



# 20. 21.

**Izveštaj o održivosti**

Kaufland Hrvatska k.d.

2020. | 2021.

**Djela,  
ne riječi.**



**Kaufland**



Drage čitateljice,  
dragi čitatelji,

iznimno me veseli što vam mogu predstaviti već drugo izdanje izvještaja o održivosti Kauflanda u Hrvatskoj, sada za 2020. i 2021. godinu.

Već od samog početka našeg poslovanja u Hrvatskoj provodimo razne projekte kojima naše djelovanje želimo učiniti održivijim. 2016. godine smo definirali konkretnu strategiju, ciljeve i područja djelovanja u kojima smo u prošlih nekoliko godina bili posebno angažirani, primjerice teme zdravlja i dobrobiti djece u Hrvatskoj. S brojnim projektima, kao što su to Kaufland škola voća i povrća ili naša strategija za smanjenje otpada od hrane koju provodimo u suradnji s Hrvatskim Crvenim križem i Hrvatskim Caritasom, pokazujemo posvećenost našoj zajednici i izravno pozitivno utječemo na bolju budućnost. A dobrobit naših zaposlenika i kupaca za nas je uvijek na prvom mjestu.

Kao veliko međunarodno poduzeće snosimo veliku socijalnu i ekonomsku odgovornost te se svakodnevno trudimo na najbolji mogući način podržati naših 3.256 zaposlenika tijekom njihove svakodnevice na radnom mjestu. Stoga posebno pazimo na zdravlje i sigurnost zaposlenika te svojim zaposlenicima pružamo mogućnosti za razvoj kroz razne programe za stjecanje vještina. Fer odnosi za nas znače da se svaka minuta rada naših zaposlenika elektronski evidentira i plaća. S iznadprosječnim plaćama, dvjema neto nagradama godišnje, božićnicom, uskršnicom i rođendanskim poklonima osiguravamo da su

naši zaposlenici adekvatno nagrađeni za rad koji obavljaju svakog dana.

Veliki značaj dajemo i održivoj nabavi. Radimo s izabranim, odgovornim dobavljačima koji nam pomažu u kreiranju atraktivnog održivog asortimana te poput nas žele doprinijeti zelenijoj budućnosti. Potpuni prelazak na električnu energiju iz obnovljivih izvora 2021. dodatni je velik i važan korak na putu prema našem cilju smanjenja emisija CO<sub>2</sub>. To su samo dvije od mnogobrojnih mjera kojima želimo pridonijeti zaštiti klime te će naši napori u tom području u budućnosti još rasti.

Za nas će uvijek biti najvažnije zadovoljstvo zaposlenika i kupaca. Svjesni smo toga da samo proaktivnim djelovanjem, sukladno našem motu „Djela, ne riječi“, možemo doprinijeti boljoj budućnosti za sve nas.

S poštovanjem,

**Patrick Rudat**

Predsjednik Uprave Kauflanda Hrvatska k.d.

# O nefinancijskom izvještaju

Ovaj izvještaj o održivosti sastavljen je za dvogodišnje izvještajno razdoblje, koje obuhvaća poslovne godine 2020. i 2021. (od 1. ožujka 2020. do 28. veljače 2022.) prema međunarodno priznatom okviru za nefinancijsko izvještavanje GRI Standards: sržna opcija. Zadnji izvještaj objavljen je u prosincu 2020. a odnosio se na poslovne godine 2018. i 2019.

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

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

Sadržaj ovog izvještaja definiran je na temelju (1) dijaloga s dionicima, (2) analize važnosti i angažmana za teme društveno odgovornog

poslovanja prema skupinama dionika, (3) matrice materijalnosti te (4) identificiranih ciljeva održivog razvoja kojima Kaufland najviše doprinosi.

Kako bi se dodatno podigla kvaliteta ovog nefinancijskog izvještaja, odabrana su tri GRI indikatora koja su dodatno provjerena od strane vanjskog stručnjaka, konzultantskog poduzeća Ernst & Young čiji izvještaj možete pronaći na 128. i 129. stranici.

Iznosi u EUR preračunati su fiksnim tečajem konverzije (1 € = 7,53450 kn).

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

Pozivamo dionike da pročitaju Izvještaj te komentare i savjete Kauflandu upute na adresu e-pošte: [kommunikacije@kaufland.hr](mailto:kommunikacije@kaufland.hr).

## I Sadržaj

### 01 O KAUF LANDU

Kaufland u Hrvatskoj - Djela, ne riječi.	8
Grupacija Schwarz	10
Vlastite robne marke Kauflanda	12
Članstva i priznanja	16
Okruženje i izazovi	18
Značajne promjene tijekom izvještajnog razdoblja	20
Strategija održivog razvoja	22

### 02 ZAPOSLENICI KAUF LANDA

Zaposlenici Kauflanda	34
Ravnoteža privatnog i poslovnog života	40
Zdravlje i sigurnost zaposlenika	42
Programi za stjecanje vještina i cjeloživotno učenje	46

### 03 UTJECAJ POSLOVANJA NA ZAŠTITU OKOLIŠA

Klimatska strategija Grupacije Schwarz	52
Energija i emisije	54
Voda	62
Otpad	64

### 04 POSVEĆENOST ZAJEDNICI

Posvećenost zajednici u kojoj Kaufland djeluje	70
--	----

### 05 ODRŽIVI ASORTIMAN

Održivi asortiman	80
-------------------	----

### 06 DOBROBIT ŽIVOTINJA

Dobrobit životinja	92
Doprinos bogatijem morskom svijetu	94

### 07 SMANJENJE OTPADA OD HRANE

Strategija za smanjenje otpada od hrane	98
---	----

### 08 ODGOVORNA NABA VA

Poslovna etika	104
Održivost dobavljačkog lanca	108

### 09 RESET PLASTIC

REset Plastic - holistička strategija za smanjenje plastike Grupacije Schwarz	114
---	-----

A close-up photograph of a person's hand pushing a metal shopping cart. The hand is resting on the black handle of the cart. Inside the cart, a red can is visible. The cart is part of a row of similar carts, and the background is blurred. A red vertical bar is on the left side of the image.

**IO Kauflandu**

# Kaufland u Hrvatskoj - Djela, ne riječi.

## Kaufland u Njemačkoj

Kaufland je s preko 1.350 trgovina i preko 139.000 zaposlenika prisutan u osam europskih država. U Njemačkoj, Poljskoj, Češkoj, Rumunjskoj, Slovačkoj, Bugarskoj, Hrvatskoj i Moldaviji – trgovački lanac svugdje nudi opsežan asortiman kvalitetnih prehrambenih namirnica i ostalih svakodnevno potrebnih artikala. Diljem Europe tvrtka upravlja s pet tvornica mesa i 17 logističkih centara.

Kaufland je trgovački lanac s kvalitetnim, zdravim i održivim proizvodima za sve potrebe, a u fokusu su svježi odjeli. Asortiman se sastoji od velikog izbora brendiranih proizvoda, atraktivnih vlastitih marki, regionalnih proizvoda kao i brojnih proizvoda koji doprinose zaštiti ljudi, životinja i prirode. Tvrtka se osim toga zalaže

za sveobuhvatnu zaštitu okoliša, ublažavanje klimatskih promjena i očuvanje bioraznolikosti.

Kaufland Stiftung sa sjedištem u njemačkom gradu Heilbronnu središnja je tvrtka Kaufland grupacije i u suradnji s nacionalnim tvrtkama zadaje strateški okvir za operativno poslovanje grupacije.

## Kaufland u Hrvatskoj

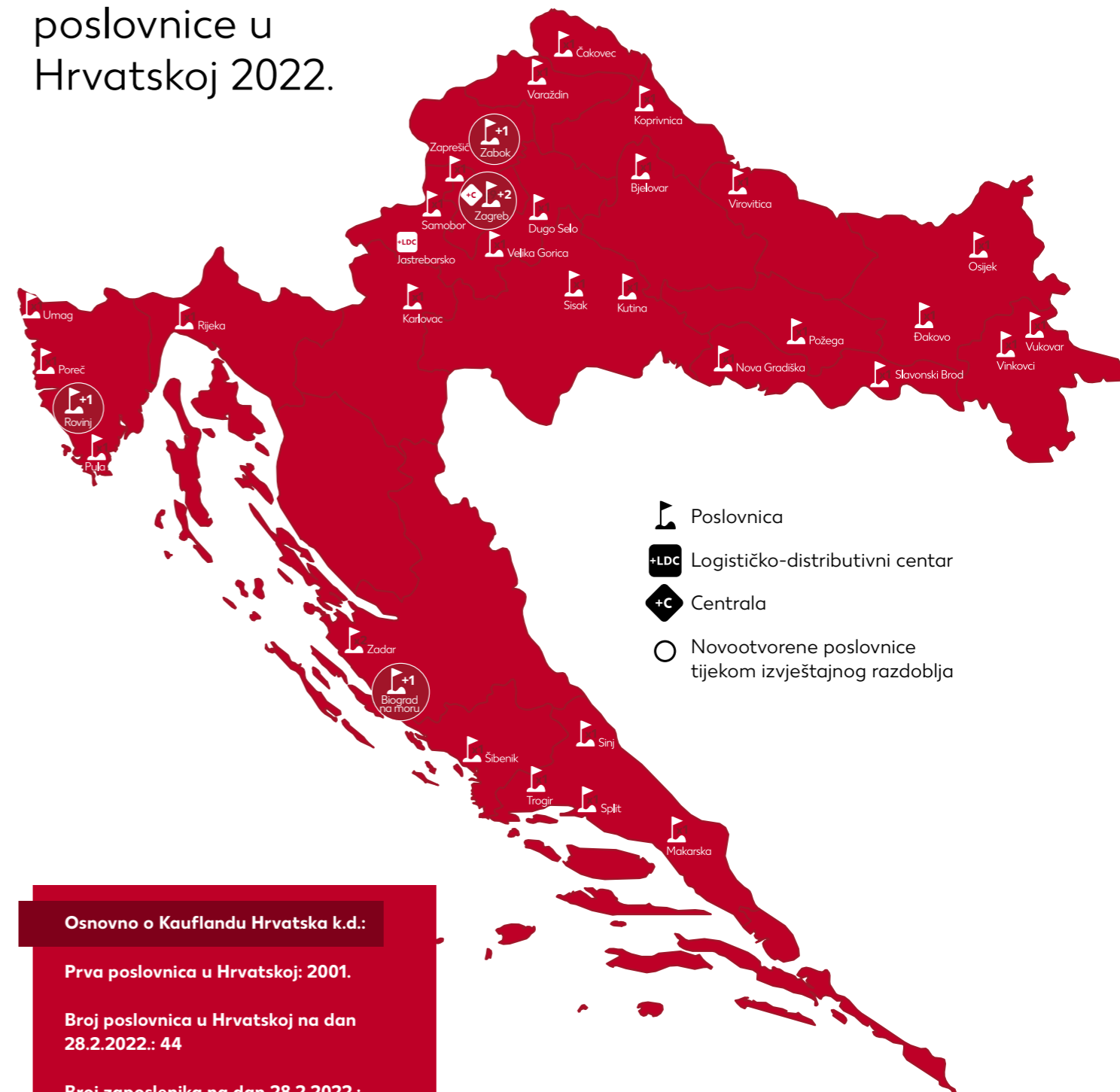
Kaufland Hrvatska k.d. je trgovačko društvo koje pripada Kaufland grupaciji.

U Hrvatskoj Kaufland posluje od 2001. godine. S više od 3.200 zaposlenika i 44 poslovnice Kaufland je jedan od vodećih trgovačkih lanaca u Hrvatskoj. Sjedište Kauflanda Hrvatska k.d. je u Zagrebu.



# 44

poslovnice u Hrvatskoj 2022.



### Osnovno o Kauflandu Hrvatska k.d.:

Prva poslovnica u Hrvatskoj: 2001.

Broj poslovnica u Hrvatskoj na dan 28.2.2022.: 44

Broj zaposlenika na dan 28.2.2022.: 3.256 (uključujući dugotrajno odsutne zaposlenike)

Sjedište: Donje Svetice 14, Zagreb

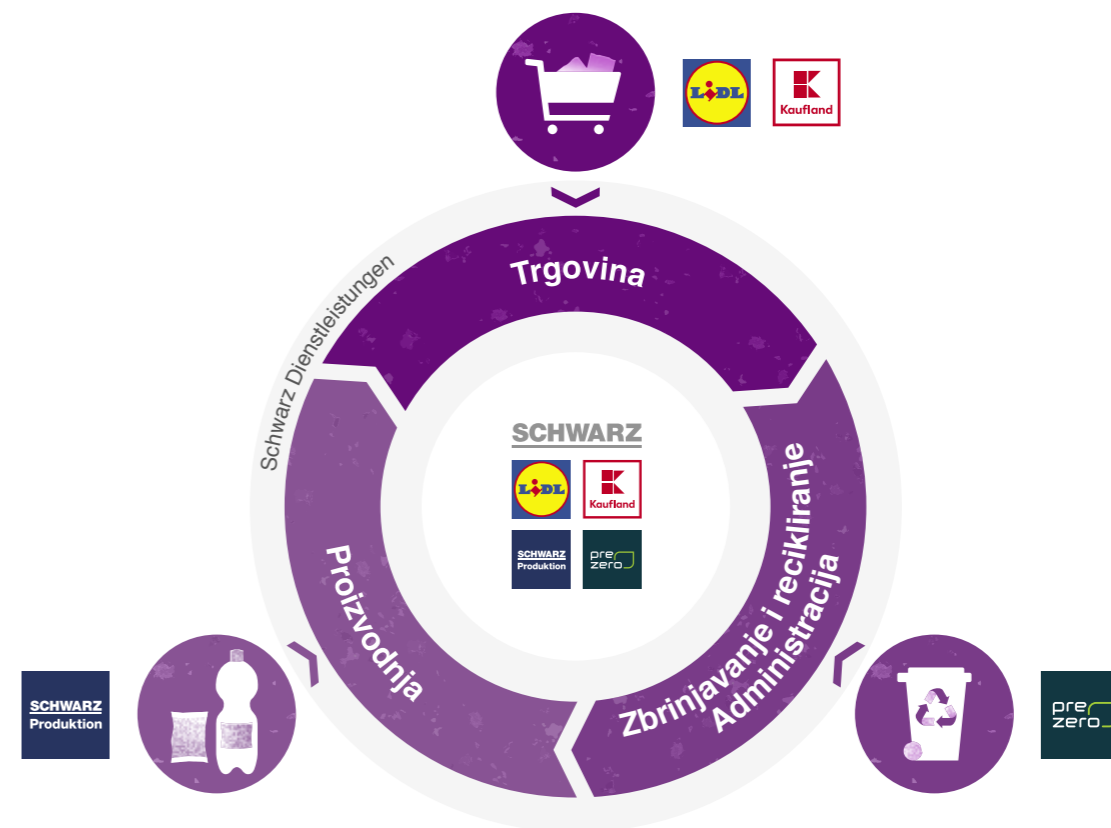
Slogan: Djela, ne riječi.

