označavanja proizvoda potrebno je poštivati minimalne važeće zakonske propise. Osim toga, cilj je da svi proizvodi unutar područja primjene ove smjernice imaju kompletnu oznaku na proizvodu/pakiranju (gdje je primjenjivo), a u slučaju svježih ribe također i na otpremnici.

CERTIFICIRANI ARTIKLI IZ RIBARSTVA	2021.	2022.	2023.
Artikli s MSC certifikatom	37	27	25
Artikli vlastite robne marke	24	19	15
Ostali artikli	13	8	10
Artikli s ASC certifikatom	9	6	9
Artikli vlastite robne marke	4	3	7
Ostali artikli	5	3	2
Ostali certificirani artikli	40	13	18
Ukupno certificiranih artikala	86	46	52
Udio održivih artikala iz ribarstva	34,3 %	22,3 %	27,8 %

Iako je broj certificiranih proizvoda iz ribarstva nešto manji u usporedbi s prethodnim godinama, Kaufland kontinuirano radi na svom asortimanu. Tako je u narednom razdoblju planirano uvođenje novih ribljih proizvoda u asortiman. U asortimanu svježe ribe certificirani proizvodi su pravilo. Dio naših ribljih proizvoda nosi i oznaku „Riba Hrvatske“ kojim se označava domaće podrijetlo ribe što jamči smanjenje emisije stakleničkih plinova.

Više o Kauflandovoj smjernici za nabavu ribe kao i popis vrsta koje je potrebno izbjegavati u Kauflandovom asortimanu možete pročitati na poveznici.



Čuvamo posidoniju, morsku travu sa zadatkom

Posidonija (lat. *Posidonia Oceanica*) ujedno znana kao morska pluća, endemska je vrsta Sredozemnog mora, važna za borbu protiv klimatskih promjena i očuvanje bioraznolikosti.

Osim kroz nabavu održivih proizvoda iz ribarstva, Kaufland doprinosi očuvanju morskog svijeta i raznim lokalnim projektima koji doprinose očuvanju biološke raznolikosti. U suradnji s Javnom ustanovom Nacionalni park Kornati, Kaufland je u 2022. i 2023. postavio ukupno 20 ekološki prihvatljivih bova za sidrenje koje izravno štite livade posidonije.

Posidonija (lat. *Posidonia Oceanica*) ujedno znana kao morska pluća, endemska je vrsta Sredozemnog mora, važna za borbu protiv klimatskih promjena i očuvanje bioraznolikosti. Prema WWF-u, staništa posidonije utočište su za više od 400 biljnih i

1.000 životinjskih vrsta. Međutim, posidonija je ozbiljno ugrožena. S jedne strane iznimno je osjetljiva na zagađenje mora i rast temperature, a s druge strane - pod stalnim je udarom ribarskih mreža i slobodnog sidrenja. Važno je naglasiti da bove nisu postavljene uobičajenim načinom - vezanjem na betonske blokove, već metodom bušenja stjenovitog dna i postavljenjem tzv. sidra koje ostaje ukopano u bušotini bez značajnijeg oštećenja morskog dna.



ČUVAJMO POSIDONIJU, MORSKU TRAVU SA ZADATKOM

**KAUFLAND
ZA ODRŽIVOST**



Livade morske trave posidonije upijaju velike količine CO₂ te ih je nužno zaštititi i očuvati. Zato smo u NP Kornati postavili 20 bova za sidrenje čime sprječavamo korištenje klasičnih brodskih sidara koja uništavaju staništa posidonije.



Saznaj više o projektu na kaufland.hr/klima



KORNATI
Nacionalni park
National Park

**Djela,
ne riječi.**



VEGANSKI I VEGETARIJANSKI PROIZVODI

Naša prehrana ima veliki utjecaj na zaštitu prirode, a vegetarijanski i veganski proizvodi mogu pridonijeti smanjenju ekološkog otiska i povećanju dobrobiti životinja. Prije svega, odabirom ovih proizvoda smanjuje se potražnja za mesom i mliječnim proizvodima, što može pozitivno utjecati na okoliš, smanjiti emisije stakleničkih plinova te potrošnju resursa koji se koriste prilikom proizvodnje hrane - poput vode i zemlje.

Kaufland neprestano širi svoj K-take it veggie asortiman i kupcima nudi odgovorniju alternativu,

a kako bi osigurao lakše snalaženje svi proizvodi na pakiranju imaju logo „V-Label“ koji označava vegetarijanske i veganske proizvode u skladu s propisima Europske vegetarijanske unije (EVU). U cjelokupnom asortimanu je na raspolaganju više od 1.200 namirnica, a u mnogim slučajevima proizvodi nose i BIO-pečat kojim Kaufland jamči da se radi o kontroliranom ekološkom uzgoju.



DOBROBIT ŽIVOTINJA

Zahtjevi za dobrobit životinja obuhvaćaju stroga pravila u prehranbenim i neprehanbenim proizvodima radi osiguranja etičnosti i poštovanja životinja.

Smjernica za dobrobit životinja Kauflanda International služi kao obvezujuća specifikacija za sklapanje ugovora pri nabavi životinjskih proizvoda. Ova smjernica postavlja ciljeve i konkretne mjere koje nadopunjuju postojeća načela za održiviji odabir asortimana te konkretiziraju provedbu odgovorne nabave robe, posebno uzimajući u obzir aspekte dobrobiti životinja. Dobavljači i naši ugovorni poljoprivrednici dužni su pridržavati se navedenih standarda i zahtjeva. Njih redovito provjeravaju neovisni instituti ili neutralna certifikacijska tijela, kao i vlastiti stručnjaci za dobrobit životinja pa se u sklopu njihovih posjeta i revizija na licu mjesta kontrolira usklađenost s definiranim zahtjevima.

Zahtjevi za dobrobit životinja obuhvaćaju stroga pravila u prehranbenim i neprehanbenim proizvodima radi osiguranja etičnosti i poštovanja životinja. Također, Kaufland promiče regionalne programe koji prakticiraju oblike uzgoja koji su pravedniji prema životinjama.

U pogledu prehrane, izbjegava se uvoz govedine iz Brazila te se ne prodaju žive ribe. Također, isključuju se proizvodi koji dolaze:

- od gusaka i patki koje se hrane na silu ili čerupaju na živo,

- s farmi na kojima se koriste majmuni za berbu kokosa,
- od genetski modificiranih, kloniranih životinja i/ili životinja podvrgnutih tehnikama uređivanja genoma,
- od mesa klokana,
- životinja kojima prijeti izumiranje.

Što se tiče neprehanbenih proizvoda, isključeni su proizvodi:

- od krzna ili proizvodi s krznem dijelovima,
- od angora vune,
- od svile,
- od mohera,
- od ovčje vune dobivene metodom mulesing (otkidanje kože sa stražnjice ovce),
- od egzotičnih ili zaštićenih divljih životinja (npr. klokan, antilopa, zebra, krokodil, noj),
- od ulja nerca,
- od paperja i perja koje se dobiva čerupanjem životinje na živo.



Kako bismo aktivno unaprijedili standarde dobrobiti životinja, definirali smo konkretne mjere,

pristupe i ciljeve. Oni su podijeljeni u sljedećih **sedam stupova**:

1. Oblikovanje asortimana

Vodimo računa o dobrobiti životinja kako pri odabiru asortimana tako i pri nabavi robe. Uspostavili smo obvezujuće zahtjeve za nabavu prehranbenih i neprehanbenih proizvoda.

2. Revizije

Naši dobavljači i ugovorni poljoprivrednici dužni su se pridržavati navedenih standarda i zahtjeva. Njih redovito provjeravaju neovisni instituti ili neutralna certifikacijska tijela, kao i naši vlastiti stručnjaci za dobrobit životinja pa se u sklopu njihovih posjeta i revizija na licu mjesta kontrolira usklađenost s definiranim zahtjevima.

