

***Broșură Informativă***  
**Raport de Sustenabilitate**  
**2016**



# Despre Kaufland, în Europa și în România

Kaufland este una din cele mai mari companii de retail din Europa, având peste 1.250 de magazine. A luat naștere în anul 1930, când Lidl & Schwarz KG a fost fondat.

În anul 1968 am deschis primul magazin în Backnang cu numele "Handelshof" și ne-am extins treptat pe piața internațională devenind o companie de comerț alimentar la scară largă cu o prezență în 7 țări: Germania, Cehia, Slovacia, Croația, Polonia, România și Bulgaria.

Gama de produse comercializate în magazinele Kaufland include până la 22.000 de produse (produse la nivel regional, mărci proprii și mărci exclusive). Scopul nostru este să oferim clienților o experiență echitabilă la cumpărături, prin gama diversificată de produse, prin calitate și prospețime, la prețuri rezonabile.

Fiind o companie de retail, acordăm o atenție deosebită selecției responsabile a gamei de produse alimentare și a produselor de bază, promovând sustenabilitatea și produsele locale.

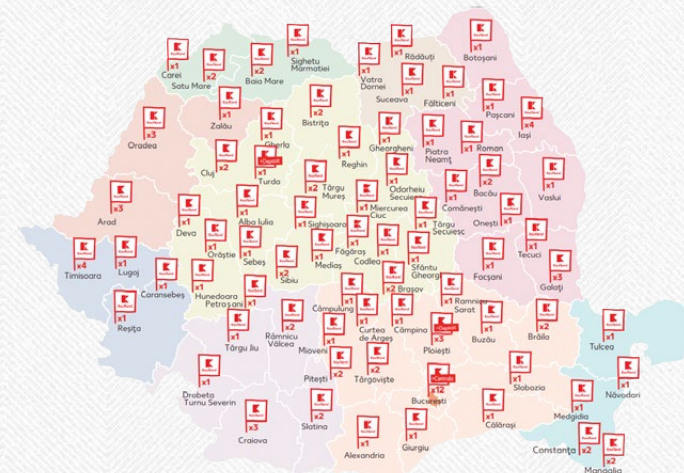
Ne angajăm să susținem producția responsabilă, îmbunătățirea condițiilor de creștere a animalelor și conservarea mediului marin. Gama noastră de produse ecologice și provenite din agricultura tradițională se află într-o creștere permanentă, la fel ca și selecția extinsă de produse regionale pentru care există cerere pe plan local.



Compania este prezentă în România din anul 2005 prin Kaufland România S.C.S. (Kaufland România). Primul magazin Kaufland s-a deschis în București, în apropiere de cartierul Colentina, iar apoi compania s-a extins în toate județele României, ajungând la 112 magazine la finalul anului 2016.

Portofoliul Kaufland România include peste 70 de mărci proprii, în mare parte produse alimentare (conserve, lactate, produse de panificație, carne procesată, băuturi, dulciuri etc.) și produse nealimentare (electrocasnice, îngrijirea casei și produse din hârtie, papetărie). Kaufland vinde mărcile proprii: K-Classic, K-Baby, Exquisit, K-Bio, K-take-it-Veggie, Switch On, Cultura Vini etc., a căror filozofie este că toți oamenii trebuie să câștige un maxim de valoare din banii pe care îi cheltuiesc la cumpărături.

Peste 15.000 de angajați s-au alăturat Kaufland în această călătorie către satisfacția clienților, lucru care se află la baza tuturor activităților companiei. Angajaților noștri le-a fost încredințată sarcina de a contribui la un mediu prietenos în magazinele noastre și de a crea o experiență plăcută la cumpărături pentru clienții noștri. Abordarea corectă pe care o folosim în toată activitatea economică este cheia relațiilor de lungă durată pe care le avem cu partenerii și furnizorii noștri, relație care ne ajută să oferim calitate și eficiență clienților care calcă pragul magazinelor Kaufland.