# Grupacija Schwarz

**Kaufland je dio Grupacije Schwarz, koja je s oko 13.300 trgovina i preko 530,000\* zaposlenika u preko 30 država vodeće internacionalno trgovačko poduzeće s glavnim sjedištem u Neckarsulmu u Njemačkoj.**

Grupacija je u poslovnoj godini 2021. ostvarila ukupan promet od 133,6 milijarde eura. Podijeljena u područja proizvodnja, trgovina i okoliš Grupacija Schwarz pokriva cjelokupan kružni proces ostvarivanja dodane vrijednosti. Lidl i Kaufland čine stupove maloprodaje prehrambenih namirnica. Na njihovim policama nalaze se proizvodi vlastite marke, od sladoleda do pića,

koje proizvodi Schwarz Produktion. Pri tome se posebna pažnja poklanja upotrebi održivih sirovina kao i ekološki osviještenim pakiranjima. S tvrtkom PreZero koja zbrinjava, sortira i prerađuje otpad Grupacija Schwarz već godinama prati viziju zatvorenih kružnih procesa recikliranja. PreZero pri upravljanju otpadom i recikliranju u vidu ima mogućnost višekratne upotrebe materijala i time investira u čistu budućnost, a pri administrativnim i operativnim pitanjima podršku pruža tvrtka Schwarz Dienstleistungen. Sve tvrtke Grupacije Schwarz dijele istu viziju održivosti: Raznolikošću živjeti globalnu odgovornost.



## Trgovina

Trgovački lanci Lidl i Kaufland nude svojim kupcima u oko 30 zemalja opsežan asortiman. Obje tvrtke angažirane su stalno s brojnim aktivnostima uzduž cijelog lanca vrijednosti, npr. za zaštitu klime i biološke raznolikosti ili za očuvanje sirovina.

## Administracija

Tvrtka Schwarz Dienstleistungen podrška je tvrtkama Lidl, Kaufland, Schwarz Produktion i PreZero: sažimanjem različitih administrativnih i operativnih usluga – na primjer na području kontrolinga, financija, ljudskih resursa i centralne nabave – realiziraju sinergijske potencijale i djeluju učinkovito i održivo.

## Proizvodnja

Tvrtka Schwarz Produktion proizvodi kvalitetne proizvode vlastite robne marke u području pića, čokolade, sušenog voća i sladoleda za Lidl i Kaufland. Tri postrojenja za plastiku i reciklažu također su dio ovog jedinstvenog kružnog procesa recikliranja u kojem su PET boce pretežno izrađene od 100 % recikliranog materijala.

## Zbrinjavanje / recikliranje

Kao tvrtka Grupacije Schwarz koja brine o okolišu PreZero se aktivno bavi upravljanjem otpadom i recikliranjem. Prikupljanje, razdvajanje, prerada i recikliranje sirovina ubrajaju se u usluge ove tvrtke. Inovativnim rješenjima tako čuva resurse te se količina otpada koji se ne može ponovno iskoristiti smanjuje na nulu.



\* Broj zaposlenika razlikuje se od onoga na internetskim stranicama Grupacije Schwarz. Ovdje navedeni broj je interni pokazatelj koji u svojoj osnovi ima drugačiju definiciju zaposlenika u odnosu na završni godišnji obračun.

## Vlastite robne marke Kauflanda

Osim brendiranih proizvoda renomiranih proizvođača, u poslovnica Kauflanda nudi se i veliki broj proizvoda vlastitih robnih marki. Sve veći udio u vlastitim robnim markama imaju proizvodi domaćih proizvođača, proizvodi koji su zdraviji za potrošače i koji imaju manji negativni učinak na okoliš. Posebna pažnja posvećuje se svježini proizvoda, a zadovoljstvo kupaca i zaposlenika na prvom je mjestu.



Izravno stvorena i distribuirana ekonomska vrijednost (u MIO)						
Elementi	2021.		2020.		2019.	
	kn	€	kn	€	kn	€
<b>Izravno stvorena ekonomska vrijednost – Prihodi</b> (Prihodi od prodaje robe, imovine, paleta, papira, prihodi od najma, logističkih usluga i kamata)	<b>4.266</b>	<b>566,2</b>	<b>3.936</b>	<b>522,4</b>	<b>3.940</b>	<b>522,9</b>
<b>Distribuirana ekonomska vrijednost</b>	<b>4.007</b>	<b>531,8</b>	<b>3.758</b>	<b>498,8</b>	<b>3.719</b>	<b>493,6</b>
Operativni troškovi (Materijalni troškovi, troškovi osiguranja, troškovi grupe, troškovi platnog prometa, troškovi najma, troškovi radne odjeće, obuke zaposlenika)	3.564	473,0	3.350	444,6	3.302	438,3
Troškovi zaposlenika (Plaće)	280	37,2	263	34,9	259	34,4
Plaćanja davateljima kapitala (Trošak kamata)	6	0,8	7	0,9	9	1,2
Uplate u državni proračun (Porez i prerez na dohodak, mirovinsko, zdravstveno)	152	20,2	130	17,3	144	19,1
Ulaganja u zajednicu (Donacije robe i novca)	5	0,7	8	1,1	5	0,7
<b>Zadržana ekonomska vrijednost</b>	<b>259</b>	<b>34,4</b>	<b>178</b>	<b>23,6</b>	<b>221</b>	<b>29,3</b>

Uplaćeni porezi i ostala davanja (u MIO)						
Elementi	2021.		2020.		2019.	
	kn	€	kn	€	kn	€
Porez na dodanu vrijednost	345	45,8	315	41,8	306	40,6
Porez na dobit	20	2,7	0	0,0	14	1,9
Trošarine	14	1,9	13	1,7	13	1,7
Članarine	2	0,3	2	0,3	2	0,3
Komunalna naknada	17	2,3	15	2,0	16	2,1
Porezi i doprinosi na dohodak	128	17,0	125	16,6	128	17,0
<b>Ukupno</b>	<b>526</b>	<b>69,8</b>	<b>470</b>	<b>62,4</b>	<b>479</b>	<b>63,6</b>













# Članstva i priznanja












## Eksterne inicijative i članstva Kauflanda u Hrvatskoj

Kaufland Hrvatska k.d. aktivan je partner u društveno-političkim diskusijama. Zato je praćenje zakona i razmjena s političkim dionicima odn. suradnja u udruženjima za procese stvaranja mišljenja u branši sastavni dio posla. Iza toga stoji cilj da se pravni propisi brzo i bez zapreka prevedu u operativno poslovanje i da se s dobavljačima pravovremeno radi na temama koje su važne za budućnost.

Kaufland Hrvatska k.d. član je različitih udruga i organizacija:

 <p><b>HRVATSKA GOSPODARSKA KOMORA</b></p> <p>Hrvatska gospodarska komora (od 2001.)</p>	 <p><b>Deutch-Kroatische Industrie- und Handelskammer</b> Njemačko-hrvatska industrijska i trgovinska komora</p> <p>Njemačko-hrvatska industrijska i trgovinska komora (od 2002.)</p>	 <p><b>HUP</b> Hrvatska udruga poslodavaca</p> <p>Hrvatska udruga poslodavaca (od 2005.)</p>
 <p>Supply Chain Initiative (od 2014.)</p>	 <p><b>CERTIFIKAT POSLODAVAC PARTNER</b></p> <p>Certifikat Poslodavac partner (od 2016.)</p>	 <p>TVRKA PRIJATELJ ZDRAVLJA</p> <p>Certifikat Tvrtka prijatelj zdravlja (od 2019.)</p>
 <p><b>Povelja o volontiranju zaposlenika</b></p> <p>Povelja o volontiranju (od 2019.)</p>	 <p><b>Top Employer</b></p> <p>Top Employer (od 2020.)</p>	

Preko Kaufland Stiftung je Kaufland Hrvatska k.d. osim toga zastupljen u sljedećim internacionalnim udrugama i organizacijama:

 <p>AKTIONSBÜNDNIS FÜR NACHHALTIGE BANANEN ACTION ALLIANCE FOR SUSTAINABLE BANANAS</p> <p>Action Alliance for sustainable bananas</p>	 <p>amfori Trade with purpose</p> <p>amfori Business Social Compliance Initiative</p>	 <p><b>FORUM</b> Nachhaltiges Palmöl</p> <p>Forum Nachhaltiges Palmöl (Forum za održivo palmino ulje)</p>
 <p><b>FUR FREE RETAILER</b></p> <p>Fur Free Retailer</p>	 <p>GLOBALG.A.P. MEMBER 2021</p> <p>GLOBALG.A.P.</p>	 <p><b>IFS</b> Food</p> <p>International Featured Standard</p>
 <p>Partnerschaft für Nachhaltigen Orangensaft</p> <p>The Juice CSR platform</p>	 <p>Roundtable on Sustainable Palmoil</p>	
 <p><b>ELLEN MACARTHUR FOUNDATION</b> Member</p> <p>Ellen MacArthur Foundation</p>	 <p><b>WE SUPPORT</b> UN GLOBAL COMPACT Member</p> <p>UN Global Compact</p>	 <p><b>SCIENCE BASED TARGETS</b> DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION</p> <p>Science Based Targets initiative</p>

Preko Grupacije Schwarz je Kaufland Hrvatska k.d. član u sljedećim institucijama:

# Okruženje i izazovi

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

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

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

upravno kaznene mjere protiv Kauflanda.

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

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

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

Projektna skupina Kauflanda za nefinancijsko izvještavanje u procesu identifikacije rizika, mjera i ciljeva koristila se preporukama za identifikaciju rizika propisanim od strane

Međunarodnog odbora za financijsku stabilnost o objavi financijskih informacija povezanih s klimatskim promjenama (engl. Task Force on Climate-related Financial Disclosures - TCFD). Preporuke TCFD-a daju jasnu polaznu točku poduzećima kroz identifikaciju rizika, mjera i ciljeva kako se u narednim godinama zaštititi od nadolazećih izazova kroz nove identificirane mjere i postavljene ciljeve, a koje dugoročno

stvaraju dodanu vrijednost i povećavaju poslovnu uspješnost. Identificirani rizici koji mogu značajno utjecati na poslovanje i održivost Kauflanda, kao i identificirane mjere i ciljevi kojima se minimiziraju društveni i okolišni rizici prikazani su u tablici.

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

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

\* Rizici, mjere i ciljevi nisu složeni po prioritetima.

# Značajne promjene tijekom izvještajnog razdoblja

## 17.9.2020. otvorenje poslovnice u Zagrebu - Barutanski jarak

Moderna 40. poslovnica Kauflanda otvorena je u zagrebačkoj gradskoj četvrti Bukovac, na adresi Barutanski jarak 54. Pri otvorenju, sredinom rujna 2020., poslovnica Barutanski jarak odmah se priključila projektu Kaufland škola voća i povrća. Na izlazu iz poslovnice bile su postavljene prozirne glasačke kutije u koje su kupci mogli ubaciti glasački listić koji bi dobili na blagajni, a pomoću kojeg su glasali za jednu od ponuđenih susjednih osnovnih škola. Škola s najviše glasova postala je partnerska škola poslovnice.

## 4.2.2021. otvorenje poslovnice u Rovinju

Pri otvorenju ove poslovnice u Istri, Kaufland je uputio poziv malim proizvođačima i OPG-ovima iz Rovinja i okolice da pošalju svoje ponude i plasiraju proizvode na police nove trgovine – od mesnih i mliječnih prerađevina do proizvoda od meda, tjestenine, voća i povrća. Ispred ulaza u trgovinu postavljena je pametna klupa hrvatskog proizvođača na kojoj kupci mogu odmoriti i istovremeno napuniti električne uređaje sunčevom energijom. Povodom otvorenja 41. trgovine u Hrvatskoj Kaufland je dokazao da i dalje veliku brigu posvećuje očuvanju okoliša i da je uključen u zajednicu u kojoj posluje.

## 25.2.2021. otvorenje poslovnice u Biogradu na Moru

Kao i u Rovinju nekoliko dana ranije i u Biogradu na Moru Kaufland je dodatno proširio suradnju s malim lokalnim proizvođačima i OPG-ovima kojima je upućen poziv da na police novootvorene trgovine plasiraju svoje proizvode.

Gradu u kojem je otvorena 42. trgovina Kaufland je odlučio zahvaliti donacijom pametne klupe hrvatskog proizvođača te je klupa postavljena na obali Petra Krešimira IV, a ista takva nalazi se i ispred same poslovnice. Osim što je namijenjena za predah, ova klupa omogućava punjenje mobitela ili drugih uređaja, a sunčevu energiju prikuplja pomoću solarnih panela.



## 16.12.2021. otvorenje poslovnice u Zagrebu - Peščenica

Prilikom otvorenja novih poslovnica Kaufland uvijek u fokusu ima lokalnu zajednicu u kojoj posluje. Na lokaciji Zagreb-Peščenica stoga je uloženo čak 500.000 kuna (66.361,40 €) kako bi se uredila javna površina pored trgovine. Na tom projektu Kaufland je surađivao s mjesnim odborom i gradskim vlastima. Rezultat te ugodne suradnje je velika zelena površina za javno korištenje – dar našim novim susjedima i zaposlenicima poslovnice, ali i centrale koja se nalazi odmah preko puta.

## Sjedište Kauflanda trajno na Donjim Sveticama

U siječnju 2021. su uspješno okončani pregovori i potpisan je ugovor o kupoprodaji cijelog kompleksa nekretnina na adresi Donje Svetice 14/Planinska 13a u Zagrebu, čime je Kaufland osigurao trajnu adresu za svoje sjedište.



## 9.2.2022. otvorenje poslovnice u Zaboku

Budući da se posebno zalaže za zdravlje i dobrobit djece, prilikom otvorenja nove trgovine u Zaboku Kaufland je Odjelu za pedijatriju Opće bolnice Zabok i bolnice hrvatskih veterana donirao 20.000 kn (2.654,46 €). Donaciju je bolnica iskoristila kako bi nabavili transakutni bilirubinometar, uređaj za praćenje novorođenačke žutice.

Sve novootvorene poslovnice Kauflanda imaju sustav za održivo gospodarenje otpadom, koriste otpadnu energiju za grijanje, a ugrađeni su i sustav za nadzor potrošnje struje i vode te punionice za električne automobile. Sve ove stvari su potvrda predanosti zelenoj, održivoj izgradnji koju zagovaramo.

## 28.2.2022. otvorenje logističko-distributivnog centra za duboko smrznutu robu

Posebnu pažnju posvećujemo optimizaciji procesa u lancu opskrbe kako bismo osigurali optimalnu svježinu i dostupnost proizvoda u trgovinama diljem Hrvatske. Ponosni smo na novoizgrađeni dio našeg logističko-distributivnog centra koji je napravljen po najmodernijim standardima. Novo skladište tlocrtno veličine čak 5.873 četvornih metara služi za sigurnu pohranu duboko smrznutih proizvoda.

# Strategija održivog razvoja

## Dijalog s dionicima i definiranje materijalnosti

### Proces za izradu matrice materijalnosti

Stalna komunikacija s našim internim i eksternim dionicima – kao što su na primjer zaposlenici, dobavljači, kupci, nevladine organizacije, udruge, znanstvenici i političari – značajan je sastavni dio upravljanja održivošću Kauflanda.

Komunikacija s našim dionicima nam je izuzetno važna, stoga redovito i proaktivno dijelimo informacije sa svim našim dionicima. U tu svrhu koristimo različite formate kao što su izvještaj o održivosti, objave za medije, tjedni letak i internetske stranice za eksterne dionike i kupce te intranet, aplikacija i časopis za naše zaposlenike. Osim toga omogućujemo i održavamo radionice i osobne razgovore za direktnu međusobnu komunikaciju. Pri tome nam naši dionici svojom stručnošću, svojim zapažanjima i kritičnim i konstruktivnim dijalogom daju dragocjene povratne informacije koje uzimamo u obzir pri svom radu. Kaufland Hrvatska k.d. osim toga se na različite načine uključuje u suradnje i sudjeluje u dijalogima i komunikaciji koje iniciraju drugi.