3. Dijalog

Nastojimo biti aktivan partner u društveno-političkoj raspravi. Želimo u svim zemljama u kojima Kaufland posluje uspostaviti aktivan dijalog dionika. Osim toga, redovito razmjenjujemo informacije o svim segmentima lanca vrijednosti s dobavljačima, poljoprivrednim predstavnicima (proizvođačima), skupinama proizvođača, interesnim skupinama, nevladinim organizacijama i predstavnicima znanosti i politike kao i drugim dionicima u branši. Susreti i usavršavanja omogućuju stalnu razmjenu iskustava s našim ugovornim poljoprivrednicima.

4. Promicanje boljih uvjeta uzgoja

Naše dobavljače i ugovorne uzgajivače obvezujemo na poštivanje i svakodnevnu primjenu propisanih standarda i zahtjeva u uzgoju životinja. Također promičemo regionalne programe koji prakticiraju oblike uzgoja koji su pravedniji prema životinjama.

5. Primjena lijekova i stočna hrana

Povećanjem udjela poboljšanih uvjeta uzgoja, a samim time i higijenskih standarda, želimo doprinijeti tome da se upotreba lijekova u stočarstvu smanji na nužnu razinu. Promičemo stočnu hranu iz domaće proizvodnje i, u slučaju soje, iz uzgoja bez krčenja šuma i prenamjene zemljišta. Zalažemo se za korištenje alternativnih izvora proteina.

6. Odgovoran prijevoz i omamljivanje životinja

Posebnu pozornost pridajemo transportu životinja bez stresa te se zalažemo za to da transportne rute za živu stoku budu što kraće. U okviru programa dobrobiti životinja određene zemlje, Kaufland je s tamošnjim ugovornim uzgajivačima dogovorio da udaljenost između gospodarstva i klaonice ne smije biti veća od 250 kilometara. Takva obveza vrijedi primjerice za svinjski program robne marke "K-Wertschätze" (danas "K-Respekt fürs Tier") u Njemačkoj. Podržavamo primjenu kamera u klaonicama kako bismo osigurali istovar životinja bez stresa i omamljivanje prije klanja usklađeno s dobrobiti životinja.

7. Inicijative, standardi i certifikati

Kaufland je uključen u nacionalne i međunarodne inicijative te surađuje s različitim pružateljima standarda. Proizvode iz održivijih izvora označavamo posebnim oznakama kako bi bili vidljiviji za naše kupce.

Jaja iz alternativnog uzgoja

U slučaju prerađenih proizvoda vlastite robne marke (npr. tjestenine i peciva) vrlo je važno korištenje jaja iz podnog ili slobodnog uzgoja. Odabrani proizvodi na pakiranju imaju natpis „s

jajima iz podnog uzgoja“. Kaufland ima jasan cilj: najkasnije do 2025. ukloniti svježa jaja iz kaveznog uzgoja ili uzgoja u malim grupama, kao i prerađene proizvode vlastite marke koji sadrže takva jaja.

UDIO JAJA IZ ODRŽIVOG UZGOJA	2021.	2022.	2023.
Artikli vlastite robne marke	100%	100%	100%
Ostali artikli	32,1 %	34,8%	24,0 %

100 % uzgojeno u Hrvatskoj

Nacionalnim programom dobrobiti svinja „100 % uzgojeno u Hrvatskoj“ i oznakom izvornosti „100 % hrvatsko meso“ za svinjsko meso koje je 100 % hrvatsko, Kaufland podržava regionalne proizvođače i surađuje s gospodarstvima u Slavoniji koja na svojim farmama uzgajaju svinje. Životinje imaju na raspolaganju 10 % više prostora nego što je propisano zakonom. Hrane se isključivo stočnom hranom bez GMO-a koja u potpunosti potječe s hrvatskih i lokalnih polja te koju redovito provjeravaju neovisni instituti.

Vlastiti uzgoj stočne hrane na farmi jamči opskrbni lanac bez sječe šuma i prenamjene zemljišta te osigurava kratke transportne rute. Sprječavanjem krčenja šuma postiže se pozitivan učinak na okoliš, što je dijametralno suprotno učinku koji nastaje ekološki neprihvatljivom proizvodnjom i isporukom uvezene sojine stočne hrane, primjerice iz Brazila. Osim toga, postoje i redovite revizije dobrobiti životinja. S proizvođačima postoji direktan ugovorni odnos koji jamči poštene naknade

Svi proizvodi označeni oznakom „Naše mi najbolje paše“ predstavljaju meso peradi domaćeg podrijetla i proizvodnje te su pripremljeni prema

tradicionalnoj recepturi. Svi proizvodi od peradi prolaze strogu kontrolu kvalitete; svaki korak proizvodnje može se pratiti pomoću sustava sljedivosti. Kako bismo osigurali najvišu razinu sigurnosti, kvalitetu proizvoda pod vlastitom robnom markom „K-Purland“ provjerava i Nastavni zavod za javno zdravstvo „Dr. Andrija Štampar“. Svi proizvodi od peradi s oznakom „Naše mi najbolje paše“ nose i oznaku „Meso hrvatskih farmi“ koju dodjeljuje Ministarstvo poljoprivrede Republike Hrvatske. Dobavljači peradarskih proizvoda moraju posjedovati IFS ili BRC certifikat, što je dodatna garancija kvalitete.

Kaufland Hrvatska k.d. trenutno razvija program za novu vlastitu robnu marku koja je predviđena za pileći asortiman s uslužnog pulta te provodi pregovore s potencijalnim dobavljačima. Važno nam je da se uzmu u obzir relevantni kriteriji za dobrobit životinja poput stočne hrane koja sadrži veći udio kukuruza te ne sadrži GMO. Osim toga, poželjno je koristiti hranu koja potječe iz Hrvatske ili EU-a ili pak koristiti alternativne izvore proteina.



Samo dobro mlijeko

U 2023. godini Kaufland je najavio da će od 2024. u ponudi imati isključivo mlijeko vlastite robne marke od tipa uzgoja 2 naviše⁹ koji jamče kvalitetnije uvjete uzgoja, a kupcima će kroz

postupno označavanje omogućiti transparentnost pri odabiru mlijeka iz odgovarajućih uzgojnih uvjeta.

⁹ Uzgoj tipa 1 – krave žive u staji s bokovima i omjerom broja životinja prema ležaju 1:1. To znači da imaju dovoljno prostora za ležanje i nemaju pristup svježem zraku; Uzgoj tipa 2 – prostor za ležanje krave je veći, a ako je teža od 350 kilograma, ima pravo na četiri četvorna metra više prostora, izvodi se na svježi zrak dva sata 120 dana u godini u dvorištu ili u boksu na malom prostoru; Uzgoj tipa 3 – krave koriste dvorište ili pašnjak tijekom cijele godine, nisu vezane i imaju malo više prostora za ležanje.

The background of the slide is a close-up, high-resolution photograph of several thick, braided ropes. The ropes are made of natural fibers, likely cotton or hemp, and are arranged in a way that creates a sense of depth and texture. The lighting is soft, highlighting the individual strands and the intricate braiding pattern. The overall color palette is muted, consisting of various shades of beige, tan, and light brown.

06 ODGOVORNOST U DOBAVLJAČKOM LANCU

Kaufland Hrvatska k.d. ima izrazito dugačak dobavljački lanac koji uključuje ljude diljem svijeta. Naši dobavljači žive i rade na raznovrsnim tržištima, u raznolikim kulturama te gospodarskim i klimatskim prilikama. Svjesni smo svog utjecaja na njihovu dobrobit. Zalažemo se za poštenu poslovnu praksu, transparentnost, dobre radne i životne uvjete, ljudska prava i ekološki prihvatljivo ponašanje duž našeg vrijednosnog lanca. Dosljedni međunarodni standardi i politike za sva pitanja održivosti koja utječu na Kaufland podržavaju provedbu ciljeva održivosti. Bliska suradnja sa stručnjacima za održivu nabavu omogućuje Kauflandu implementaciju ciljanih mjera koje nam pomažu da ispunimo svoje odgovornosti trgovačkog lanca.