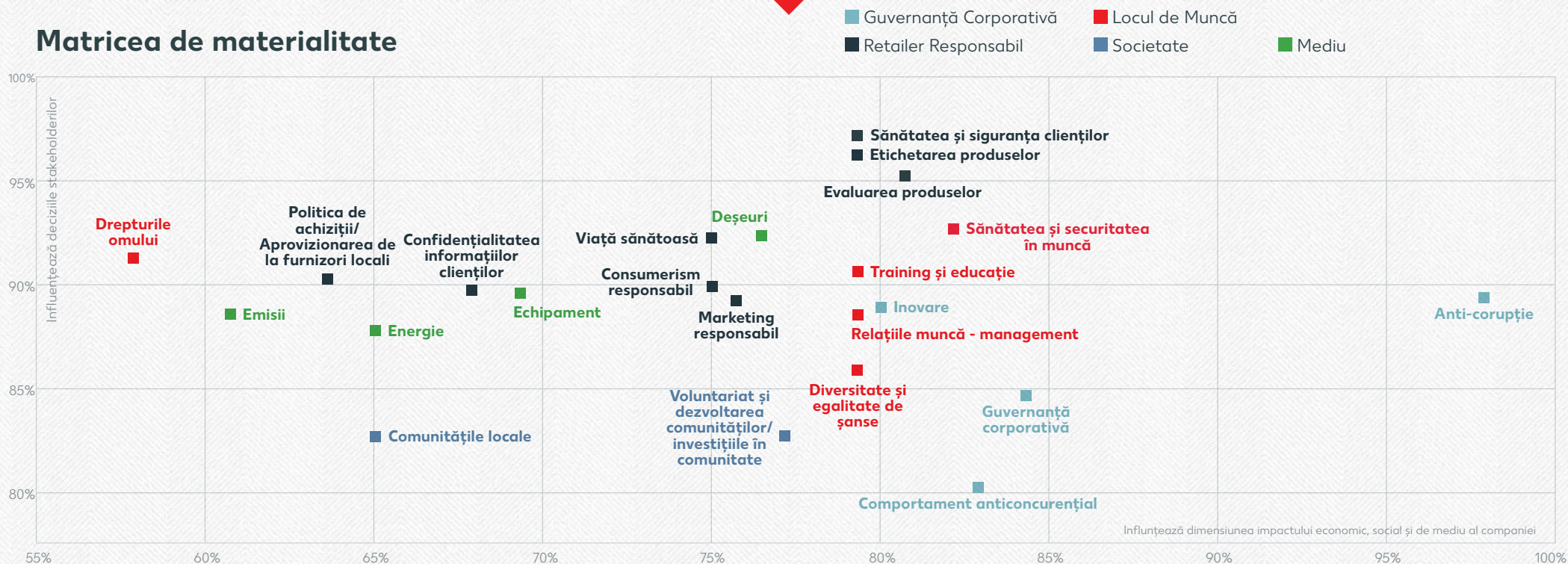


# Ce ne preocupă?

Din poziția sa de cel mai mare retailer din România, Kaufland are un rol important în dezvoltarea economică a țării. Modul Kaufland România de a-și pune amprenta asupra dezvoltării economice locale este prin încurajarea achizițiilor de la producători români, prin promovarea de practici transparente și responsabile în relațiile cu partenerii de afaceri, prin susținerea și grija acordată angajaților, dar și prin contribuția pe care o aduce la creșterea gradului de conștientizare a temelor precum consumul responsabil, grija față de mediu și susținerea comunităților locale.

Pentru realizarea primului raport de sustenabilitate, Kaufland România a derulat o cercetare de piață prin care a identificat temele materiale, adică acele teme care influențează într-o mare măsură impactul social, economic și de mediu al companiei și în același timp, deciziile stakeholderilor: angajați, furnizori, clienți, parteneri de afaceri, autorități, media și ONG-uri. Aceste teme de interes sunt reprezentate grafic în matricea de materialitate de mai jos, fiind analizate în detaliu în raportul de sustenabilitate care va fi disponibil din luna mai.