Redovito evaluiramo relevantnost održivih tema za Kaufland u okviru anketiranja dionika.

### Analiza materijalnosti

Za identifikaciju održivih tema koje su relevantne za vlastito poslovanje Kaufland je proveo 2021. i 2022. godine analizu materijalnosti. U tu svrhu je Kaufland ispitao važne grupe dionika i osim toga je ocijenio utjecaj koji ima na te teme vezane uz održivost. Analiza materijalnosti aktualizira se najkasnije svake dvije godine u okviru izrade izvještaja o održivosti.

### Ispitivanje materijalnih tema sa stajališta dionika

Kako bi se ispitale materijalne teme iz eksterne perspektive, Kaufland je od travnja do kolovoza 2021. proveo online anketu s najvažnijim dionicima. Ukupno je ispitano 1.890 internih i eksternih dionika, a među njima zaposlenici, dobavljači, kao i predstavnici nevladinih organizacija, udruge, znanosti i politike. Anketu kupaca zasebno je provela eksterna agencija za istraživanje tržišta, a rezultati te ankete u okviru koje je ispitano 1.400 kupaca spojeni su s rezultatima anketa drugih grupa dionika.

Cilj reprezentativne ankete bio je saznati ocjene i očekivanja koja ta grupa dionika ima od Kauflanda i održivosti u Kauflandu. Osnovu za anketu predstavljalo je 17 održivih tema definiranih duž lanca vrijednosti Kauflanda. Svaku od tih tema ispitanici su ocijenili s obzirom na njezinu relevantnost za Kaufland.

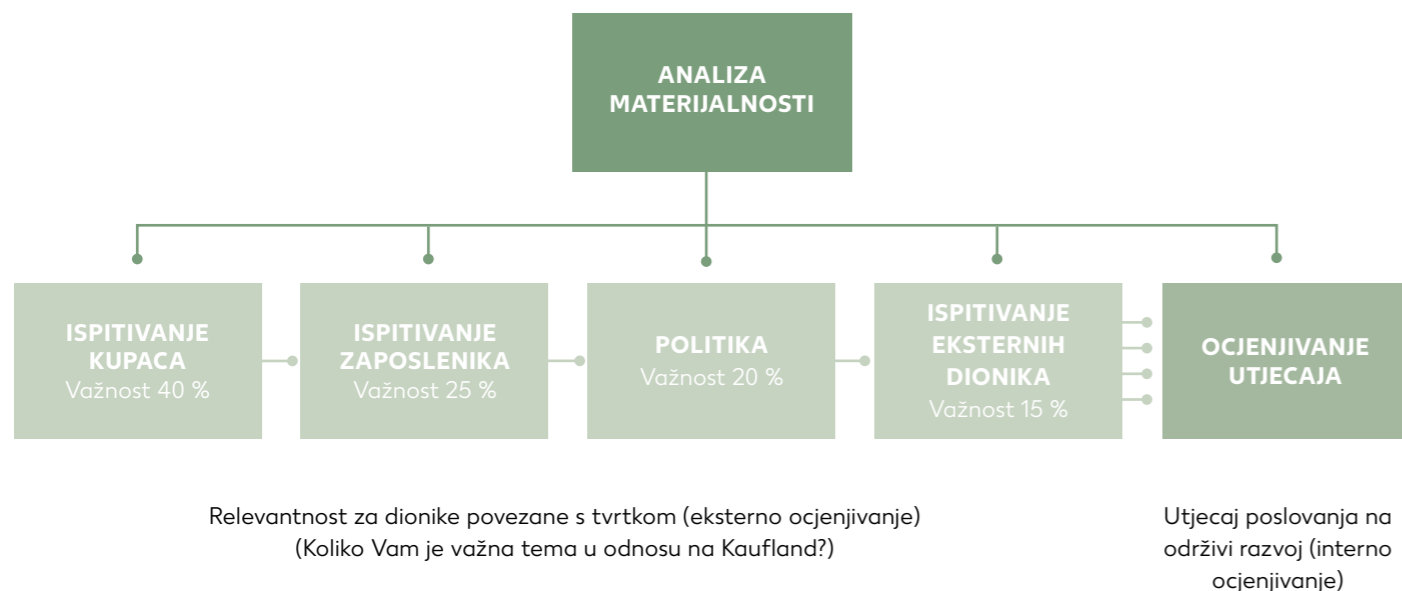
Grupe ispitanih dionika	
Grupa dionika	Broj ispitanih
Kupci	1.400
Zaposlenici	332
Politika	1
Eksterni dionici*	158
<b>Ukupno</b>	<b>1.890</b>

\* Eksterni dionici sastoje se od dobavljača te predstavnika nevladinih organizacija, udruge i znanosti

## 17 održivih tema duž lanca vrijednosti Kauflanda



## Ocjenjivanje utjecaja važan je element analize materijalnosti



Dodatno uz održive teme koje su određene kao materijalne u ovom izvještaju se nalaze i druge strateški relevantne teme kao što su:

- **Kreiranje zdravog i održivog asortimana, Usluge za kupce i podizanje svijesti o aktualnim temama vezanim uz održivost te Održiva poljoprivreda** (opisane u poglavlju Održivi asortiman)
- **Dobrobit životinja**
- **Ekološki prihvatljiva ambalaža** (opisana u poglavlju Smanjenje plastike)
- **Zaštita okoliša u procesima poduzeća** (opisana u poglavlju Utjecaj poslovanja na zaštitu okoliša)

Razlozi za izvještevanje o ovim temama su visoka strateška relevantnost i zahtjevi za transparentnošću od strane dionika.

Teme **Zaštita okoliša u procesima poduzeća, Izbjegavanje otpada od hrane i Poticanje domaćih/regionalnih proizvoda** u usporedbi s prethodnom matricom materijalnosti imaju sa stajališta dionika veći značaj. Istovremeno

se pokazalo da Kaufland ima više utjecaja na iste teme, nego pri zadnjem ocjenjivanju boljim razumijevanjem teme i operativnim promjenama kao što su proširenje asortimana i izgradnja novih poslovnica.

### Dijalog s dionicima

U cilju analize važnosti i angažmana za teme društveno odgovornog poslovanja koje su relevantne za Kaufland Hrvatska k.d. provedene su radionice s Upravom Kauflanda, zaposlenicima Kauflanda i eksternim dionicima. U radionici s Upravom sudjelovali su predsjednik Uprave, članovi Uprave, voditeljica ljudskih potencijala te odjel Korporativnih komunikacija. Sveukupno dvanaest tvrtki sudjelovalo je u radionici s eksternim dionicima, a u radionicu sa zaposlenicima uključeni su zaposlenici iz različitih odjela. Na radionicama su dionici prioritizirali ESG teme s obzirom na utjecaj koji Kaufland Hrvatska k.d. ima na društvo, okoliš i ekonomiju. Radionice je moderirala hrvatska organizacija usmjerena na razvoj društvene odgovornosti poduzeća i promociju nefinancijskog izvještavanja kroz nezavisno istraživanje, Institut za društveno odgovorno poslovanje (IDOP).

## Rezultati analize materijalnosti

Rezultati su pokazali da su teme o održivosti „Promicanje domaćih, regionalnih proizvoda“ i „Odgovoran poslodavac“ eksternim dionicima i kupcima važne teme za Kaufland, dok su zaposlenici kao najvažnije teme istaknuli: „Plaća i dodatne pogodnosti“, „Radna atmosfera“ i „Ravnoteža poslovnog i privatnog života/radno vrijeme“.

U usporedbi s rezultatima ankete za prethodni izvještaj, važna tema održivosti iz perspektive eksternih dionika i kupaca je i dalje „Promicanje domaćih, regionalnih proizvoda“ odnosno „Domaći, regionalni proizvodi“, te „Proizvodi bez genetskog inženjeringa“, „Voće i povrće bez pesticida“ kao i „Isključivanje uvjeta držanja koji predstavljaju mučenje životinja/testiranje na životinjama“. Eksterni dionici u 2020. i 2021. godini važnost daju temi „Korporativna zaštita

okoliša“ umjesto „Podrška malim regionalnim dobavljačima“, dok zaposlenici „Radnu atmosferu“, odnos rukovoditelja prema zaposlenicima, komunikacija, timski rad, radno mjesto itd., u 2020. i 2021. godini smatraju važnijom temom održivosti nego „Domaći, regionalni proizvodi“.

Možemo zaključiti kako su u odnosu na prošlo izvještajno razdoblje domaći proizvodi i podrška lokalnim dobavljačima te teme vezane uz plaću, radno vrijeme i radne uvjete zadržale značaj među svim skupinama. Primjetan je porast važnosti tema korporativne zaštite okoliša i radne atmosfere, a posebice se istaknula tema sprječavanje nastanka otpada od hrane.

Važne teme održivosti iz perspektive dionika		
Dionici	2020. i 2021.	2018. i 2019.
Zaposlenici	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plaća i dodatne pogodnosti</li> <li>• Radna atmosfera (odnos rukovoditelja prema zaposlenicima, komunikacija, timski rad, radno mjesto itd.)</li> <li>• Ravnoteža poslovnog i privatnog života / radno vrijeme</li> <li>• Zdravlje zaposlenika</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Domaći, regionalni proizvodi</li> <li>• Plaća i dodatna davanja</li> <li>• Ravnoteža između posla i privatnog života / radno vrijeme</li> </ul>
Eksterni dionici	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promicanje domaćih, regionalnih proizvoda</li> <li>• Odgovoran poslodavac</li> <li>• Korporativna zaštita okoliša</li> <li>• Sprječavanje nastanka otpada od hrane</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Domaći, regionalni proizvodi</li> <li>• Voće i povrće bez pesticida</li> <li>• Podrška malim regionalnim dobavljačima</li> </ul>
Kupci	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promicanje domaćih, regionalnih proizvoda</li> <li>• Isključivanje uvjeta držanja koji predstavljaju mučenje životinja/testiranje na životinjama</li> <li>• Odgovorni poslodavac</li> <li>• Sprječavanje nastanka otpada od hrane</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Domaći, regionalni proizvodi</li> <li>• Proizvodi bez genetskog inženjeringa</li> <li>• Odgovorni poslodavac</li> </ul>

# Ocjenjivanje utjecaja Kauflanda u Hrvatskoj

Dodatno uz anketiranje dionika Uprava Kauflanda zajedno s direktoricom Sektora ljudskih resursa i Korporativnim komunikacijama ocijenila je utjecaj svoje tvrtke na navedenih 17 održivih tema. Budući da bi kvantitativan izračun utjecaja trenutno bio vrlo zahtjevan i netočan, ocjenjivanje je provedeno na kvalitativnoj osnovi i u relativnom međusobnom odnosu.

Relevantnost proizašla iz tog ocjenjivanja prikazuje se na matrici materijalnosti na horizontalnoj osi.

Rezultati anketiranja dionika i interno ocjenjivanje utjecaja Kauflanda čine matricu materijalnosti i prikazuju 6 tema na koje poslovanje Kauflanda ima najveći utjecaj ili su najrelevantniji za dionike. Te teme nalaze se iznad praga materijalnosti tvrtke i čine osnovu za ovaj izvještaj. Važne okolišne, društvene i ekonomske teme su:

**Promicanje domaćih, regionalnih proizvoda**  
opisano u poglavlju Održivi asortiman



**Društveno odgovorno djelovanje za ljude i okoliš** opisano u poglavlju Posvećenost zajednici



**Odgovoran poslodavac** opisano u poglavlju Zaposlenici



**Socijalni standardi, radni i životni uvjeti u poljoprivredi te eksploatacija sirovina** opisano u poglavljima Zaposlenici, Održivi asortiman te Odgovorna nabava



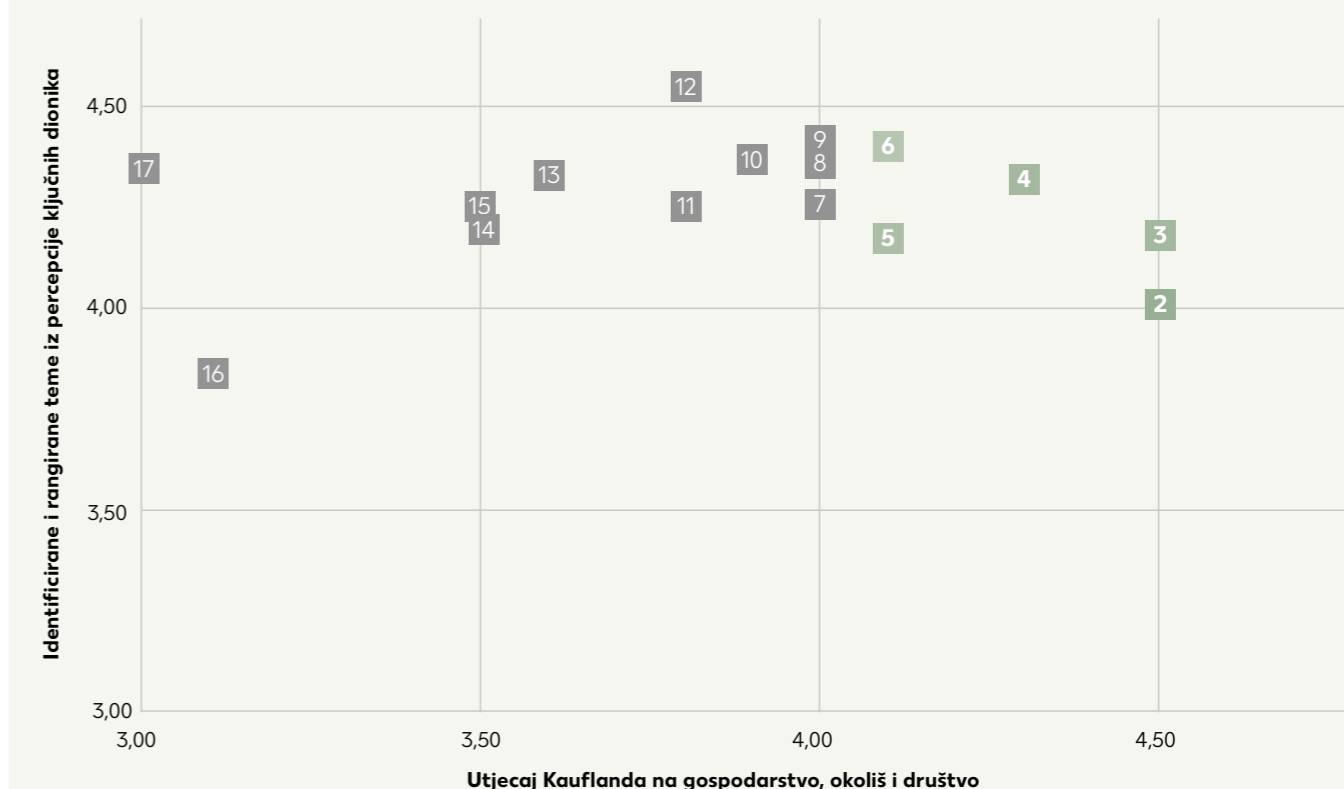
**Lanac opskrbe/proizvodnja koji čuvaju okoliš, klimu i resurse** opisano u poglavljima Utjecaj poslovanja na zaštitu okoliša i Odgovorna nabava



**Sprječavanje nastanka otpada od hrane** opisano u poglavlju Smanjenje otpada od hrane



Matrica materijalnosti (ili matrica važnosti)



Relevantnost održivih tema za dionike nalazi se na vertikalnoj osi matrice materijalnosti.