Od naših partnera u dobavljačkom lancu očekujemo da se usklade s međunarodnim standardima i smjernicama za osiguranje poštenih i sigurnih uvjeta rada i života. Kaufland provodi sustavnu analizu rizika u svom lancu opskrbe radi pravovremenog otkrivanja i procjene rizika

u pogledu ljudskih prava i okoliša. S obzirom na velik broj poslovnih partnera i proizvoda iz cijelog svijeta, značajnu pažnju skrećemo na rizike duž našeg lanca opskrbe. U okviru analize rizika ocjenjuju se poslovni partneri temeljem jedinstvene metode i klasificiraju se na bazi rizika. Procjene i analize se temelje na konvencijama i dokumentima Ujedinjenih naroda, smjernicama i preporukama OECD-a, Svjetske banke, Međunarodne organizacije rada za ocjenjivanje rizika zemalja podrijetla, sirovina i proizvoda. Osim u skladu s međunarodnim smjernicama, Kaufland kontinuirano procjenjuje potencijalni i stvarni rizik kršenja ljudskih prava u lancima opskrbe i na temelju međunarodno priznatih studija, indeksa i kretanja - uključujući Transparency International i Failed State Index, procjene korupcije i dječjeg rada. Na temelju analize rizika razvijamo mjere za izbjegavanje ili smanjenje negativnih učinaka našeg poslovanja.

ZAHTJEVI ODGOVORNOSTI ZA DOBAVLJAČE

Svi su dobavljači Kauflanda dužni prihvatiti i poštovati Kodeks ponašanja.¹⁰ Kodeksom se propisuje obveza poštivanja međunarodnih konvencija i nacionalnih zakona, zabrana svih vrsta diskriminacije, pošteno postupanje, dostojni uvjeti rada uključujući radno vrijeme, obveze ugovora o radu, jamstvo zaštite zdravlja i sigurnosti radnika, kao i stroga zabrana prisilnog i dječjeg rada. Osim toga, uključene su i odredbe slobode udruživanja, pravo na kolektivno pregovaranje, kao i suzbijanje

korupcije i obveza brige za okoliš. Kodeks, također, uključuje upute o prijavama nepravilnosti, predviđa postupke revizije te sankcije u slučaju nepridržavanja. Osim što se odnosi na partnere Kauflanda – izravne dobavljače, Kodeks obvezuje i njihove podizvođače na primjenu istih pravila ponašanja.

¹⁰ https://kaufland.media.schwarz/is/content/schwarz/KODEKS_PONASANJA.HR.pdf?contentDisposition=attachment

Naš je cilj promovirati vrijednost ljudskih prava i spriječiti njihovo kršenje. Zajedno s našim zaposlenicima, kupcima, poslovnim partnerima i dionicima svakodnevno radimo na promicanju ljudskih prava – pritom se posebno zalažemo za poštene poslovne prakse te dobre radne i životne uvjete. Kako bismo izrazili naše jasne stavove o zaštiti ljudskih prava te propisali okvir za dosljedno ponašanje u dobavljačkom lancu, poduzeća grupe Schwarz vode se zajednički razvijenom Izjavom o poštivanju ljudskih prava.¹¹ Izjava nadopunjuje postojeća korporativna načela i smjernice te utječe na učinke naših aktivnosti na svim lokacijama i sa svih poslovnih područja širom svijeta.



Provjere usklađenosti i odgovornosti dobavljača

Politike, procesi i programi odgovornosti i usklađenosti u dobavljačkom lancu razvijaju se u skladu s njemačkim Zakonom o dužnoj pažnji u dobavljačkom lancu (LkSG).

Kaufland provodi redovne analize rizika u dobavljačkom lancu u skladu sa zajednički razvijenim pravilima poduzeća Grupe Schwarz. Klasifikacija rizika poslovnih partnera i proizvoda provodi se individualno na razini poduzeća, primjerice na temelju analize priznatih indeksa i studija vezanih uz procjenu rizika zemalja porijekla, sirovina i proizvoda i - u nekim slučajevima - u suradnji s organizacijama i stručnjacima civilnog društva.

U našem izravnom području utjecaja na naše poslovne partnere, sustavno se fokusiramo na prepoznavanje stvarnih kršenja ljudskih prava, a potom na partnersku suradnju u svrhu njihovog sprječavanja. Zajednička analiza rizika Grupe Schwarz pokazale su da postoji zajednički fokus rizika na području sirovina. Stoga Grupa Schwarz postavlja konkretne ciljeve za sirovine s visokim rizikom za ljudska prava i kontinuirano radi na provedbi mjera. Te aktivnosti uključuju, na primjer, certificiranje proizvoda i sirovina, pri čemu također sudjelujemo u daljnjem razvoju standarda i projektima financiranja.

Unaprjeđenja ne možemo provesti sami pa se u njihovom razvoju oslanjamo na suradnju s

dobavljačima, ali i organizacijama civilnog društva, stručnjacima te drugim partnerima. Kontinuirano provjeravamo učinkovitost naših mjera.

U svrhu osiguranja adekvatne provjere poštivanja ljudskih prava u dobavljačkom lancu, s nekim dobavljačima provodimo između ostalog program društvene revizije „Social Audit Program“. Kako bismo mogli jamčiti i održavati standarde, Kauflandovi vlastiti ili vanjski revizori provode redovite provjere i kontrole. Procjene se rade za dobavljače s obzirom na njihov potencijal rizika, pri čemu se posebna pažnja posvećuje dobavljačima s tržišta rizičnih zemalja ili ako djeluju u rizično klasificiranom gospodarskom sektoru. Redovito se provode društvene revizije (Social Audit) u kojima se radi procjena proizvođača. Utvrde li se prilikom provjere određene nepravilnosti, zajedno s dobavljačima poduzimamo mjere poboljšanja i pratimo njihovu provedbu. Ovim sveobuhvatnim kontrolama preuzimamo odgovornost i doprinosimo poboljšanju radnih uvjeta.

Kaufland prilikom procesa provjere (audita) dobavljača provjerava nabavu sirovine i

¹¹ <https://www.kaufland.com/compliance-kaufland.html>

repromaterijala, kontrolu i ocjenu dobavljača, ulaznih sirovina i repromaterijala, kontrolu procesa proizvodnje, pakiranja i skladištenja te označavanja proizvoda. Dodatno, provjerava se kompletna dokumentacija koja je vezana uz procese. U 2022. godini provedeno je 11, a u 2023. devet postupaka provjere (audita) dobavljača. Svi provjereni dobavljači su poslovali u skladu s politikama održivosti. U slučaju nepravilnosti,

dobavljač ih treba ispraviti u zadanom roku. Ukoliko se u tom roku ne otklone nepravilnosti, slijedi privremeni prekid suradnje. Nakon što dobavljač ispravi nepravilnosti, može se obnoviti poslovna suradnja.

Dobrovoljno obvezivanje na poštene prihode i plaće

Mnogi ljudi u zemljama u razvoju još uvijek ne primaju odgovarajuću naknadu za svoj rad. Plaća koja omogućuje dostojanstven život je neto plaća koju zaposlenik zarađuje radom u humanim radnim uvjetima i koja je dostatna za osiguranje adekvatnog životnog standarda za članove obitelji i pokrivanje neočekivanih troškova.

Kaufland se, u suradnji s drugim maloprodajnim poduzećima, zalaže za dostojanstveni životni standard i želimo osigurati dostojanstvenu plaću za ugovorne zaposlenike u tvornicama ili poljoprivrednim organizacijama te dostojanstvene prihode samostalnim malim poljoprivrednicima i poduzetnicima.