## Matricea de materialitate



# Retailer Responsabil

Primul Raport de Responsabilitate Socială Corporativă al Kaufland România a fost realizat pe baza standardelor Global Reporting Initiative (GRI).  
Raportul îndeplinește cerințele opțiunii de conformitate Core.



**>70 mărci proprii**  
**> 2.000 de produse**  
**marcă proprie Kaufland**

Mărcile proprii Kaufland reprezintă angajamentul nostru pentru cel mai bun raport calitate-preț: **K-Classic, K-Baby, K-Bio, Cultura Vini, Switch On, Exquisit, K-take-it-Veggie.**



**Reducerea risipei de hrană**

Cel mai scurt traseu de aprovizionare

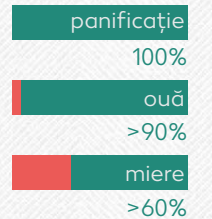
Comenzi automate

Verificarea termenelor de valabilitate

Stocuri pentru o zi sau două

Monitorizarea permanentă a termenelor de valabilitate

**>50% produse autohtone**



## Afiliați la



European Supply Chain Initiative



Association of Major Retail Networks in Romania - AMRCR



United Nations Global Compact Network, România - UNGC



International Advertising Association Romania - IAA

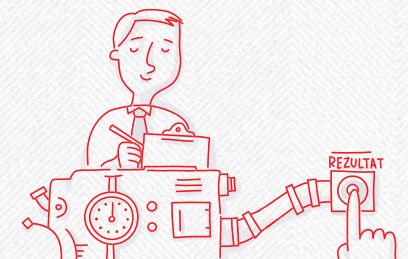


Sustainable Development Goals

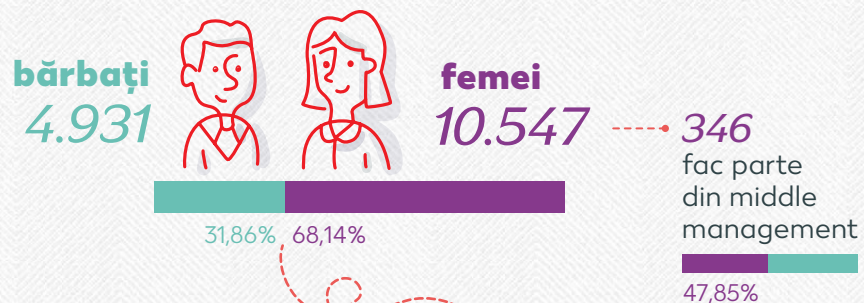


**1.482 furnizori români**

din totalul de 2.065 furnizori  
**71,76%**



# Angajator Responsabil



**angajați**  
15.478



**vârsta medie**  
38 ani

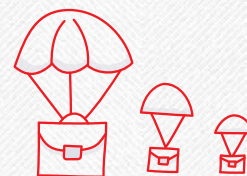
31,76% < 30 ani  
60,35% 30-50 ani  
7,89% > 50 ani

69  
de persoane  
cu dizabilități

1.809  
angajați au  
beneficiat de  
cursurile de instruire  
pe care compania  
le-a implementat  
în 2016

100%  
din angajații  
noștri beneficiază  
de contract colectiv  
de muncă

1.450 lei/lună  
salariul minim  
în 2016



**Le oferim angajaților**

un pachet  
salarial atractiv

asigurare  
de sănătate

dezvoltare  
profesională

servicii  
medicale

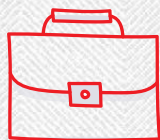
zile de concediu  
de odihnă progresiv în funcție  
de vechimea în companie