- |   |   |
|---|---|
| 1. <b>Promicanje domaćih, regionalnih proizvoda</b>   | 12. Ekološki prihvatljiva ambalaža  |
| 2. <b>Društveno odgovorno djelovanje za ljude i okoliš</b>                                      | 13. Isključivanje uvjeta držanja koji predstavljaju mučenje životinja/testiranje na životinjama |
| 3. <b>Odgovoran poslodavac</b>  | 14. Kreiranje održivog asortimana   |
| 4. <b>Socijalni standardi, radni i životni uvjeti u poljoprivredi te eksploatacija sirovina</b> | 15. Zelena logistika  |
| 5. <b>Lanac opskrbe/proizvodnja koji čuvaju okoliš, klimu i resurse</b>                         | 16. Usluge za kupce i podizanje svijesti o aktualnim temama vezanim uz održivost                |
| 6. <b>Sprječavanje nastanka otpada od hrane</b>   | 17. Transparentnost u poslovnici  |
| 7. Pravna usklađenost/suzbijanje korupcije  |   |
| 8. Socijalni standardi, radni i životni uvjeti u proizvodnji                                    |   |
| 9. Korporativna zaštita okoliša   |   |
| 10. Održiva poljoprivreda   |   |
| 11. Kreiranje zdravog asortimana  |   |

# Identifikacija ciljeva održivog razvoja kojima Kaufland najviše doprinosi

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

Upravo iz tog razloga je početkom 2020. godine društvo Kaufland Stiftung u okviru Grupacije Schwarz postalo članom UN-ove inicijative Global Compact, najveće i najvažnije svjetske inicijative za odgovorno korporativno upravljanje. Potpisivanjem inicijative obvezuje se na poštivanje

deset univerzalnih načela inicijative u područjima ljudskih prava, rada, zaštite okoliša i borbe protiv korupcije te na taj način opsežnoj predanosti pitanjima iz područja održivosti pruža globalni okvir.

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

Kaufland svoju predanost održivom poslovanju realizira kroz odgovorno poslovanje prema zaposlenicima, zajednici i okolišu, čime direktno doprinosi UN ciljevima održivog razvoja. Pod sloganom „Djela, ne riječi.“ djeluje za zdravlje ljudi i planeta vodeći se načelima odgovorne nabave i fer poslovne prakse u dobavljačkom lancu, provodeći inicijative za zdrav život među zaposlenicima i u zajednici te razvijajući strategije za smanjenje plastike i otpada.

Zdravlje zaposlenika, potrošača i poslovnih partnera te očuvanje okoliša u fokusu su poslovanja tvrtke prema čemu su definirani i prioritetni ciljevi održivosti. U nastavku su četiri osnovna cilja kojima Kaufland najviše doprinosi, imajući na umu i preostale UN ciljeve održivog razvoja. Dobro postavljenim krovnim ciljevima i strateški definiranim podciljevima primjenjivim na Kaufland, tijekom vremena osigurava se konzekventna provedba održivih projekata koji doprinose kontinuiranom doprinosu ostvarenja ciljeva održivog razvoja.



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

- Suradnja s lokalnim poljoprivrednicima koji se uključuju u dobavljački lanac
- Održiva nabava - provodi se sveobuhvatan postupak kontrole i nadzora robe
- Sprječava se otpad od hrane suradnjom s registriranim posrednicima u lancu doniranja hrane



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

- Inicijativa „Zdrav život“ usmjerena na osvještavanje važnosti brige o zdravlju i poticanje zdravog životnog stila zaposlenika
- Programom Fleksibilni radni angažman podržava se ravnoteža privatnog i poslovnog života
- Kaufland javnim osnovnim školama u okviru projekta Kaufland škola voća i povrća tijekom cijele školske godine donira voće i povrće



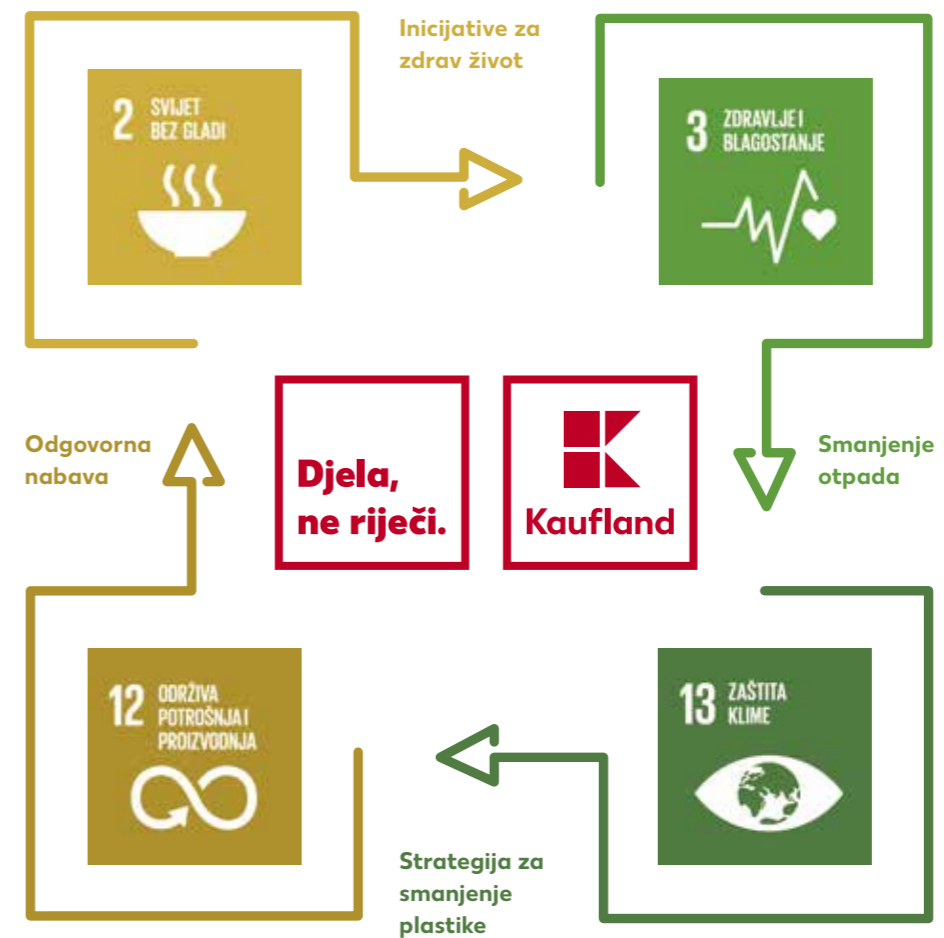
**Kaufland razvija i provodi poslovne modele za održivu potrošnju i proizvodnju.**

- Učinkovito korištenje prirodnih resursa
- Smanjenje otpada od hrane
- Educiranje zaposlenika za održivo djelovanje



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

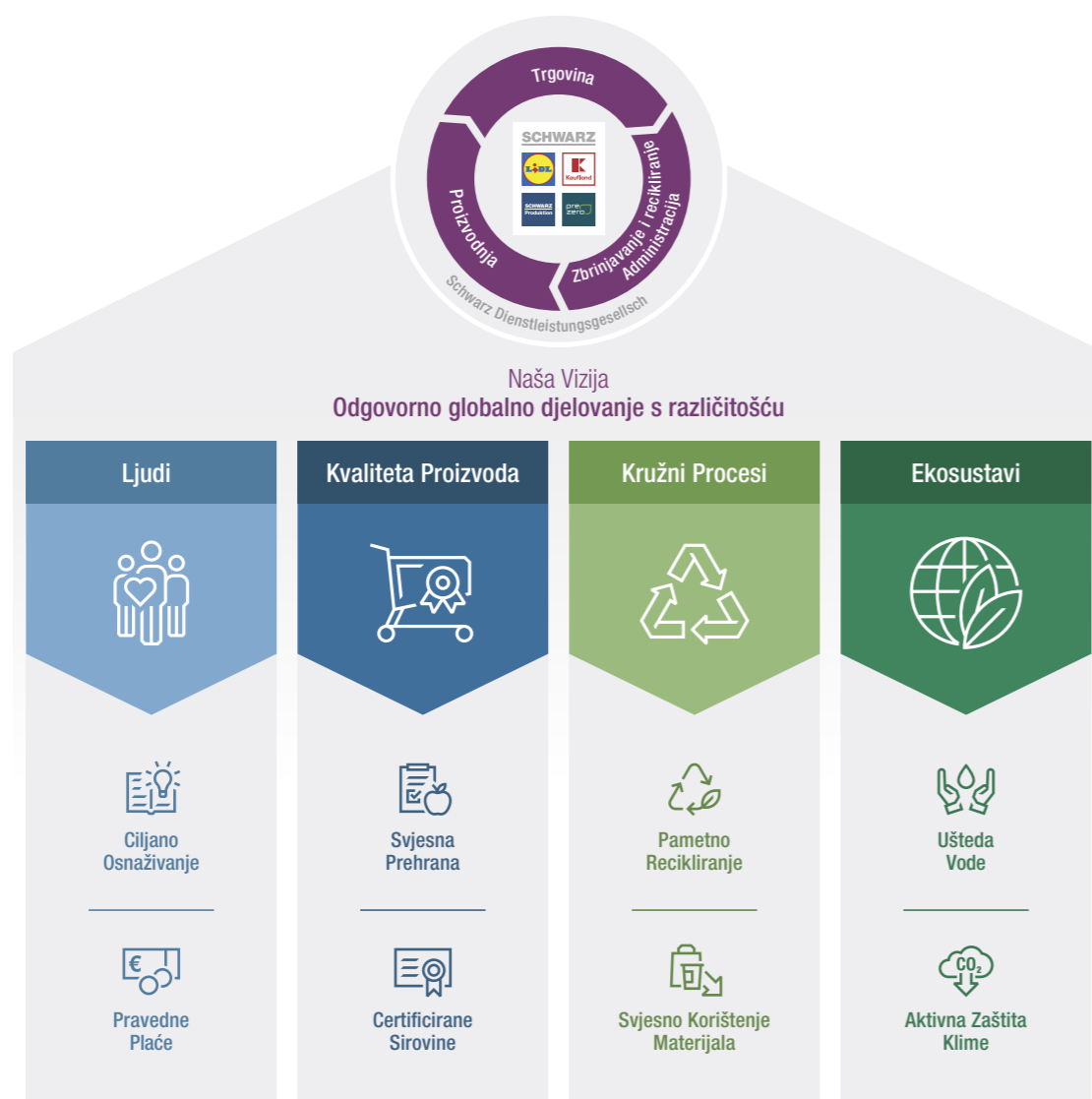
- Za proizvode vlastite robne marke koriste se ambalažni materijali koji se mogu reciklirati
- Rashladni sustav industrijskog hlađenja koji otpadnu toplinu nastalu radom rashladnih vitrina koristi za grijanje zimi
- Ulaganje u obnovljive izvore energije – solarna energija



## Strategija za održivo poslovanje Grupacije Schwarz

Grupacija Schwarz želi iskoristiti svoj utjecaj kako bi postavila mjerila za suživot pun poštovanja i ugodan okoliš. Okvir za to daje strategija o odgovornom poslovanju koja vrijedi za cijelu grupaciju, a za osnovu ima 4 glavna područja:

ljude, kvalitetu proizvoda, kružne procese recikliranja i ekosustave. Unutar tih glavnih područja grupacija si postavlja ambiciozne ciljeve i stalno radi na konzekventnoj provedbi imajući na umu sve tvrtke unutar grupe.



Strategija odgovornog poslovanja predstavlja daljnji razvoj strateških sadržaja iz našeg prvog izvještaja o održivosti koji se odnosio na 2018. i 2019. godinu. Tada prikazani ciljevi ukomponirani su u sadašnju strategiju.

## Upravljanje strategijom održivog razvoja u Kauflandu u Hrvatskoj

### Korporativne komunikacije

1. prosinca 2016. osnovana je Služba korporativnih komunikacija koja je preuzela koordinaciju tema vezanih uz društveno odgovorno poslovanje. Iako je Kaufland prateći internacionalna načela još od početka svog poslovanja u Hrvatskoj provodio razne društveno odgovorne aktivnosti, osnivanjem zasebne službe stavljen je još veći, strateški fokus na teme kao što su briga o okolišu, društvu i gospodarstvu te je još 2016. godine definirana strategija i vizija za daljnje aktivnosti.

1. prosinca 2021. unutar Službe korporativnih komunikacija osnovan je i zasebni Odjel za društveno odgovorno poslovanje koji se pri odabiru i provedbi projekata i aktivnosti vodi ključnim odrednicama strategije: Zdravlje, Djeca i Okoliš.

Službi korporativnih komunikacija direktno je nadređen predsjednik Uprave.

### Radna skupina

Nakon završetka prvog izvještaja o održivosti projektna skupina koja je radila na njemu i dalje održava redovne sastanke u okviru kojih se koordiniraju sve teme vezane uz društveno odgovorno poslovanje.

Odluke o ekonomskim, okolišnim i društvenim utjecajima donose se na razini Uprave koju čine predsjednik Uprave i 3 člana Uprave zadužena za pojedina poslovna područja unutar poduzeća (Prodaja i logistika, Financije i administracija i Nabava).





# Zaposlenici Kauflanda

# Zaposlenici Kauflanda

Razvoj, timski rad, edukacija i briga za zaposlenike predstavljaju temelje koje Kaufland uspostavlja za uspješnu provedbu svoje poslovne strategije. Kaufland stvara radno okruženje u kojem se poštuje identitet svakog pojedinca te kontinuirano otvara mogućnosti za razvoj svojih zaposlenika što osigurava rast cijelog poduzeća.

## Osnovna načela u našem svakodnevnom radu

Temelj za svakodnevni rad i suradnju su osnovna načela poslovanja:

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



## Organizacijske vrijednosti kao temelj

Organizacijske vrijednosti su temeljna načela koja određuju ponašanje.