Učinkoviti žalbeni mehanizmi

Osim provjera i nadzora stanja ljudskih prava i zaštite okoliša naših dobavljača, svjesni smo da je važan dio unaprjeđenja osigurati mogućnost prijave nepravilnosti. Kako bi se povrede ljudskih prava brzo otkrile i otklonile, Kaufland koristi mehanizam za pritužbe koji pogođenim stranama ili drugim dionicima omogućuje da izravni i neizravni poslovni partneri duž cijelog

dobavljačkog lanca na povjerljiv način prijave moguće povrede ljudskih prava. Podrazumijeva se da se s pritužbama postupa na povjerljiv način, te se jamči i pravedan postupak rješavanja pritužbi. Pristup žalbenom mehanizmu dostupan je u online formatu na poveznici.¹²

Fer poslovna praksa

Kaufland ugovaranju dobavljača pristupa na dva načina: ponudom dobavljača ili aktivnim kontaktiranjem dobavljača za kojega postoji interes. Od dobavljača se traži ponuda proizvoda koja se nakon toga analizira. Ako nam ponuda odgovara i na planogramu poslovnica možemo za ponuđeni proizvod ili proizvode pronaći mjesto, slijedi potpisivanje ugovorne dokumentacije i otvaranje dobavljača u sustavu. Dobavljač nakon

toga popunjava dokument za uvrštenje proizvoda u asortiman (ispunjeni obrazac sa svim relevantnim podatcima). Prilikom otvaranja dobavljača u sustavu, provjerava se njegova usklađenost (Compliance Check) u bazi koja ima podatke od zadnje četiri godine. Provjerava se je li dobavljač imao ikakvih pravnih prekršaja. Također, tržište je dobar izvor informacija o pojedinim dobavljačima, kao i drugi javno dostupni izvori nepravilnosti.

Putem Sustava brzog uzbunjivanja za hranu i hranu za životinje (RASFF) prikupljamo informacije o javim opozivima proizvoda. Prikupljamo ovlaštenja i certifikate kao dokaz da se mogu baviti određenom uslugom ili da imaju dozvolu za rad ukoliko je nešto zakonski predodređeno. U nabavi aplikacija i informacijskih rješenja traže se certifikati za IT sigurnost, a pojedine ISO norme i registracija za djelatnosti za razne tipove dobavljača te posebne dozvole za agencije i zaštitarske kuće.

Daljnje aktivnosti s proizvodima podrazumijevaju praćenje uspješnosti prodaje, eventualno planiranje promotivnih aktivnosti te se po potrebi definiraju određene mjere. U cijelom procesu važan je transparentan i redovit dijalog između Kauflanda i dobavljača. Na našoj internetskoj stranici u rubrici Natječaji za poslovnu suradnju objavujemo otvorene pozive za suradnju s dobavljačima iz raznih područja.

Dobavljači

Kaufland svojim kupcima uvijek želi ponuditi najbolje, najpovoljnije i najaktualnije proizvode tako da se kontinuirano uvode u asortiman novi prehrambeni i neprehrambeni proizvodi. U 2022. godini u asortiman smo uvrstili preko 4.300 novih proizvoda, dok se u 2023. broj povećao na preko 6.000 novih proizvoda. Konstantan je udio vlastitih robnih marki koji se kreće oko 25 %.

U 2023. godini Kaufland je surađivao s ukupno 805 dobavljača, od čega je 518 dobavljača sa sjedištem u Republici Hrvatskoj (64 %) te 287 stranih dobavljača (36 %).

Zemlje iz kojih dolazi najveći broj dobavljača (>=10):



Udio dobavljača sa sjedištem u Republici Hrvatskoj u ukupnom financijskom prometu iznosi 77 %, a stranih 23 %. Ako promatramo ostvareni financijski promet samo stranih dobavljača, 39% otpada na dobavljače iz Njemačke, 20% iz Češke te 10% iz Poljske.

Proizvode koje nabavljamo i prodajemo možemo grupirati u četiri glavne skupine: prehrambeni proizvodi (43 % financijske vrijednosti ulaza robe), svježi prehrambeni proizvodi (18 %), ultra svježi prehrambeni proizvodi (29 %) te neprehrambeni proizvodi (9 %). Pritom artikle drogerije odnosno tzv. „near food“ artikle ne ubrajamo u skupinu neprehrambenih proizvoda, već prehrambenih. Tu spadaju kozmetički proizvodi kao i deterdženti, i proizvodi za čišćenje, papirnata konfekcija poput toaletnog papira, papirnatih ručnika i maramica.

Osim s dobavljačima proizvoda koje prodajemo u našim trgovinama, surađujemo i s nizom partnera koji sudjeluju u izgradnji, obnovi i opremanju naših poslovnica. Od svih dobavljača s kojima smo surađivali u 2022. i 2023. godini 90 posto je

bilo poduzeća registriranih u Republici Hrvatskoj te 10 posto stranih dobavljača. Od stranih partnera najviše ih je iz Bosne i Hercegovine (5 %) i Slovenije (3 %), dok su ostala poduzeća s raznih tržišta (2 %). U procjeni rizika prilikom ugovaranja dobavljača u gradnji provjeravamo zakonska i bankovna jamstva, a svi dobavljači su dužni predati određenu dokumentaciju (uvjerenja, suglasnosti, ateste i drugo). U procesu dubinskog snimanja provjeravamo referentnu listu dobavljača i obilazimo njihove pogone. Svi trebaju imati rješenja o obavljanju djelatnosti te ovlaštenja za stručne suradnike (projektante, nadzor, inženjere gradilišta i druge).

U izvještajnom razdoblju 2022.-2023. nismo zabilježili neusklađenosti naših dobavljača sa zakonskim i drugim propisima koji se odnose na zaštitu okoliša ili ljudska prava.

Proizvođači vlastite robne marke

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, IFS ili FSSC. Standard se obnavlja svake godine te je dobavljač dužan dostaviti potvrdu, što je predujet za nastavak suradnje. U slučaju da dobavljač koji proizvodi vlastitu marku nema definirani certifikat, prije zaključenja ugovora ovlaštena certifikacijska kuća provodi reviziju kojom se utvrđuje zadovoljava li dobavljač, tj. proizvođač zahtjeve koji su potrebni da bi mogao proizvoditi proizvode vlastite marke. Ako proizvođač zadovolji reviziju, odobrava se za proizvodnju proizvoda vlastite marke.

Za visokorizične proizvode kao što je npr. svježe meso nije dovoljno da proizvođač ima važeći certifikat, već uz to ovlašteni revizor provodi

reviziju po nalogu Kauflanda. U suradnji s proizvođačima, prilike prepoznajemo u suradnji s hrvatskim dobavljačima, to jest poticanju domaće proizvodnje. Nadalje, koristimo hrvatske sirovine prilikom razvoja proizvoda vlastite robne marke Naše mi najbolje paše. Potičemo domaće dobavljače na razvoj održivih praksi uvrštenjem hrvatskih BIO proizvoda te usklađenjem s IFS ili BRC standardima. Artikle vlastite robne marke klasificiramo prema visini rizika te sukladno tom stupnju provodimo redovite provjere i analize.





07 POSVEĆENOST ZAJEDNICI

Pri odabiru projekata prednost dajemo projektima koji se odnose na barem jednu od naših strateških odrednica, a to su djeca, zdravlje i okoliš.

Kaufland je od početka svog poslovanja u Hrvatskoj posvećen zajednicama u kojima djeluje te raznim aktivnostima pozitivno utječe na njihovu dobrobit. Društveno odgovorno djelovanje dio je naše poslovne politike i usmjereno je na održivost zajednica, dobrobit društva i pojedinaca, unaprjeđenje njihovih ljudskih prava kao i suradnju s našim dionicima kako bismo osigurali zdrav i očuvan okoliš u kojemu živimo.

Od samih početaka i otvaranja prvih poslovnica u Hrvatskoj, Kaufland doprinosi izgradnji zajednice mnogobrojnim partnerskim društveno odgovornim programima, projektima, donacijama i sponzorstvima kojima nastoji unaprijediti kvalitetu života u zajednicama te doprinijeti pozitivnim promjenama u društvu.

Kaufland ima jasno definirane smjernice za odobravanje donacija i sponzorstava koja imaju društveno odgovornu svrhu te sve ostale aktivnosti koje se nalaze u nadležnosti Sektora

korporativnih komunikacija. Zamolbe političkih stranaka i osoba, sindikata te vjerskih organizacija se u skladu s internacionalnim smjernicama ne uzimaju u obzir budući da Kaufland zadržava neutralan položaj u kontekstu svega navedenog. Donacije se ne odobravaju ni privatnim osobama. Sve ostale zamolbe dostavljaju se Korporativnim komunikacijama te svaku zamolbu pregledavaju barem dvije osobe. Zamolbe koje ispunjavaju propisane kriterije prosljeđuju se na odobrenje predsjedniku Uprave.