tichete de reduceri  
pentru toți membrii  
echipei

# Societate



**28.580.183 lei**  
totalul investiției comunitare  
derulate de **Kaufland** România  
în cursul anului 2016



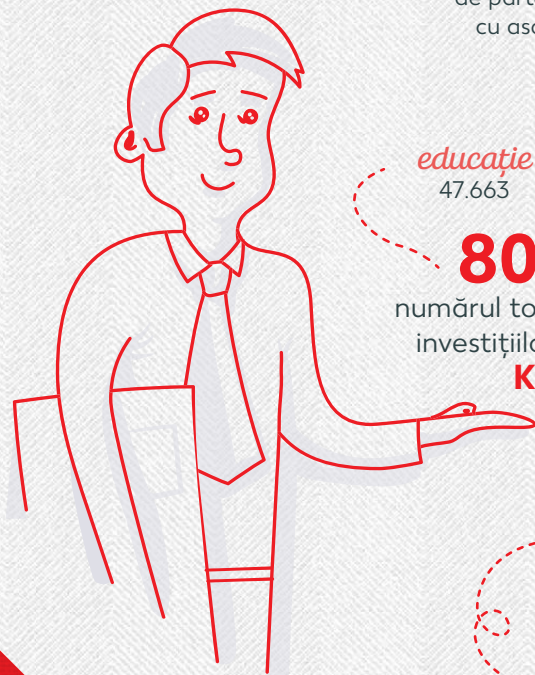
**143**

de parteneriate încheiate  
cu asociații și fundații



**178**

de proiecte derulate  
în cursul anului 2016



*educație*  
47.663

*mediu*  
415.620

*cultură*  
205.982

*social*  
24.752

**805.030**

numărul total al beneficiarilor  
investițiilor comunitare ale  
**Kaufland**

*sport &  
sănătate*  
111.013

**8.024 beneficiari**

a 27 proiecte derulate de **Kaufland**,  
în care am investit pentru a contribui la  
reducerea efectelor sărăciei

**4.520**  
de persoane  
adulte

**386**  
de familii

**3.118**  
de copii



# Protecția mediului

**13 tone**

deșeurii electrice periculoase  
reciclate în 2015 & 2016

**47.922 tone**

deșeurii nepericuloase  
reciclate în 2015 & 2016

• **188 tone**  
ulei de gătit

• **59 tone**  
baterii

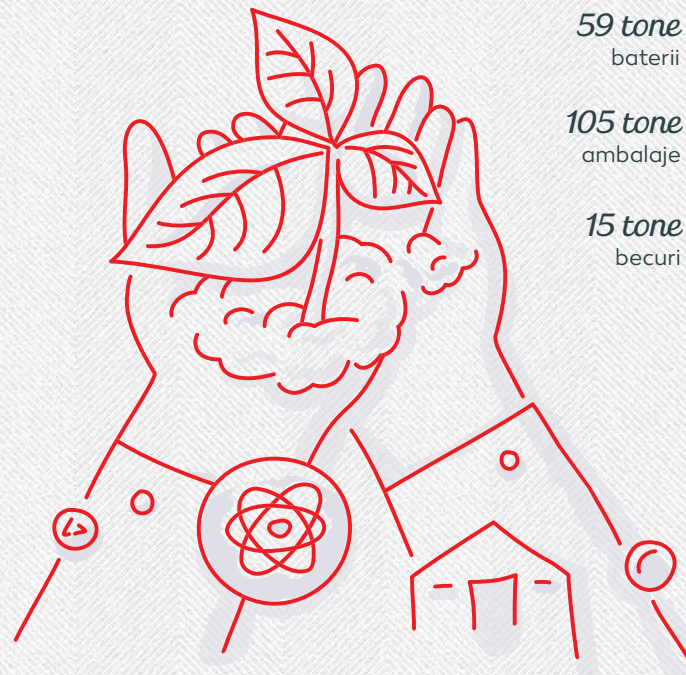
• **3234 tone**  
metal

• **105 tone**  
ambalaje

• **2759 tone**  
plastic

• **15 tone**  
becuri

• **41,575 tone**  
hârtie



**Ambalaje  
reciclate în 2016**

• **36,15 %**  
lemn

• **29,67 %**  
plastic & pet

• **75,19 %**  
metal

• **82,49 %**  
sticlă

• **80,64 %**  
carton și hârtie



**18 mașini electrice**  
cumpărate  
**8** donate



**12 orașe**  
stații de încărcare  
a mașinilor electrice



**7,58 %**  
reducere a consumului  
de apă în 2016 față de 2015