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

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

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

### Evidencija zaposlenika u Kauflandu

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

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



Naša kultura - temelj našeg uspjeha

## Sastav upravnih tijela te struktura zaposlenika po kategorijama prema spolu, dobnoj skupini, pripadnosti manjinskoj skupini i drugim pokazateljima različitosti\*

# 2.974

Zaposlenika u 2021. godini



Zaposlenici			
Godina	Ukupno zaposlenika	Udio žena	Udio muškaraca
2020.	2.957	70,3 %	29,7 %
2019.	2.809	69,5 %	30,5 %

Struktura zaposlenika prema spolu i dobi					
<b>Žene</b>		<b>Mlađi od 30 godina</b>		<b>Ø-starost</b>	
2021.	2.083	2021.	652	2021.	39,3
2020.	2.078	2020.	649	2020.	38,9
2019.	1.952	2019.	598	2019.	38,9
<b>Muškarci</b>		<b>Između 30 i 50 godina</b>			
2021.	891	2021.	1.813		
2020.	879	2020.	1.851		
2019.	857	2019.	1.805		
<b>Ukupno</b>		<b>Stariji od 50 godina</b>			
2021.	2.974	2021.	509		
2020.	2.957	2020.	457		
2019.	2.809	2019.	406		

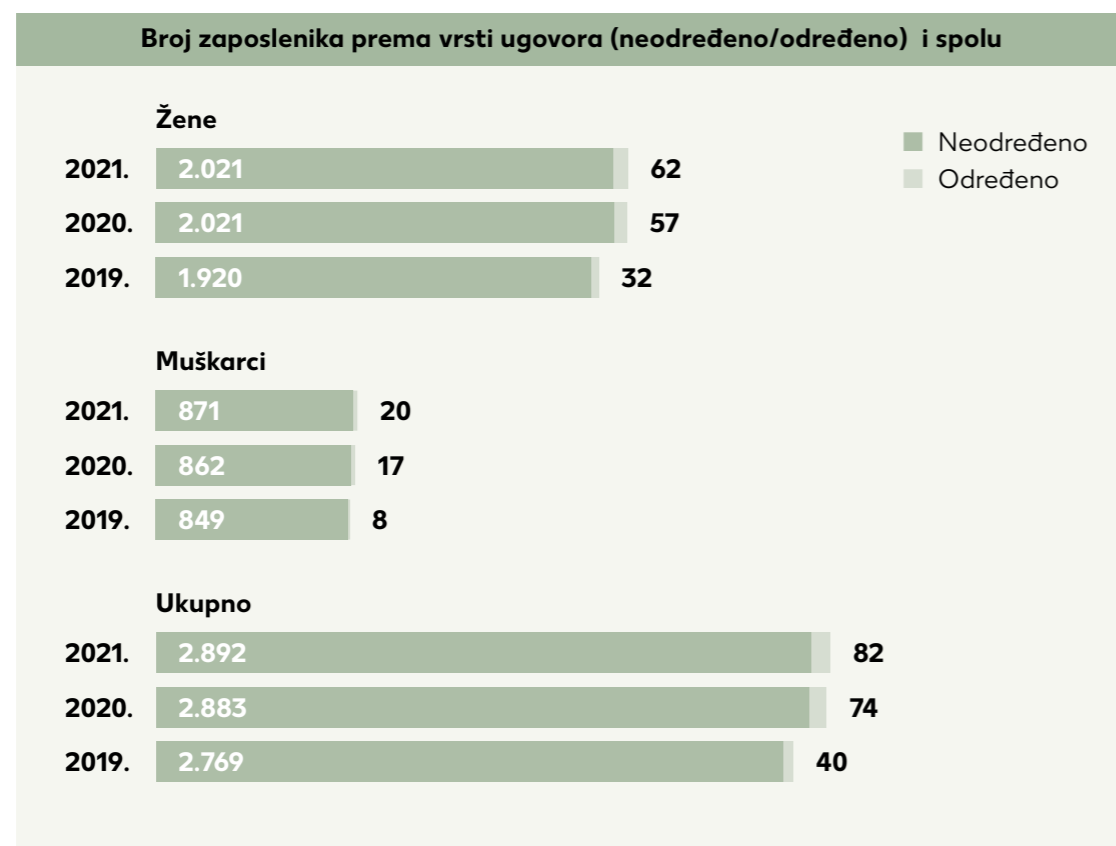
\* Pri izračunu nisu uzeti u obzir dugotrajno odsutni zaposlenici (npr. zaposlenici na roditeljskom dopustu).



Struktura i udio menadžmenta prema spolu i dobi						
<b>Srednji i operativni menadžment</b>						
	2021.		2020.		2019.	
Žene	126	48,5 %	123	47,7 %	125	48,6 %
Muškarci	134	51,5 %	135	52,3 %	132	51,4 %
Mlađi od 30 godina	25	9,6 %	26	10,1 %	32	12,5 %
Između 30 i 50 godina	205	78,8 %	205	79,5 %	207	80,5 %
50 godina i stariji	30	11,5 %	27	10,5 %	18	7 %
<b>Ukupno</b>	<b>260</b>		<b>258</b>		<b>257</b>	
<b>Viši menadžment</b>						
	2021.		2020.		2019.	
Žene	1	33,3 %	1	50 %	2	28,6 %
Muškarci	2	66,7 %	1	50 %	5	71,4 %
Mlađi od 30 godina	-	-	-	-	-	-
Između 30 i 50 godina	3	100 %	2	100 %	7	100 %
50 godina i stariji	-	-	-	-	-	-
<b>Ukupno</b>	<b>3</b>		<b>2</b>		<b>7</b>	
<b>Top menadžment</b>						
	2021.		2020.		2019.	
Žene	-	-	-	-	-	-
Muškarci	4	100 %	5	100 %	6	100 %
Mlađi od 30 godina	-	-	-	-	-	-
Između 30 i 50 godina	4	100 %	5	100 %	6	100 %
50 godina i stariji	-	-	-	-	-	-
<b>Ukupno</b>	<b>4</b>		<b>5</b>		<b>6</b>	



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



### Ukupan broj i stopa novih zaposlenika tijekom izvještajnog razdoblja prema spolu i dobi

	2021.		2020.		2019.	
	Broj	Stopa (%)	Broj	Stopa (%)	Broj	Stopa (%)
Muškarci	259	39,5 %	151	30 %	224	40,2 %
Žene	397	60,5 %	353	70 %	333	59,8 %
Mlađi od 30 godina	362	55,2 %	280	55,6 %	309	55,5 %
Između 30 i 50 godina	263	40,1 %	200	39,7 %	214	38,4 %
50 godina i stariji	31	4,7 %	24	4,8 %	34	6,1 %
<b>Ukupno</b>	<b>656</b>		<b>504</b>		<b>557</b>	
Fluktuacija (%)	22,1 %		16,4 %		25,5 %	
Ø Ljudi fluktuacija	2.906		2.833,2		2.843,4	
Odlasci	642		464		726	

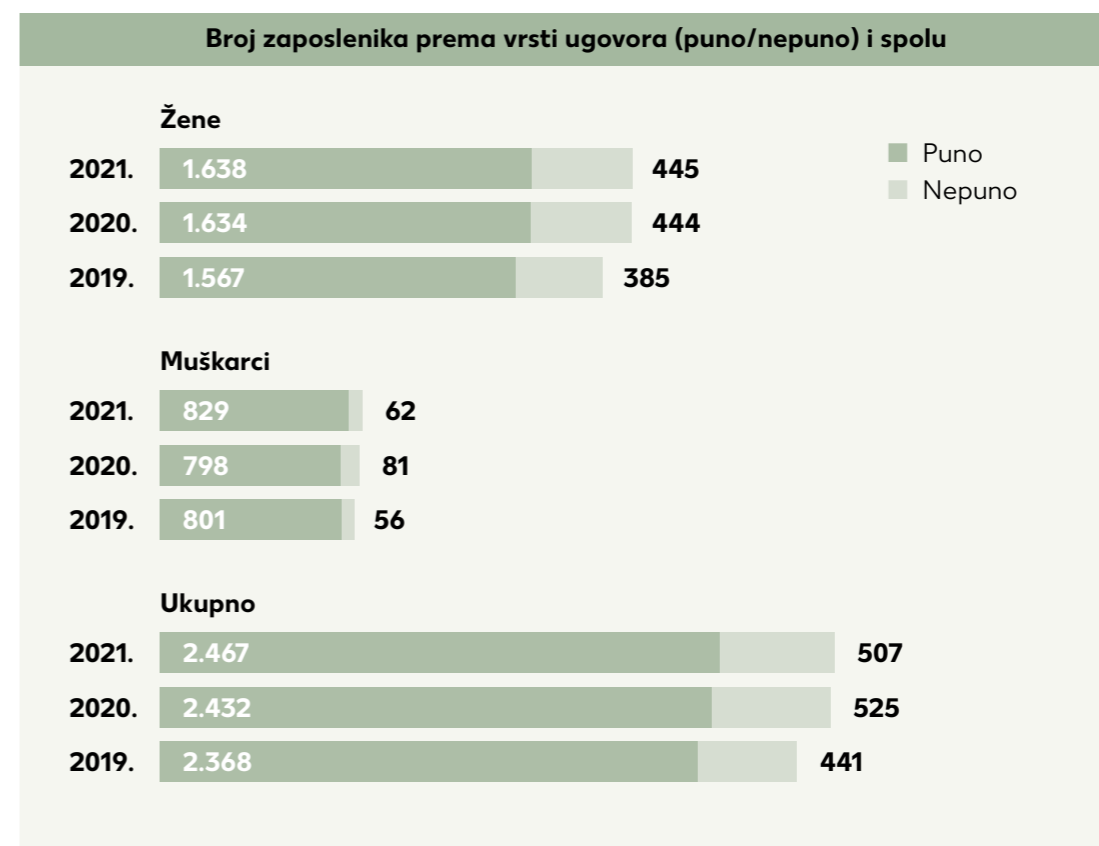
Cilj politike zapošljavanja je profesionalna i brza potraga te odabir kandidata, zapošljavanje odgovarajućih kandidata te pozicioniranje Kauflanda kao poželjnog poslodavca na tržištu rada.

Kaufland pažnju polaže na profesionalnu potragu i selekciju kandidata, a postupak odlikuju objektivnost, valjanost, pouzdanost i pravednost. Prema svim kandidatima u postupku ophodi se s poštovanjem i bez diskriminiranja.

Potiče se kultura povjerenja u kojoj zaposlenik može otvoreno i na vrijeme sa svojim direktno nadređenim rukovoditeljem razgovarati o želji za promjenom radnog mjesta.

Interni kandidati u pravilu prije pristupanja selekcijskom postupku informiraju trenutnog direktnog rukovoditelja o svojoj želji za promjenom radnog mjesta, a najkasnije s odlukom o zaposlenju.

Za sustav upravljanja natječajima u poslovnici je odgovoran Voditelj poslovne jedinice, u Centrali i Logistici je odgovorna osoba direktno nadređeni. Internim i eksternim kandidatima omogućuju se prijave na konkretne, raspisane pozicije, izravnim linkom na natječaj na stranici Kaufland Karijera. Za sve ostale informacije o otvorenim radnim mjestima, mogućnostima za zapošljavanje i sl. kandidati se mogu direktno obratiti na mail: karijera@kaufland.hr.



# Ravnoteža poslovnog i privatnog života

**Politika Kauflanda jest omogućiti svim zaposlenicima i zaposlenicima da koriste roditeljni i/ili roditeljski dopust i da se vrate na posao na isto ili usporedivo radno mjesto. Svi zaposlenici se nakon korištenja roditeljnog/roditeljskog dopusta vraćaju na posao, dok manji broj zaposlenika napušta poduzeće na vlastiti zahtjev.**

**Prema stopi zadržavanja, u 2021. godini 84 % zaposlenica i zaposlenika ostalo je zaposleno i 12 mjeseci nakon povratka s roditeljskog dopusta.**

## Financijske prednosti

**Neto nagrada:** Zaposlenicima se isplaćuju neto nagrade za ostvarene radne rezultate dva puta godišnje pri čemu mogu ostvariti nagradu u iznosu od minimalno 2.400 kn (318,53 €) neto, ovisno o radnom mjestu i angažmanu.

**Božićnica i uskrsnica:** Svi zaposlenici na nerukovodećim radnim mjestima u predblagdansko božićno vrijeme dobivaju prikladne darove poslodavca u obliku poklon bona u vrijednosti od 2.500 kn (331,81 €). Na isti način zaposlenici dobivaju i uskrsnicu u iznosu od 500 kn (66,36 €).



## Plaćeni dopust za prvi dan škole

Roditeljima prvašića pružena je mogućnost dobivanja plaćenog dopusta prvog dana škole.

## Poklon-paket za bebe

Sva novorođenčad zaposlenika Kauflanda dobiva prigodan poklon paket s proizvodima Kauflandovih robnih marki Kuniboo i Bevola.

## Fleksibilni radni aranžman

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

## Kaufland pazi na detalje!

Prigodnim blagdanskim poklon paketom u posljednjem mjesecu u godini zaposlenicima se želi zahvaliti na njihovom predanom radu tijekom godine. Također, svaki zaposlenik za svoj rođendan od direktnog rukovoditelja dobiva i mali slatki dar poslodavca. Nekoliko puta godišnje organiziraju se druženja timova. Za svako dijete koje je prijavljeno na poreznoj kartici zaposlenika, Kaufland osigurava poklon u iznosu od 200 kn (26,54 €) koje se zaposleniku isplaćuju u prosincu s plaćom za studeni.



## Broj zaposlenika koji su se vratili na posao nakon završetka roditeljskog dopusta



## Stopa povratka na posao nakon roditeljskog dopusta



## Broj zaposlenika koji su se vratili na posao nakon završetka roditeljskog dopusta, a koji su ostali zaposleni i 12 mjeseci po povratku na posao



## Stopa zadržavanja na poslu (12 mjeseci) nakon povratka s roditeljskog dopusta



## Broj i struktura muških i ženskih zaposlenika koji su koristili pravo na roditeljni i roditeljski dopust

	2021.		2020.		2019.		2021. Ukupno	2020. Ukupno	2019. Ukupno
	M	Ž	M	Ž	M	Ž			
Ukupan broj zaposlenika koji ima pravo na roditeljni i roditeljski dopust	913	2.343	901	2.274	901	2.382	3.256	3.175	3.283
Broj zaposlenika koji su koristili pravo na roditeljni i roditeljski dopust	19	206	19	237	10	210	225	256	220

# Zdravlje i sigurnost zaposlenika

**Kaufland Hrvatska k.d. kontinuirano radi na promicanju zdravlja na radnom mjestu kroz razne inicijative za zdrav život. Sukladno tome su u izvještajnom razdoblju organizirana edukativna predavanja i radionice o različitim zdravim temama te sportski izazov. U 2020. i 2021. godini zbog mjera socijalnog distanciranja, većina edukacija na temu zdrave prehrane i vježbanja organizirana je online kako bi se svi sudionici osjećali sigurno.**

Od 2019. godine svi zaposlenici imaju mogućnost korištenja *Multisport* kartice. Kaufland kao poslodavac subvencionira trošak kartice za zaposlenike i tako ih potiče na bavljenje tjelesnom aktivnosti te razvoj zdravih navika.

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

Sustav upravljanja zdravljem i sigurnošću na radu - ISO 45001 implementiran je krajem poslovne 2019. godine u centrali, prodaji i logističko-distributivnom centru, a obuhvaća sve zakonske propise koji se tiču područja zaštite radnika pri obavljanju svakodnevnih radnih zadataka. U velikom broju procesa koriste se interni standardi, mjere i postupci preuzeti od Grupacije Schwarz, koji često nadilaze minimalne zakonske obveze. U 2020. i 2021. godini aktivnosti su se i dalje provodile kako je prethodno navedeno. Dodatno je za motivaciju zaposlenika provedeno natjecanje u prikupljanju koraka na individualnoj i grupnoj razini. Osim toga organizirane su online edukacije na temu zdrave prehrane i vježbanja.

Usklađenost sustava ISO 45001:2018 sa zahtjevima norme i njegova učinkovitost verificira se internim i eksternim auditima s ugovorenim partnerima. Svake se godine zadaju različiti ciljevi u sklopu sustava upravljanja sigurnošću i zdravljem na radu te se realizacija istih najmanje jednom godišnje prati te se ocjenjuje njihova uspješnost. Rezultati se priopćavaju izvještavanjem Uprave, objavom na oglasne ploče i intranet. S obzirom da Kaufland Hrvatska k.d. u potpunosti udovoljava zadanim zahtjevima i smjernicama norme ISO 45001:2018, nedavnih promjena u smislu pristupa upravljanja sustavom nije bilo.