U ovom poglavlju navodimo projekte u kojima smo angažirani u društveno odgovornom djelovanju u zajednicama. Pri odabiru projekata prednost dajemo projektima koji se odnose na barem jednu od naših strateških odrednica, a to su djeca, zdravlje i okoliš. Također humanitarnim i društveno odgovornim djelovanjem nastojimo obuhvatiti što veći broj ljudi pa se većina naših inicijativa provodi na nacionalnoj razini.



Pomažemo volontiranjem

Kad god je to moguće u društveno odgovorne aktivnosti uključujemo i svoje kolegice i kolege. Korporativno volontiranje provodimo od 2017. godine, a njime, osim što pomažemo našim sugrađanima, doprinosimo i očuvanju okoliša te osnažujemo timski duh.

U 2022. godini našu smo volontersku akciju usredotočili na ljude u suradnji s našim dugogodišnjim partnerom Hrvatskim Crvenim križem. Diljem Hrvatske naših je 60 zaposlenika sudjelovalo u različitim aktivnostima usmjerenima na pomoć ugroženim društvenim skupinama. Naše su kolegice i kolege pomagali i uljepšali dane starijim sugrađanima, socijalno ugroženima, raseljenim osobama iz Ukrajine te najmlađima u našim zajednicama.

Sljedeće smo godine volonterske aktivnosti zaposlenika Kauflanda primarno održavali na lokalnoj razini. Zaposlenici su predlagali lokalne

udruge u čiji se rad žele uključiti nakon čega je s udrugama dogovoreno volontiranje zaposlenika. Volontirali smo u Sisku, Slavonskom Brodu, Čakovcu, Vukovaru, Osijeku, Vinkovcima, Đakovu, Sinju, Jastrebarskom i Zagrebu. Sve su volonterske akcije imale zajednički cilj – pomoć ugroženim društvenim skupinama, a pomagali smo starijim osobama, socijalno ugroženim sugrađanima i najmlađima te smo se pridružili volonterima u brizi za napuštene životinje. Svim zaposlenicima za volontiranje Kaufland omogućava plaćeni slobodan dan.

Osim volontiranja naši su zaposlenici pokazali humanost u akcijama dobrovoljnog darivanja krvi. U 2022. i 2023. organizirane su četiri akcije u našoj upravnoj zgradi, uz sudjelovanje 94 dobrovoljna darivatelja.

Kaufland škola voća i povrća

Od 2017. godine projektom „Kaufland škola voća i povrća“ pružamo podršku lokalnim proizvođačima i javnim osnovnim školama kako bismo potaknuli i podržali zdrave prehrambene navike djece. Projekt je 2021. godine prepoznalo i podržalo i Ministarstvo znanosti i obrazovanja. Za svaku trgovinu Kauflanda bira se svake godine po jedna škola koja tijekom cijele školske godine svakog tjedna besplatno dobiva svježe voće i povrće.

U školskoj godini 2022./2023. smo zaprimili 239 prijava javnih osnovnih škola iz cijele Hrvatske. Škole su se te godine prijavljivale kreativnim zadatkom - izradom zdravih kuharica na regionalnom narječju, a najbolje kuharice, koje je odabrao stručni žiri, svojim školama donijele su sudjelovanje u projektu. Godišnju zalihu svježeg voća i povrća primalo je 45 javnih osnovnih škola i šest osnovnoškolskih ustanova s redovitim i posebnim programima za djecu s teškoćama u šest različitih regija. U školskoj godini 2022./2023. Kaufland je ovim projektom donirao preko 159 tona svježeg voća i povrća. U dvije zagrebačke osnovne škole koje su osvojile najveći broj bodova stručnog žirija su naši ambasadori chef Pero Savanović i slastičarka Ivana Čuljak proveli kulinarske radionice u 2022. godini.

Na natjecanju za školsku godinu 2023./2024. škole su trebale izraditi crtež na temu "Reci neću hrani u smeću". Nakon odlučivanja stručnog žirija, uključeni su i kupci Kauflanda koji su sa svojih 70 000 glasova pomogli odabrati 36 škola. Za

trgovine za koje smo dobili samo jednu prijavu škola koja se prijavila izravno je postala partnerska. U školskoj godini 2023./2024. donacije svježeg voća i povrća dobivale su ukupno 54 škole diljem Hrvatske.

Za dvije škole koje su od 2017. godine kada je projekt pokrenut svake godine iznova osvajale titulu partnerske škole u sklopu projekta, kao nagrada za iznimni trud i zalaganje u rujnu 2023. godine za te dvije škole organizirane su besplatne kulinarske radionice. Edukativne radionice pod vodstvom Domagoja Jakopovića - Ribafisha održane su u osnovnim školama u Slavanskom Brodu i Vinkovcima, a na njima je sudjelovalo više od 400 učenika.

Premda nam je najveća nagrada za naše društveno odgovorno djelovanje korist koju stvaramo u našim zajednicama, spoznaja da smo donijeli osmijeh na dječja lica ili podržali one kojima je najpotrebnije, raduje nas i kada drugi prepoznaju našu humanost na djelu. Kaufland škola voća i povrća zaslužila je dvije prestižne nagrade u 2023. godini. Na festivalu Greencajt dobili smo GREEN PRIX nagradu u kategoriji Utjecaj na zajednicu, a Međunarodna udruga za odnose s javnošću (IPRA) je tom projektu dodijelila prvo mjesto u Golden World Awards for Excellence za kategoriju doprinosa zajednici „Community engagement“.



**KAUFLAND
ZA ODRŽIVOST**

KAUFLAND ŠKOLA VOĆA I POVRĆA

Doniramo svježe voće i povrće školarcima partnerskih škola diljem Hrvatske svaki tjedan!
Saznaj više: kaufland.hr/skolavip



Božićne donacije

U 2022. godini tradicionalnu Kauflandovu božićnu donaciju uz pomoć UNICEF-a smo usmjerili na područje u kojemu su još uvijek vidljive posljedice razornog potresa, a veliku ulogu u tome imali su i naši kupci. U razdoblju od 2. studenoga do 24. prosinca 2022. od svake prodane drvene igračke Kauflandovih vlastitih marki Kidland i Kuniboo s certifikatom FSC® (Forest Stewardship Council) odvajali smo 5 kuna (0,66 eura) te je Kaufland prikupljeni iznos dodatno zaokružio na 300.000 kuna, odnosno 39.817,84 eura.

Ovom donacijom opremljeno je deset škola u Sisačko-moslavačkoj županiji didaktičko-senzoričkom opremom te su održane edukacije nastavnika o korištenju donirane opreme.

U 2023. godini božićnu smo donaciju namijenili Udruzi Crveni nosovi koja programom Intenzivni osmijeh pruža podršku i zabavu djeci na bolničkom liječenju. Naši kupci i korisnici Kaufland Carda su i ovom prilikom pokazali svoju humanost te su s doniranih 30.162 Kaufland Card kupona prikupljeno 60.324 eura.



Donacije na novim lokacijama

U Kauflandu prilikom otvaranja trgovina na novim lokacijama provodimo prigodnu donaciju u lokalnoj zajednici posebno vodeći brigu o zdravlju i dobrobiti djece. U listopadu 2022. smo otvorili novu trgovinu u Rijeci i donirali 2.654 eura (20 000 kuna) Crvenim nosovima za provedbu programa „Intenzivan osmijeh“ u KBC-u Rijeka.

U veljači 2023. godine, prilikom otvorenja nove trgovine u Župi dubrovačkoj, donirali smo 5.000 eura Općoj bolnici Dubrovnik. Ovom donacijom osam je soba na Odjelu pedijatrije opremljeno televizorima kako bi najmlađim pacijentima boravak u bolnici učinili ugodnijim i zabavnijim. Uz televizore nabavljena je i vaga za mjerenje težine djece. U srpnju 2023. smo otvorenje trgovine u Vodicama obilježili donacijom od 5.000 eura

Pedijatrijskoj ambulanti Vodice u svrhu poboljšanja kvalitete zdravstvene skrbi djece u Vodicama. Isti iznos smo donirali prilikom otvaranja trgovine u Varaždinu za opremanje nove pedijatrijske ordinacije u Domu zdravlja Varaždinske županije.



Suradnja s UNICEF-om

Kaufland u ulogu zlatnog sponzora podržava UNICEF-ovu utrku Mliječna staza još od njenog početka 2017. godine. Uz sponzorsku 2023. godine donaciju za svakog prijavljenog sudionika dodatno smo donirali jedan euro. U utrci tradicionalno

sudjeluju zaposlenici Kauflanda te na taj način dodatno pomažemo promovirati vrijedan cilj ove humanitarne akcije za podršku mentalnom zdravlju djece i mladih.

Šumasti za SOS Dječje selo

Naše smo najmlađe u jesen 2022. godine uključili u edukativnu i zabavnu kampanju Šumasti, u kojoj su skupljanjem kartica mogli učiti o drveću. Od prodaje igračaka Šumastih prikupljena su sredstva

koja je Kaufland zaokružio na iznos od 100.000 kuna (13 272 eura) i donirao ih SOS Dječjem selu Lekenik. Sredstvima je kupljena dizalica topline kako bi djeci osigurali topli dom tijekom zime.



Ulaganje u znanje mladih

Od 2022. godine Kaufland stipendira 24 učenika novoosnovanog smjera Tehničar za logistiku srednje škole u Jastrebarskom. Ovaj projekt je važan iskorak kojim se snažnije povezuje obrazovanje s potrebama gospodarstva. Novi mladi logističari svoje će znanje za koju godinu moći primijeniti u Kauflandu, ali i u drugim poduzećima u kojima su prijevoz i logistika značajni za poslovanje.

U 2023. godini sudjelovali smo u trećem ciklusu „Nastavnici u poduzeća“ - inicijativi koja spaja obrazovni sektor i gospodarstvo. Dvije profesorice strukovnih predmeta iz Gospodarske škole Buje su u dvodnevnom stručnom posjetu našoj poslovnici u Umagu imale priliku upoznati se s osnovnim procesima naše Operativne prodaje te su u praktičnom radu s našim mentorima dobile uvid

u stvarne kompetencije koje se traže od njihovih učenika kao budućih zaposlenika.

Kaufland pruža i mogućnosti učeničke prakse za one koji se školuju za zanimanje prodavača i prodavačica prema dualnom modelu obrazovanja. Učenici praksu obavljaju u našim trgovinama diljem Hrvatske pod vodstvom mentora koji im prenose znanja potrebna za njihovo buduće zanimanje. U školskoj godini 2022./2023. broj učenika koji je kod nas odrađivao praksu bio je 41.

Kaufland usko surađuje s fakultetima diljem Hrvatske, a krajem 2022. godine pomogli smo obnoviti i preurediti dvorane na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu.



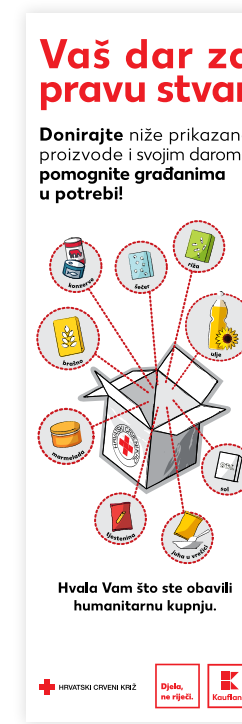
Humanitarni štandovi

Kaufland u Hrvatskoj već dugu niz godina u svojim poslovnicama besplatno ustupa prostor humanitarnim organizacijama. Krajem svake godine radi se godišnji plan postavljanja štandova za cijelu sljedeću godinu koji se usuglašava s udrugama i poslovnicama. Promocija humanitarnih aktivnosti u Kauflandu za udruge je od iznimne važnosti. Na taj način humanitarnim je organizacijama omogućena

izravna komunikacija s potencijalnim donatorima gdje ih direktno upoznaju sa svojim radom te načinima na koje će njihova donacija pridonijeti ostvarenju cilja udruge. Udruge kojima se na ovaj način pruža potpora su npr. UNICEF Hrvatska, SOS Dječje selo Hrvatska, Krugovi i Crveni nosovi.

Vaš dar za pravu stvar

Već nekoliko godina zaredom u Kaufland poslovnicama postavljaju se košare za prikupljanje namirnica koje Hrvatski Crveni križ potom dijeli korisnicima i pučkim kuhinjama. Kupci u Kauflandu tako tri puta godišnje imaju mogućnost pomoći ljudima u potrebi doniranjem proizvoda kao što su brašno, ulje, riža, tjestenina, konzerve i drugo, u košaru nakon prolaska kroz blagajnu. Tim načinom je u 2022. godini prikupljeno robe u vrijednosti od 38.581 euro, a u 2023. u vrijednosti od 41.359 eura.



Uključenje zajednice: Priče moga grada

Trgovine Kauflanda dio su zajednice. Dnevno ih posjećuju tisuće kupaca, a naša je želja da njihovo zadovoljstvo kvalitetom kupnje, koja je strateški važna za naše poslovanje, dodatno upotpunimo ugodnom i lijepom atmosferom u našim trgovinama. U travnju 2023. pokrenuli smo kampanju "Priče moga grada" kako bismo grafitima uljepšali fasade nekih trgovina. Pozvali smo kupce da se uključe i daju svoje prijedloge čime bi voljeli da Kaufland ukrasi svoje zidove, a da je povezano s gradom. Kupci su svoje

prijedloge dostavljali na internetskoj stranici i društvenim mrežama. Deset naših trgovina uljepšano je kreativnim i zanimljivim muralima. Već u lipnju 2023. oslikane su trgovine u Splitu, Zadru, Šibeniku, Rijeci i Puli, a u Zagrebu, Karlovcu, Varaždinu i Slavonskom Brodu ukrašene su u rujnu. U svakoj smo oslikanoj trgovini održali i radionice za najmlađe na kojima su se mogli upoznati s umijećem grafitiranja.



08 GRI INDEKS

GRI standard	Objava	Broj stranice	Izostavljanje	Vanjska verifikacija
GRI 2 Opće objave 2021.				
Organizacija i njene prakse izvještavanja				
GRI 2 Opće objave 2021.	2-1 Informacije o organizaciji	8		
	2-2 Subjekti uključeni u izvještaj o održivosti organizacije	4		
	2-3 Izvještajno razdoblje, učestalost izvještavanja i kontakt	4		
	2-4 Ponovne objave informacija	--		
	2-5 Vanjska potvrda	134		
Aktivnosti i radnici				
GRI 2 Opće objave 2021.	2-6 Aktivnosti, lanac vrijednosti i drugi poslovni odnosi	8		
	2-7 Zaposlenici	12, 37, 40		
	2-8 Radnici koji nisu zaposlenici	37, 40		
Upravljanje				
GRI 2 Opće objave 2021.	2-9 Struktura upravljanja i sastav	37		
	2-10 Imenovanje i izbor najvišeg tijela upravljanja	37		
	2-11 Predsjednik najvišeg tijela upravljanja	16		
	2-12 Uloga najvišeg tijela upravljanja u nadgledanju upravljanja utjecajima	16		
	2-13 Delegiranje odgovornosti za upravljanje utjecajima	16		
	2-14 Uloga najvišeg tijela upravljanja u izvještavanju o održivosti	16		
	2-15 Sukob interesa	16		
	2-16 Komunikacija pitanja od posebne zabrinutosti	16, 26		
	2-17 Kolektivno znanje najvišeg tijela upravljanja	37		
	2-18 Procjena učinka najvišeg tijela upravljanja	54		
	2-19 Politike nagrađivanja	54		
	2-20 Proces određivanja naknada	54		
	2-21 Ukupni godišnji omjer naknada	54		
Strategija, politike i prakse				
GRI 2 Opće objave 2021.	2-22 Izjava o strategiji održivog razvoja	3		
	2-23 Obveze korporativne politike	28		
	2-24 Ugrađivanje obveza korporativne politike	28		
	2-25 Procesi remedijacije negativnih utjecaja	16		
	2-26 Mehanizmi za traženje savjeta i izražavanje zabrinutosti	16		
	2-27 Usklađenost sa zakonima i propisima	16		
	2-28 Članstvo u udruženjima	20		