Ukupan broj sati bolovanja			
	2021.	2020.	2019.
Sati bolovanja (ukupno)	271.121,1	375.480,8	388.567,1

## Sprječavanje i ublažavanje poslom izazvanih utjecaja na zdravlje i sigurnost

Negativni utjecaji na zdravlje te protumjere koje se poduzimaju:

1. Nepovoljna mikroklima u rashladnim komorama - zaposlenicima za obavljanje rada u nepovoljnim mikroklimatskim uvjetima nastoji se osigurati najkvalitetnija osobna zaštitna oprema. Također, organizacijskim mjerama ograničilo se zadržavanje u rashladnoj komori do 20 minuta jednokratno te u slučaju većeg obima posla u komorama potiče se da rad obavi više zaposlenika.
2. Dinamičan rad (dizanje i nošenje tereta, fizički rad) - u svim trgovinama Kauflanda osim ručnih, osigurani su i električni viličari kako bi se maksimalno smanjilo opterećenje prilikom dizanja i nošenja tereta. Ukoliko se manipulira teretima težim od 15 kg za žene te 25 kg za muškarce, voditelje i zaposlene redovito se educira da takvim teretima, kada god je to moguće, manipuliraju dvije osobe. O svim postupcima i pravilima za izvođenje takvih radnih procesa osigurane su slikovne upute za zaposlenike o pravilnom dizanju i ispravnim kretnjama kod podizanja težih tereta.
3. Stres na radnom mjestu (rad i ophođenje s kupcima, visok ritam rada prilikom velikih gužvi, odgovornost za zaposlene i imovinu društva) - odlukom uprave društva kojom je uveden petodnevni radni tjedan, omogućeno je zaposlenicima više slobodnog vremena, čime je Kaufland direktno utjecao na smanjenje psihofizioloških napora. Potiče se zdrava prehrana (zdravi poklon paketi) te bavljenje sportskim aktivnostima. Rukovoditelje Kaufland potiče na razgovor sa zaposlenima kako bi razne izvore stresa na vrijeme prepoznali te reagirali u svrhu smanjenja istih.
4. Preventivno se zaposlenicima koji rade za računalom više od 4 sata preporučuju vježbe rasterećenja te 5 minuta pauze svakih sat vremena rada.

Predstavnici za zaposlenike: svim zaposlenicima za anonimne razgovore na raspolaganju stoje predstavnici za zaposlenike. Predstavnici za zaposlenike djeluju kao neutralni, neovisni sugovornici kojima se zaposlenici mogu u svakom trenutku s povjerenjem obratiti vezano uz ideje za optimizaciju radnih procesa, suradnju u svom timu, radne uvjete i primjenu načela rukovođenja i organizacijskih vrijednosti u praksi. Kaufland ovaj proces gradi na povjerenju i zato je važno istaknuti da je zajamčena anonimnost zaposlenika koji je razgovarao s predstavnikom za zaposlenike.

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

Nadzor nad nerutinskim aktivnostima odnosno aktivnostima radnika koji nisu zaposlenici, ali čiji rad nadzire organizacija, vrši se kroz redovite unutarnje nadzore nad naručenim radovima/aktivnostima koje eksterni zaposlenici obavljaju za potrebe organizacije. Organizacija je sve eksterne partnere u sklopu ugovora te općih uvjeta poslovanja upoznala s obvezom pridržavanja zakonskih propisa u smislu sigurnosti i zaštite zdravlja zaposlenika na radu te s odredbom o zadržavanju prava kontrole/nadzora poslova koje eksterne organizacije obavljaju za potrebe Kauflanda kao i s mogućnošću udaljšavanja zaposlenika s mjesta rada u slučaju nesukladnosti.



## Profesionalne zdravstvene usluge

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

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

Kako bi se osiguralo sudjelovanje zaposlenika, savjetovanje i komunikacija o zaštiti na radu, zaposlenici mogu i trebaju svom neposrednom rukovoditelju svakodnevno prijavljivati moguće opasnosti i rizike za nezgode na svom mjestu rada, a na rukovoditelju je da se pobrine da se opasnosti uklone u najkraćem mogućem roku. Stručnjak zaštite na radu kvartalno provodi unutarnji nadzor nad primjenom mjera zaštite na radu i zaštite od požara u svakoj poslovnoj jedinici, o utvrđenim nedostacima razgovara s

odgovornom osobom i zajedno donose mjere koje će se poduzeti da se eventualni nedostaci otklone i ne ponavljaju u budućnosti, a sve u svrhu prevencije nastanka nezgoda i ozljeda na radu ili pojave profesionalnih bolesti.

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

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



## Ozljede na radu

**Nakon svakog incidenta/nezgode koja je putem Kriznog menadžmenta prijavljena u Odjel revizije sigurnosti, Revizija sigurnosti provodi analizu ozljede na radu u sklopu koje se definiraju korektivne mjere kako se isti incident ne bi ponovio. Prilikom analize nezgoda na radu najčešće se koristi priznato pravilo istraživanja, odnosno metoda 5W1H (who, what, when, where, why i how).**

Ugovorene zdravstvene službe (medicine rada) prate zdravstveno stanje zaposlenika koji rade na poslovima s posebnim uvjetima rada. Medicina rada sudjeluje u izradi procjene rizika te definiranju mjera za smanjivanje rizika zaposlenika. Također sudjeluje u polugodišnjim Odborima zaštite na radu te predlaže mjere za poboljšanje uvjeta radnika u domeni sigurnosti zaposlenika.

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

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

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

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

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

**Zaposlenici obuhvaćeni sustavom zaštite na radu**

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

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

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

U posljednjih pet godina uspjeli smo smanjiti broj nesreća za 20%. Međutim, porast nesreća u 2020. i 2021. godini izazvan specifičnim poslovnim okolnostima zbog pandemije uzrokovane koronavirusom, rezultirao je većim radnim opterećenjem potkapacitiranih poslovnih jedinica i povećanom fluktuacijom radne snage u našem logističko-distributivnom centru. Svoje programe obuke nastojimo kontinuirano prilagođavati i poboljšavati u skladu s promijenjenim okolnostima temeljenim na našim dubinskim analizama.

Broj ozljeda na radu na 1.000 zaposlenih na puno radno vrijeme i sati bolovanja			
	2021.	2020.	2019.
Broj ozljeda na radu	28	23	25
Sati bolovanja zbog ozljeda na radu	22.241	13.186	25.560

# Programi za stjecanje vještina i cjeloživotno učenje

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

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

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

Edukacije se za svakog zaposlenika planiraju u dogovoru s rukovoditeljem za poslovnu godinu, a na osnovu ponuđenih edukacija u katalogu razvojnih mjera. Rukovoditeljima su



na raspolaganju različite edukacije i programi usmjereni na razvoj vještina u skladu s načelima rukovođenja Kauflanda. Svi novi zaposlenici prolaze proces strukturiranog uhođavanja u sklopu kojeg se osposobljavaju za preuzimanje odgovornosti na svom radnom mjestu. Kvaliteta edukacije zaposlenika prati se kroz povratne informacije polaznika (evaluacijski upitnici koje polaznici ispunjavaju nakon pohađanja edukacije), te za neke edukacije kroz povratne informacije rukovoditelja. Analizom povratnih informacija dolazi se do zaključaka što je u edukacijama potrebno unaprijediti. Tako su, na primjer, uvedene promjene u edukacijskim programima Kauflanda poput promjene dinamike održavanja određenih edukacija, dorada sadržaja edukacija kako bi se više prilagodio potrebama ciljane skupine i sl.

Svim zaposlenicima pristupa se na jednak način po pitanju mogućnosti usavršavanja, a razlike proizlaze jedino iz potreba radnog mjesta.

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



Prosječan broj sati obuke i obrazovanja zaposlenika prema poslovnim područjima, hijerarhiji i spolu			
Podjela po poslovnim područjima			
	2021.	2020.	2019.
Logistika	26,1	6,9	26,9
Centrala	57,7	48,2	68,8
Prodaja	21,3	25,4	27,7
Podjela po hijerarhiji			
	2021.	2020.	2019.
Top menadžment i viši menadžment	19	75,3	110,5
Srednji i operativni menadžment	41,7	34,3	61,2
Nerukodoveće pozicije	24,4	25,2	28,5
Podjela po spolu			
	2021.	2020.	2019.
Muško	37,2	29	43,3
Žensko	22	25,3	28,4

\* Pri izračunu nisu uzeti u obzir dugotrajno odsutni zaposlenici (npr. zaposlenici na roditeljskom dopustu).

Plan razvoja zaposlenika izrađuje se u sklopu procesa upravljanja talentima. Proces započinje procjenom kompetencija i radnog učinka suradnika te procjenom razvojnog potencijala za zaposlenike. Od 2021. godine procjenjuje se razvojni potencijal svih zaposlenika koji sudjeluju u procesu, bez obzira na ocjenu radnog učinka.

Nakon toga slijedi strukturirani razgovor zaposlenika i rukovoditelja, izrada individualnog razvojnog plana odn. definiranje razvojnih smjernica te praćenje i realizacija individualnog razvojnog plana. Nakon 12 mjeseci proces počinje iznova te se procjenjuju kompetencije i radni učinak u odnosu na pokazana ponašanja i radne rezultate u proteklih 12 mjeseci.

Prosječan broj sati edukacije po zaposleniku*		
2021.	2020.	2019.
26,6	26,4	32,9



## Proces upravljanja talentima

U 2020. i 2021. godini su provedeni strukturirani razgovori kojima se procjenjuje radna uspješnost i izrađuje razvojni plan. I dalje se provodi Trainee program pokrenut 2018. koji za cilj ima zapošljavanje mladih koji tek započinju karijeru. Trainee programom mladi imaju mogućnost dobiti iskustvo u praksi, strukturirano učenje u poslovni svijet, stručno mentorstvo, odgovorne i zanimljive zadatke i rad na projektima, nastavak karijere u tvrtki po završetku programa te atraktivna primanja.

Od 2019. godine SAP SuccessFactors aplikacija, odnosno K-portal za edukaciju, podržava kompletan proces učenja (onboardinga). Danas svi novi zaposlenici u poslovnici te svi zaposlenici u poslovnici koji mijenjaju radno mjesto svoje nove radne zadatke upoznaju kroz proces učenja koji je kompletno elektronski podržan, dok se samo učenje odvija kombinirano – i na računaru i na prodajnoj površini. Na isti način se od 2021. godine počelo u sustav integrirati planove učenja za nove zaposlenike u logističko-distributivnom centru. Danas se zaposlenici na radnom mjestu radnik na pripremi robe, a oni čine cca. 50 % novih zapošljavanja u logističko-distributivnom centru, također uče temeljem elektronski integriranih programa učenja.

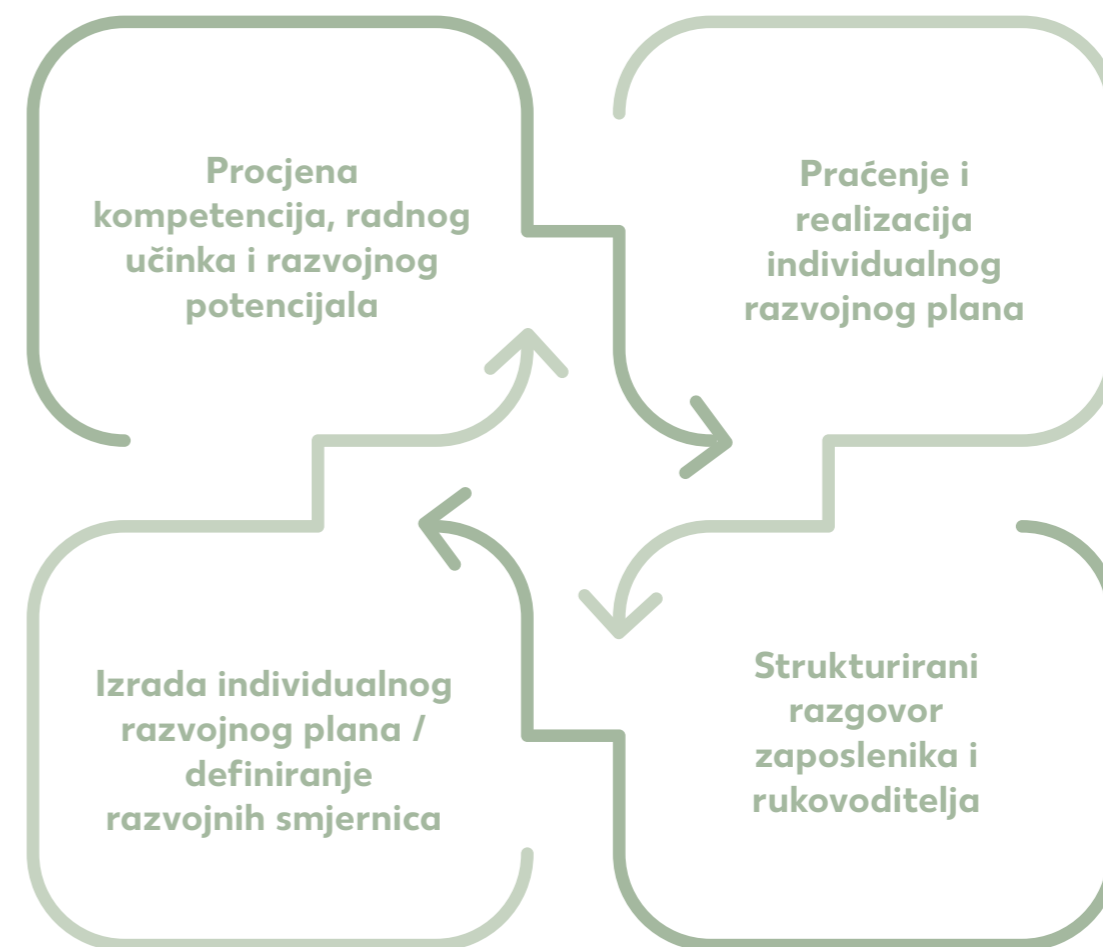
Kaufland je pošten poslodavac te se politika plaća i naknada temelji na objektivnim kriterijima i aktivnostima, neovisno o spolu. Vodeći se načelom transparentnosti, Kaufland ima jasno definiran sustav plaća.

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

Postoji nekoliko stupnjeva plaća, a zaposlenicima na nerukovodećim mjestima unaprijed je zajamčen rast plaće. Naime, u ugovoru o radu navedeno je koji stupnjevi plaća im pripadaju u sljedećem periodu. Svake godine uvode se nove pogodnosti za zaposlenike u smislu dodatnih benefita, povišice plaće ili uvođenja novih dodataka na plaće.



Trainee program



Postotak zaposlenika koji su sudjelovali u procesu upravljanja talentima u odnosu na ukupni broj zaposlenika prema kategoriji			
Podjela po spolu			
	2021.	2020.	2019.
Muško	62,1 %	69,7 %	70,9 %
Žensko	56,3 %	71,1 %	63,1 %
Podjela po hijerarhiji			
	2021.	2020.	2019.
Top menadžment i viši menadžment	0 %	0 %	0 %
Srednji i operativni menadžment	80,2 %	65,1 %	72,3 %
Nerukodoveće pozicije	55%	71,7 %	64,6 %

\* Pri izračunu nisu uzeti u obzir dugotrajno odsutni zaposlenici (npr. zaposlenici na roditeljskom dopustu).

Prosječna neto plaća u Kauflandu u 2021. godini je za 4,6 % veća nego u 2020. godini, a u 2020. je bila za 4,6 % veća nego u 2019. godini.



# Utjecaj poslovanja na zaštitu okoliša

# Klimatska strategija Grupacije Schwarz



Klimatske promjene stavljaju pred naše društvo velike izazove te je nužno djelovati na svim društvenim razinama. Kaufland kao dio Grupacije Schwarz posljedice klimatskih promjena želi umanjiti, a emisije stakleničkih plinova želi dugoročno smanjivati. Kako bi to postigao slijedi tri osnovna načela:

1. Izbjegava - gdje god je moguće - nastajanje emisija stakleničkih plinova.
2. Smanjuje emisije stakleničkih plinova koje nije moguće izbjeći.
3. Kompenzira emisije stakleničkih plinova na osnovi internacionalno priznatih standarda.