Uključenje dionika				
GRI 2 Opće objave 2021.	2-29 Pristup uključivanju dionika	28		
	2-30 Kolektivni ugovori	37		
MATERIJALNE TEME				
GRI 3: Materijalne teme 2021.	3-1 Proces određivanja materijalnih tema	28		
	3-2 Popis materijalnih tema	28		
KORPORATIVNO UPRAVLJANJE				
Ekonomska uspješnost				
GRI 3: Materijalne teme 2021.	3-3 Upravljanje materijalnim temama	12		
GRI 201: Ekonomski učinak 2016.	201-1 Izravna stvorena i distribuirana ekonomska vrijednost	23		
Neizravan ekonomski utjecaj				
GRI 3: Materijalne teme 2021.	3-3 Upravljanje materijalnim temama	85		
GRI 203: Neizravni ekonomski utjecaj 2016.	203-2 Značajni neizravni ekonomski utjecaji	85, 110		
Praksa nabave				
GRI 3: Materijalne teme 2021.	3-3 Upravljanje materijalnim temama	92		
GRI 204: Praksa nabave 2016.	204-1 Udio izdataka na lokalne dobavljače u značajnim mjestima poslovanja	92		
Anti-korupcijske politike				
GRI 3: Materijalne teme 2021.	3-3 Upravljanje materijalnim temama	16		
GRI 205: Anti-korupcijske politike 2016.	205-2 Komunikacija i obuka o antikorupcijskim politikama i postupcima	16		
	205-3 Potvrđeni slučajevi korupcije i poduzete mjere			Informacije u vezi usklađenosti i potvrđenim slučajevima se ne mogu objaviti iz poslovnih razloga.
Ponašanje protivno načelu slobodnog tržišnog natjecanja				
GRI 3: Materijalne teme 2021.	3-3 Upravljanje materijalnim temama	16		
GRI 206: Ponašanje protivno načelu slobodnog tržišnog natjecanja 2016.	206-1 Pravni postupci pokrenuti zbog ponašanja u suprotnosti s načelom slobode tržišnog natjecanja, antitrustovske i monopolističke prakse te njihovi ishodi			Informacije u vezi usklađenosti i potvrđenim slučajevima se ne mogu objaviti iz poslovnih razloga.
ZAŠTITA OKOLIŠA				
Energija				
GRI 3: Materijalne teme 2021.	3-3 Upravljanje materijalnim temama	58		✓
GRI 302: Energija 2016.	302-1 Potrošnja energije unutar organizacije	58, 60		
	302-3 Energetski intenzitet	58, 61		
	302-4 Smanjenje potrošnje energije	58, 60		

Voda i otpadne vode			
GRI 3: Materijalne teme 2021.	3-3 Upravljanje materijalnim temama	68	
GRI 303: Voda i otpadne vode 2018.	303-4 Ukupno ispuštanje vode	68	
	303-5 Potrošnja vode	68	
Bioraznolikost			
GRI 3: Materijalne teme 2021.	3-3 Upravljanje materijalnim temama	97	
GRI 304: Bioraznolikost 2016.	304-2: Značajni utjecaji aktivnosti, proizvoda i usluga na biološku raznolikost	97	
	304-3 Zaštićena ili obnovljena staništa	97	
Emisije			
GRI 3: Materijalne teme 2021.	3-3 Upravljanje materijalnim temama	60, 61	✓
GRI 305: Emisije 2016.	305-1 Izravne emisije stakleničkih plinova (GHG) (Opseg 1)	58, 63	
	305-2 Neizravne energetske emisije stakleničkih plinova (GHG) (Opseg 2)	58, 63	
	305-3 Ostale neizravne energetske emisije stakleničkih plinova (GHG) (Opseg 3)	58, 63	
	305-5 Smanjenje emisija stakleničkih plinova (GHG)	61	
Otpad			
GRI 3: Materijalne teme 2021.	3-3 Upravljanje materijalnim temama	70	
GRI 307: Otpad 2020.	307-3 Stvoreni otpad	70	
	307-4 Otpad preusmjeren s odlaganja	70	
	307-5 Otpad usmjeren na odlaganje	70	
Materijali			
GRI 3: Materijalne teme 2021.	3-3 Upravljanje materijalnim temama	70	
GRI 301: Materijali 2016.	301-1 Materijali koji se koriste po težini ili volumenu	70	
ODGOVORNI POSLODAVAC			
Zapošljavanje			
GRI 3: Materijalne teme 2021.	3-3 Upravljanje materijalnim temama	37, 38	
GRI 401: Zapošljavanje 2016.	401-1 Stope novog zapošljavanja i fluktuacije zaposlenika	40	
	401-2 Povlastice osigurane zaposlenicima koji rade na puno radno vrijeme, a koje nisu osigurane zaposlenicima zaposlenima privremeno ili na nepuno radno vrijeme	40	
	401-3 Roditeljski dopust	45	
GRI 402: Radni odnosi 2016.	402-1 Minimalni rokovi objava u vezi s operativnim promjenama	38	

Zdravlje i sigurnost na radnom mjestu			
GRI 3: Materijalne teme 2021.	3-3 Upravljanje materijalnim temama	46	
GRI 403: Zdravlje i sigurnost na radnom mjestu 2018.	403-1 Sustav upravljanja zdravljem i sigurnošću na radnom mjestu	46	
	403-2 Identifikacija opasnosti, procjena rizika i istraživanje nesreća	46	
	403-3 Zdravstvene usluge na radnom mjestu	46	
	403-4 Sudjelovanje radnika, savjetovanje i komunikacija o zdravlju i sigurnosti na radnom mjestu	46	
	403-5 Obuka radnika o zdravlju i sigurnosti na radnom mjestu	46	
	403-6 Promocija zdravlja radnika	46	
	403-7 Sprečavanje i ublažavanje utjecaja zdravlja i sigurnosti na radnom mjestu direktno povezanih s poslovnim odnosima	46	
	403-8 Radnici obuhvaćeni sustavom upravljanja zdravljem i sigurnošću na radnom mjestu	46	
	403-9 Ozljeđe na radu	46	
Obuka i obrazovanje			
GRI 3: Materijalne teme 2021.	3-3 Upravljanje materijalnim temama	50	✓
GRI 404: Obuka i obrazovanje 2016.	404-1 Prosječan godišnji broj sati obuke po zaposleniku	50	
	404-2 Programi za stjecanje vještina i programi koji podupiru stalnu mogućnost zapošljavanja zaposlenika	50	
	404-3 Postotak zaposlenika koji dobivaju redovitu ocjenu radnog učinka i individualnog razvoja	54	
Različitost i jednake mogućnosti			
GRI 3: Materijalne teme 2021.	3-3 Upravljanje materijalnim temama	38	
GRI 405: Različitosti i jednake mogućnosti 2016.	405-1 Raznolikost tijela upravljanja i zaposlenika	40	
	405-2 Omjer osnovne plaće i primitaka žena i muškaraca	53	
GRI 406: Nediskriminacija 2016.	406-1 Slučajevi diskriminacije i poduzete korektivne mjere	38	
DRUŠTVO			
Lokalne zajednice			
GRI 3: Materijalne teme 2021.	3-3 Upravljanje materijalnim temama	119	
GRI 413: Lokalne zajednice 2016.	413-1 Djelatnosti u kojima su provedeni uključivanje lokalne zajednice, procjene	119	

ODGOVORNI TRGOVAC		
Društvena procjena dobavljača		
GRI 3: Materijalne teme 2021.	3-3 Upravljanje materijalnim temama	92, 110
GRI 414: Društvena procjena dobavljača 2016.	414-1 Novi dobavljači koji su provjereni kroz društvene kriterije	110
Zdravlje i sigurnost kupaca		
GRI 3: Materijalne teme 2021.	3-3 Upravljanje materijalnim temama	85
GRI 416: Zdravlje i sigurnost kupaca 2016.	416-1 Procjena utjecaja na zdravlje i sigurnost značajnih kategorija proizvoda i usluga	85
	416-2 Slučajevi nepridržavanja propisa i dobrovoljnih kodeksa u vezi s utjecajima proizvoda i usluga na zdravlje i sigurnost	85
Označavanje proizvoda i usluga		
GRI 3: Materijalne teme 2021.	3-3 Upravljanje materijalnim temama	85
GRI 417: Marketing i označavanje proizvoda i usluga 2016.	417-1 Vrsta podataka o proizvodu i usluzi i njihovo označavanje	85, 88
	417-2 Slučajevi nepridržavanja propisa i dobrovoljnih kodeksa u vezi s podacima o proizvodu i usluzi te označavanjem	85
	417-3 Slučajevi nepridržavanja propisa u vezi s marketinškim komunikacijama	85
SEKTORSKI DODATAK: Proizvodnja hrane		
GRI 3: Materijalne teme 2021.	3-3 Upravljanje materijalnim temama	85, 104, 110
Sektorski dodatak za proizvodnju hrane	FP2 Proizvodi nabavljeni prema standardima održivosti	110
	FP5 Proizvodi s certifikatima koji jamče sigurnost hrane	85
	FP11 Uzgoj životinja	104



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

Upravi društva Kaufland Hrvatska k.d.:

Opseg angažmana

Angažirani smo od strane Uprave društva Kaufland Hrvatska k.d. („Društvo“) kako bismo obavili angažman s izražavanjem ograničenog uvjerenja, kako je definirano Međunarodnim standardima za angažmane s izražavanjem uvjerenja, u daljnjem tekstu angažman, u svrhu izvješćavanja o 3 pokazatelja (302-1, 305-1 i 404-1) („predmet ispitivanja“) sadržana u Izješću o održivosti koje je Društvo pripremio za godinu završenu 29. veljače 2024. u skladu s GRI standardima za izvješćavanje o održivosti („Izješće“).

Osim onoga što je navedeno u prethodnom odlomku, koji definira opseg našeg angažmana, nismo proveli postupke ispitivanja na preostalim informacijama uključenim u Izješće, stoga ne možemo izraziti zaključak o tim informacijama.

Kriteriji primijenjeni od strane Društva

U pripremi predmeta ispitivanja Društvo je primijenilo sljedeće primjenjive kriterije („kriteriji“):

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

Odgovornosti uprave

Uprava Društva odgovorna je za odabir kriterija i predstavljanje predmeta ispitivanja u skladu s tim kriterijima, u svim značajnim aspektima. Navedena odgovornost uključuje uspostavu i održavanje internih kontrola, vođenje odgovarajuće evidencije i izradu procjena koje su relevantne za pripremu predmeta ispitivanja, tako da isti ne sadrži značajne greške, bilo zbog prijevare ili pogreške.

Naša odgovornost

Naša je odgovornost izraziti zaključak o predstavljanju predmeta ispitivanja na temelju dokaza koje smo prikupili.

Proveli smo angažman s izražavanjem uvjerenja prema Međunarodnom standardu za angažmane s izražavanjem uvjerenja MSIU 3000 (izmijenjen) i uvjetima angažmana kako su dogovoreni s Društvom 14. studenoga 2023. godine.

Navedeni standardi zahtijevaju da planiramo i izvršimo svoj angažman kako bismo izrazili zaključak o tome jesmo li svjesni bilo kakvih značajnih izmjena koje je potrebno izvršiti na predmetu ispitivanja kako bi bio u skladu s kriterijima te da izdamo izvješće. Priroda, vrijeme i opseg odabranih postupaka ovise o našoj prosudbi, uključujući procjenu rizika od značajnog pogrešnog prikazivanja, bilo zbog prijevare ili pogreške.

Vjerujemo da su prikupljeni dokazi dostatni i primjereni da pruže osnovu za naš zaključak s ograničenim uvjerenjem.

Naša neovisnost i upravljanje kvalitetom

Zadržali smo svoju neovisnost i potvrđujemo da smo ispunili zahtjeve Etičkog kodeksa za profesionalne računovođe koji je izdao Odbor za međunarodne etičke standarde za računovođe te da imamo potrebne kompetencije i iskustvo za provođenje ovog angažmana s izražavanjem uvjerenja.

Također primjenjujemo Međunarodni standard upravljanja kvalitetom 1, *Upravljanje kvalitetom za društva koja provode reviziju, uvide u financijske izvješćaje ili druge angažmane s izražavanjem uvjerenja, odnosno pružaju druge srodne usluge*, koji zahtijeva da dizajniramo, implementiramo i održavamo sustav upravljanja kvalitetom, uključujući politike ili postupke vezane uz usklađenost s etičkim zahtjevima, profesionalnim standardima te važećim zakonskim i regulatornim zahtjevima.

Opis provedenih postupaka

Postupci koji se provode u sklopu angažmana s izražavanjem ograničenog uvjerenja razlikuju se po prirodi i vremenu te su manjeg opsega nego u slučaju angažmana s izražavanjem razumnog uvjerenja. Posljedično, razina uvjerenja stečena u angažmanu ograničenog uvjerenja znatno je niža od one koja bi se postigla da je izvršen angažman razumnog uvjerenja.

Naši postupci osmišljeni su kako bi se dobila ograničena razina uvjerenja na kojoj možemo temeljiti svoj zaključak, te ne pružaju sve dokaze potrebne za postizanje razumnog uvjerenja.

Iako smo razmatrali učinkovitost internih kontrola Društva prilikom određivanja prirode i opsega naših postupaka, naš angažman nije bio osmišljen za izražavanje uvjerenja o internim kontrolama. Naši postupci nisu uključivali testiranje kontrola ni izvođenje postupaka vezanih uz provjeru agregiranja ili izračuna podataka unutar IT sustava.

Angažman s izražavanjem ograničenog uvjerenja sastoji se od postavljanja upita, prvenstveno osobama odgovornim za pripremu 3 pokazatelja (302-1, 305-1 i 404-1) sadržana u izvješću o održivosti Društva i povezanim informacijama, te primjene analitičkih i drugih odgovarajućih postupaka.

Naše su procedure uključivale:

- Razumijevanje postojećih internih kontrola Društva, procesa i sistema za potrebe pripreme 3 pokazatelja (302-1, 305-1 i 404-1) Izješća 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 dio Izješća o održivosti koji se odnosi na 3 pokazatelja (302-1, 305-1, 404-1) i potvrdili njihovu prezentaciju u skladu s GRI Standardima.

Proveli smo i druge postupke koje smo smatrali potrebnim u danim okolnostima.


Zaključak

Na temelju provedenih procedura i pribavljenih dokaza, nismo upoznati s bilo kakvim značajnim izmjenama koje bi trebalo napraviti vezano za 3 pokazatelja (302-1, 305-1, i 404-1) sadržana u Izješću o održivosti Društva za godinu završenu 29. veljače 2024. kako bi bili u skladu s kriterijima.

Dana 28. listopada 2024. godine



Filip Hitrec
Ovlašteni revizor



Ivana Krajinović
Član Uprave

Ernst & Young d.o.o.
Radnička cesta 50
10 000, Zagreb, Hrvatska

Izdavač: Kaufland Hrvatska k.d.
Savjetnici u pripremi izvještaja u skladu s GRI standardima:
Hauska & Partner
Fotografije: Arhiva Kauflanda
Dizajn i prijelom: Hand studio d.o.o.
(prilagodba grafičkog predloška Kaufland Internationala)
Tisak: Grafo biro Dominič d.o.o.
Naklada: 90 primjeraka
Ovaj je izvještaj tiskan na 100 % recikliranom papiru.

Kaufland Hrvatska k.d.

Donje Svetice 14
10000 Zagreb

kaufland.hr/izvjestaj

**Djela,
ne riječi.**



Kaufland