## Znanstveno utemeljeni ciljevi kao temelj klimatskih ciljeva

Grupacija Schwarz je u kolovozu 2020. u ime svih dijelova grupacije službeno pristupila inicijativi „Ciljevi temeljeni na znanosti“ (Science Based Targets Initiative – SBTi). Nakon izrade kompletne klimatske bilance i analize CO<sub>2</sub> otiska, postavljeni su ciljevi zaštite klime prema SBTi metodologiji. Spomenuti su ciljevi potkrijepljeni mjerama za smanjenje, izbjegavanje ili kompenzaciju emisija CO<sub>2</sub> u tvrtki i lancu opskrbe. Te je ciljeve validirala inicijativa SBTi i službeno ih odobrila.

## Klimatski ciljevi

Grupacija Schwarz će emisije koje sama prouzroči (Područje 1 i 2) do 2030. godine smanjiti za 55 % u odnosu na 2019. godinu. Kaufland si je u okviru tih mjera postavio cilj da će u istom razdoblju emisije koje sam prouzroči smanjiti za 80 %. Kako bi to postigla cjelokupna Grupacija Schwarz između ostalog od poslovne godine 2022. nabavlja struju 100 %\* iz obnovljivih izvora ([www.kaufland.hr/klima](http://www.kaufland.hr/klima)). Kaufland ide i korak dalje i planira od 2025. godine postati klimatski neutralan.\*\* Osim toga se Schwarz grupa obvezuje apsolutne Scope 3 emisije u kontekstu korištenja prodanih goriva do 2030. godine smanjiti za 27,5 % u odnosu na 2019. godinu. Dobavljače, koji su odgovorni za 78 % emisija stakleničkih plinova vezanih uz proizvode, Kaufland potiče da si do 2026. i sami postave znanstveno utemeljene ciljeve.

Brojne druge mjere za smanjenje, izbjegavanje ili kompenzaciju emisija CO<sub>2</sub> u poslovanju i dobavljačkom lancu dovest će do ispunjavanja cilja.

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.



## Science Based Targets initiative

Science Based Targets Initiative (SBTi) je savez renomiranih organizacija za zaštitu okoliša i klime CDP (prije Carbon Disclosure Project), UNGC (United Nations Global Compact), WRI (World Resources Institute) i WWF (World Wide Fund For Nature).

Inicijativa SBTi postavila si je za cilj u poduzećima podupirati klimatske ciljeve zasnovane na znanosti kako bi se unatoč stalnom rastu svjetske populacije dugoročno ostvarilo gospodarstvo niskih emisija. Time bi za poduzeća trebalo stvoriti okvir koji im omogućava smanjenje stakleničkih plinova na znanstvenoj osnovi. Trenutno je preko 2.000 poduzeća pristupilo inicijativi.

Inicijativa Science Based Targets je postala internacionalno priznati standard za postavljanje ciljeva za smanjenje emisija u poduzećima. Pri ocjenjivanju klimatskih ciljeva SBTi u obzir uzima i sektor, ali i veličinu poduzeća. To znači da poduzeća smanjenje emisija mogu usmjeriti na konkretne ciljeve kako bi se učinkovitije suprotstavila klimatskim promjenama i kako bi postigla ciljeve Pariškog sporazuma.



## Primjeri klimatske strategije Grupacije Schwarz iz Kaufanda u Hrvatskoj

Trgovine s e-punionicama: 11

Trgovine s fotonaponskim elektranama: 3

Poslovnice koje se griju preko rashladnih sustava industrijskog hlađenja: 15

Poslovnice s toplinskom pumpom: 21

Proširenje klimatski neutralnog\*\*\* asortimana

Korištenje nosiljki za višekratnu upotrebu za voće i povrće

Strategija za plastiku cijele Grupacije REset Plastic ([www.kaufland.hr/plastika](http://www.kaufland.hr/plastika))

Industry - novi način prijevoza robe od dobavljača

\*\*\* Klimatska neutralnost projektima za zaštitu klime – više informacija: [www.kaufland.hr/klimatskineutralno](http://www.kaufland.hr/klimatskineutralno)

\* Izuzevši ugovore o nabavi na koje nemamo utjecaja, npr. u pojedinim unajmljenim objektima s postojećim ugovorima

\*\* Preostale operativne emisije stakleničkih plinova (Područje 1 i 2) kompenziraju se certificiranim projektima za zaštitu klime

# Energija i emisije

Energetski menadžment Kauflanda ima za cilj poticanje energetske osviještenosti zaposlenika, povećanje energetske učinkovitosti nekretnina i održivo upravljanje poslovnica u najvećoj mogućoj mjeri. Pomoću softverskog menadžment sustava moguće je pratiti energetske tokove poslovnica, logističko-distributivnog centra i zgrade uprave. U slučaju odstupanja potrošnje od uobičajene poduzimaju se korektivne mjere koje se redovito dokumentiraju. Osim toga, moguće je identificirati potencijale za uštedu te kontinuirano pratiti uspješno uvedene mjere za uštedu energije. Pri nabavljanju nove tehnologije obraća se pozornost na energetske učinkovitost i održivost. To se konzekventno provodi kada je riječ o novim nekretninama i modernizaciji postojećih.

Dokaz da se sustav upravljanja energijom u poslovnica, logističko-distributivnom centru i upravnoj zgradi u Hrvatskoj uspješno primjenjuje u skladu s internacionalnom normom ISO 50001 je izdavanje novog certifikata 11. siječnja 2022.

## Prepoznati potencijale i smanjiti troškove

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

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

upozorenje i mora provesti odgovarajuće mjere.

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

U upravljanju energijom Kaufland se vodi sljedećim ciljevima:

1. Povećanje energetske učinkovitosti
2. Povećanje transparentnosti troškova energenata
3. Smanjenje emisija CO<sub>2</sub>

U ostvarenju ciljeva svakako pomažu kontinuirana ulaganja u inovativnu tehnologiju.

## Inovativne tehnologije u praksi

Već nekoliko godina Kaufland istražuje različite aspekte štednje energije prilikom izgradnje i modernizacije postojećih poslovnica. Otkriveni su brojni potencijali za uštedu energije koji su iskorišteni, a u nastavku se navodi dio.

## Rashladni sustav industrijskog hlađenja tijekom zime i ljeta

U logističko-distributivnom centru u rashladnim skladištima i halama za svježe proizvode koristi se prirodno rashladno sredstvo - amonijak (NH<sub>3</sub>), dok se u novim poslovnica za rashladna područja koristi isključivo rashladno sredstvo koje nema utjecaja na klimu.



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

U poslovnica se koriste energetske učinkovite tehnologije. Konkretno, 15 najnovijih poslovnica grije se djelomično preko tzv. rashladnih sustava industrijskog hlađenja. Ta tehnologija omogućuje očuvanje prirodnih resursa: umjesto goriva kao što su nafta ili plin, poslovnice se gotovo u cijelosti zagrijavaju otpadnom toplinom rashladnih vitrina.

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

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

Ukupna potrošnja energije unutar organizacije				
	Jedinica	2021.	2020.	2019.
Potrošnja struje	kWh	54.463.399,2	49.995.561,5	52.379.963
Potrošnja plina	kWh	6.661.708,7	5.566.172,9	4.940.088
Lož ulje	kWh	-	211.220	222.963
Potrošnja energije mobilno sagorijevanje	kWh	4.629.810,4	4.223.302,8	4.665.526,4
<b>Ukupna potrošnja energije</b>	<b>kWh</b>	<b>65.754.918,3</b>	<b>59.996.257,2</b>	<b>62.208.540,4</b>
Površina (prodajna + sporedna)	m <sup>2</sup>	185.186,8	174.127,6	172.201,8
<b>Ukupna potrošnja energije po m<sup>2</sup> prodajne i sporedne površine</b>	<b>kWh/m<sup>2</sup></b>	<b>355,1</b>	<b>344,6</b>	<b>361,3</b>



#### LED rasvjeta u poslovnicama

Svaka nova poslovnica, kao i svaka preuređena poslovnica Kauflanda, u prodajnom prostoru ima isključivo LED-rasvjetu. Također su 2021. i početkom 2022. godine u upravnoj zgradi zamijenjene fluo svjetiljke s LED svjetilkama, a u osam poslovnica odrađen je tzv. retrofit gdje su u postojećim svjetilkama zamijenjene fluo s LED cijevima.

#### Staklena vrata i poklopci te LED rasvjeta na rashladnom namještaju

Kako bi se izbjegao gubitak hladnoće, rashladni namještaj s vratima i kliznim staklenim poklopcima dio je standardne opreme pri otvaranju novih i modernizaciji postojećih poslovnica Kauflanda. Dodatno su početkom 2022. godine u 5 postojećih poslovnica na bazenima za duboko zamrzavanje postavljene staklene poklopce, a u 6 poslovnica u svim vitrinama umjesto postojećih fluo svjetiljaka ugrađene su LED svjetiljke kao dodatne mjere uštede energije.



#### E-punionice

U 2020. i 2021. godini nastavljeno je s trendom postavljanja punionica za e-automobile na parkiralištima novih poslovnica i prilikom modernizacije postojećih poslovnica tako da su sada DC punionice odnosno punionice na istosmjernu struju dostupne na ukupno 11 lokacija.

Tijekom protekle 2 poslovne godine broj e-punionica narastao je s 5 na 11.



#### Broj punjenja i potrošnje električne energije za e-vozila tijekom izvještajnog razdoblja

Broj sesija	
2021.	27.432
2020.	11.150
2019.	8.720
Ukupno energije (kWh)	
2021.	353.539
2020.	128.897
2019.	101.338,1

## Fotonaponske elektrane

Nakon fotonaponskih elektrana u poslovnica Blato (Solar carport) i Šibenik početkom 2022. puštena je u rad i fotonaponska elektrana na krovu poslovnice Kaufland Zadar Sinjoretovo. Time se doprinosi ostvarenju strateškog cilja smanjenja emisija CO<sub>2</sub> korištenjem obnovljivih izvora energije.

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

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



## Smanjenje potrošnje energije

Nakon što su 2018. godine iskorištene postojeće parkirne površine za proizvodnju struje iz obnovljivih izvora izgradnjom nadstrešnica za automobile s ugrađenim solarnim panelima, na krovovima poslovnica Šibenik te Zadar Sinjoretovo sagrađene su tijekom 2020. i 2021. godine fotonaponske elektrane.

Na taj način ukupna instalirana snaga 3 spomenute fotonaponske elektrane iznosi 770,2 kWp.

Fotonaponske elektrane				
	Površina solarnih panela (m <sup>2</sup> )	Broj fotonaponskih panela	Godišnja proizvodnja (kWh)	Postotak potreba poslovnice koje pokriva fotonaponska elektrana
Zagreb-Blato	1.266	755	207.000	17 %
Šibenik	1.987	1.190	449.845	31 %
Zadar-Sinjoretovo	1.092	588	260.585	26 %

### Struja - vlastita proizvodnja (kWh)



## Emisije

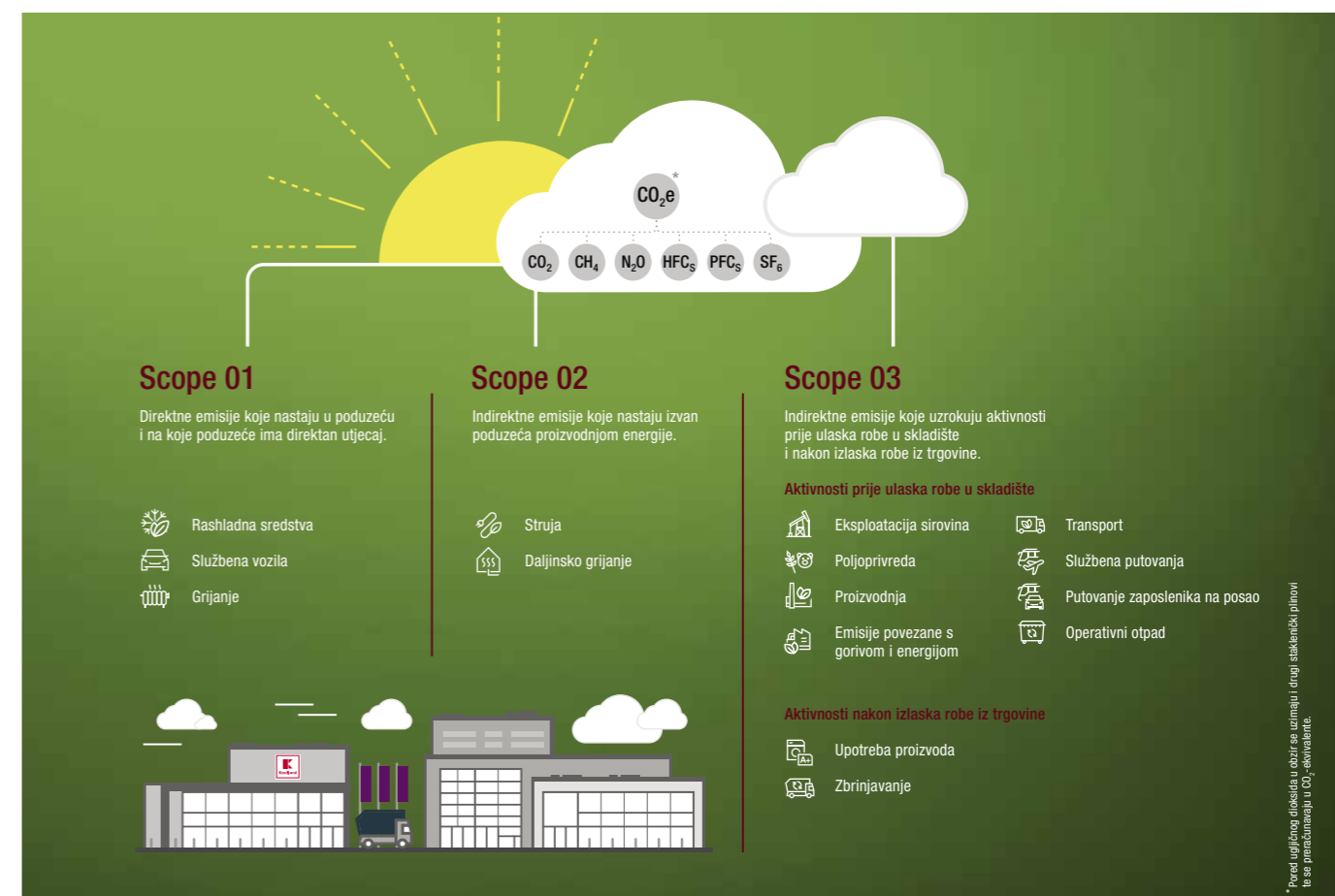
### Područja klimatske bilance Kauflanda

- **Izravne emisije (Područje 1 ili engl. Scope 1)** rezultiraju iz aktivnosti u vlasništvu ili pod nadzorom Kauflanda. Uključuje emisije koje se javljaju izravno unutar poduzeća.
- **Neizravne energetske emisije (Područje 2 ili engl. Scope 2)** posljedica su proizvodnje kupljene ili nabavljene električne energije, grijanja, hlađenja i pare koji se troše unutar Kauflanda. Uključuje emisije nastale iz proizvodnje energije koju Kaufland kupuje od dobavljača.
- **Ostale neizravne emisije (Područje 3 ili engl. Scope 3)** su sve ostale neizravne emisije (koje nisu uključene u Područje 2), a nastaju izvan Kauflanda. Pristupanjem inicijativi Science Based Targets nije više bilo dovoljno samo djelomično prikupljati ostale neizravne emisije. Zbog toga je Kaufland upotpunio emisije iz bazne 2019. godine koje nastaju prije ulaska robe u naše skladište i nakon izlaska

robe iz naših trgovina. Dodatne kategorije koje se uzimaju u obzir pri izračunu emisija, a koje pri izradi prethodnog izvještaja nisu bile obuhvaćene su: kupljena roba, službena putovanja, putovanje zaposlenika na posao i s posla, upotreba prodanih proizvoda, postupanje s prodanim proizvodima na kraju njihovog životnog ciklusa.

Intenzitet emisija stakleničkih plinova u odnosu na ukupnu površinu prostora Kaufland za područje 1, 2 i 3 (prodajna + sporedna površina)			
	2021.	2020.	2019.
Indikator (kgCO <sub>2</sub> /m <sup>2</sup> )	4.984	5.042	5.186

Praćenjem emisija stakleničkih plinova i njihovom analizom, mjeri se ugljični otisak Kauflanda. Uvođenjem novih tehnologija, korištenjem i proizvodnjom energije iz obnovljivih izvora, pokušava se kontinuiranim mjerama smanjiti količinu emisija stakleničkih plinova.



## I Utjecaj poslovanja na zaštitu okoliša

Izračun CO<sub>2</sub> je dobiven pomoću standarda GHG Protocol Corporate kojeg je razvio The World Resources Institute (WRI) i The World Business Council on Sustainable Development (WBCSD) u skladu sa smjernicama IPCC 2006 Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories te odgovara kriterijima ISO 14064-1.

Bazna godina je 2019. Podatci su praćeni i ranije, ali se dodatni parametri nisu uzimali u obzir sve do 2019. kad je započet izračun indikatora i detaljan obračun

### Ukupne emisije stakleničkih plinova za područja 1, 2 i 3 za 2021. godinu

Emisije CO<sub>2</sub> po područjima  
Sveukupno 923.034,36 tCO<sub>2</sub>e

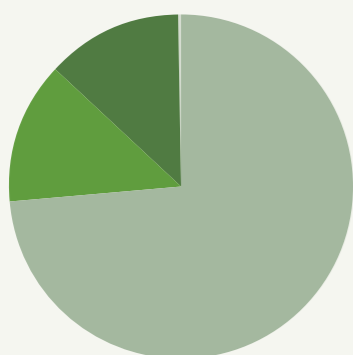
**Područje 1** | **1 %**

**Područje 2** | **0 %**

**Područje 3** | **99 %**

#### Područja 1+2

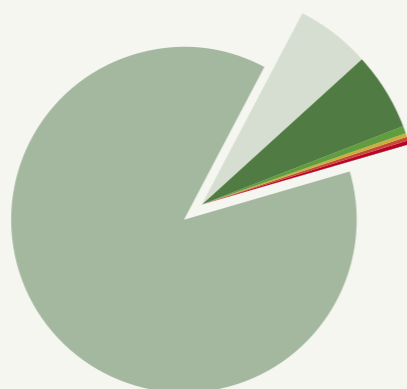
1 % sveukupnih emisija



Fugitivne emisije	73,67 %
Stacionarno izgaranje	13,30 %
Mobilno sagorijevanje	13,02 %
Struja	0,01 %

#### Područje 3

99 % sveukupnih emisija



Kupljena dobra i usluge	87,18 %
Upotreba prodanih proizvoda	5,74 %
Transporti	5,71 %
Emisije povezane s gorivom i energijom	0,51 %
Putovanje zaposlenika na posao	0,4 %
Operativni otpad	0,28 %
Zbrinjavanje/oporaba prodanih proizvoda	0,15 %
Službena putovanja	0,02 %



### Ukupne emisije stakleničkih plinova za područje 1, 2 i 3

Područje	GHGP kategorija	2021.		2020.		2019.*	
		Emisije (tCO <sub>2</sub> e)	%	Emisije (tCO <sub>2</sub> e)	%	Emisije (tCO <sub>2</sub> e)	%
Područje 1	Fugitivne emisije	6.729,47	73,68	4.662,53	68,64	5.461,05	71,61
	Mobilno sagorijevanje	1.188,91	13,02	1.085,89	15,99	1.210,62	15,87
	Stacionarno izgaranje	1.214,43	13,30	1.043,97	15,37	954,43	12,52
	<b>Ukupno</b>	<b>9.132,81</b>	<b>1,00</b>	<b>6.792,39</b>	<b>0,77</b>	<b>7.626,1</b>	<b>0,85</b>
Područje 2	Struja	1,2	100	6.463,48	100	6.834,63	100
	Daljinsko grijanje	0	0	0	0	0	0
	<b>Ukupno</b>	<b>1,2</b>	<b>0</b>	<b>6.463,48</b>	<b>0,74</b>	<b>6.834,63</b>	<b>0,77</b>
Područje 3	Kupljena dobra i usluge	796.776,08	87,18	731.281,62	84,56	745.733,59	84,88
	Emisije povezane s gorivom i energijom	4.650,97	0,51	3.568,85	0,41	4.685,42	0,53
	Transporti	52.195,7	5,71	60.551,1	7	60.485,28	6,88
	Operativni otpad	2.551,55	0,28	2.218,88	0,26	1.988,78	0,23
	Službena putovanja	217,5	0,02	257,55	0,03	700,1	0,08
	Putovanje zaposlenika na posao	3.672	0,4	3.596,4	0,42	3.589,2	0,41
	Upotreba prodanih proizvoda	52.499,39	5,74	61.973,29	7,17	60.222,49	6,85
	Zbrinjavanje/oporaba prodanih proizvoda	1.347,16	0,15	1.320,13	0,15	1.147,02	0,13
	<b>Ukupno</b>	<b>913.900,35</b>	<b>99</b>	<b>864.767,82</b>	<b>98,49</b>	<b>878.551,88</b>	<b>98,38</b>
<b>Ukupno Područje 1 + 2 + 3</b>	<b>923.034,36</b>	<b>100</b>	<b>878.023,69</b>	<b>100</b>	<b>893.012,61</b>	<b>100</b>	

\*U 2021. godini za izračun emisija u obzir uzeti su dodatni kriteriji te je napravljen novi izračun 2019. godinu



# Voda

Voda je jedan od važnih resursa za život. U Kauflandu se svakodnevno prati potrošnja vode u poslovnicama, centrali i logističko-distributivnom centru, koja se crpi iz sustava (mreže) lokalnog vodovoda, a čija se potrošnja pokušava smanjiti efikasnim upravljanjem i novim tehnologijama.

Svako odstupanje se dokumentira, a nakon provedene analize slijede mjere za otklanjanje uzroka uočenih odstupanja u potrošnji vode. Ispust vode jednak je potrošenoj količini. Voda se ispušta iz mreže unutarnjeg sustava odvodnje u javnu mrežu odvodnje. Pri tome se uzimaju u obzir svi relevantni zakonski propisi uz redovite kontrole zaposlenika Kauflanda u poslovnicama i njihovih kolega odgovornih za održavanje poslovnica, centrale i logističko-distributivnog centra.

Prema prikazanom trendu i usporedbi 2021. i 2020. godine u odnosu na 2019. godinu, moguće je zaključiti kako je sveukupno došlo do povećanja potrošnje. Razlog povećanja potrošnje vode je otvaranje novih poslovnica u RH.



## Smanjenje potrošnje vode kroz nove tehnologije

Neprestano se radi na optimizaciji proizvodnih procesa i na uštedi vode novim, štedljivijim postupcima, što se želi učiniti vidljivim i kupcima. Svi proizvodi kod kojih je potrošnja vode smanjena uz pomoć novih tehnologija mogu se prepoznati po logotipu „Štedimo vodu“. Svojim odlukama o kupovini potrošači tako mogu doprinijeti održivijoj potrošnji.

Jedan od konkretnih primjera smanjene potrošnje je ušteda vode prilikom bojenja tekstila. Konvencionalna proizvodnja tekstila zahtijeva puno vode. Budući da je Kauflandu važno smanjiti potrošnju vode, u proizvodnji tekstila koriste se ekološki prihvatljivi procesi bojenja, 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 bojenja 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 bojenja. Materijal je umočen u boju, a uz pomoć visoke temperature i tlaka zraka, pigmenti u boji prodiru ravnomjerno, duboko i učvršćuju se.

S obje tehnike, potrošnja vode može se djelomično ili u potpunosti izbjeći. Potrošnja energije i emisija CO<sub>2</sub> također se mogu značajno smanjiti u usporedbi s klasičnim tehnikama bojanja - radi zaštite okoliša i klime.



Kategorija	Potrošnja vode (m <sup>3</sup> )		
	2021.	2020.	2019.
Voda poslovnice	53.095	48.038	42.049,2
Voda skladište	4.767	3.244	4.032
Voda Centrala	1.493	1.245	1.936
<b>Ukupna potrošnja vode</b>	<b>59.355</b>	<b>52.527</b>	<b>48.017,2</b>



# Otpad

Gospodarenje otpadom tijekom obavljanja djelatnosti uređeno je na način da se:

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

Opisanim načinom gospodarenja otpadom izbjegava se rizik opasnosti po ljudsko zdravlje, rizik onečišćenja tla, voda i zraka te rizik od eksplozije, požara ili drugih nezgoda.

Kaufland Hrvatska k.d. kao prodavatelj pića u jednokratnoj ambalaži prepoznao je problematiku odbacivanja jednokratne ambalaže u okoliš. Uložena su sredstva u automatizaciju otkupa jednokratne ambalaže za pića od plastike, stakla i metala od krajnjih potrošača tako da je s 2020. godinom ukupno 39 poslovnica imalo instaliran automatski uređaj za otkup tipa TOMRA s posebnom nadogradnjom jedinice za drobljenje PET-ambalaže, čime se nastoji potaknuti potrošače da umjesto odbacivanja ove vrste plastične ambalaže u okoliš, istu predaju na obradu u svrhu iskorištavanja sirovine u ponovnom procesu proizvodnje.



U 2021. godini taj je broj povećan na 42 poslovnice. Ambalažu Kaufland predaje ovlaštenim sakupljačima ambalažnog otpada koji vrše primarno grubo razdvajanje nakon čega se PET balira i odvozi na ispiranje od zaostalih nečistoća. Materijal se potom mehanički usitnjava do granulata.

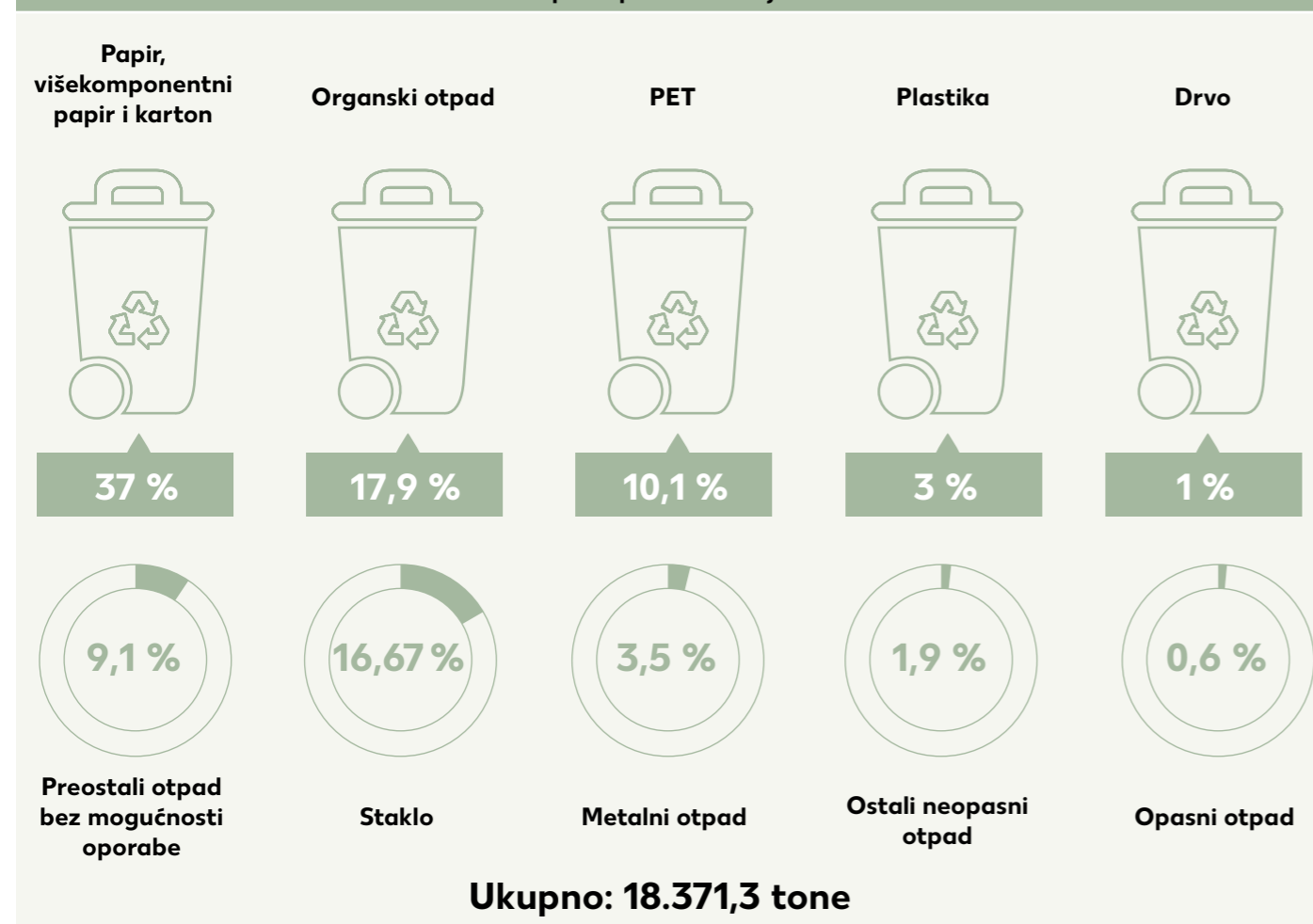
U 2020. godini na Kauflandovim lokacijama su instalirana ukupno 44 uređaja za baliranje kartonske ambalaže te 5 uređaja za baliranje ambalažne folije.

U 2021.godini taj je broj povećan na 48 uređaja za baliranje kartonske ambalaže.

Proizvedene bale težine su 450–600 kg, čime se u jednoj turi prijevoza sakupljaču otpada predaje veća masa po jedinici volumena.

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

Količine otpada prema frakcijama u 2021.



Količine otpada prema frakcijama (izražene u tonama i postotcima)

Kategorija	2020.		2019.	
	tone	%	tone	%
Papir, višekomponentni papir i karton	6.366,1	40,5 %	6.646	42,1 %
Organski otpad	2.472,3	15,7 %	2.486	15,8 %
PET	1.579,2	10 %	1.675	10,6 %
Plastika	428,8	2,7 %	429	2,7 %
Drvo	138,2	0,9 %	148	0,9 %
Preostali otpad bez mogućnosti oporabe	1.455,3	9,3 %	1.224	7,8 %
Staklo	2.493,9	15,9 %	2.524	16 %
Metalni otpad	476	3 %	69	0,4 %
Ostali neopasni otpad	231,2	1,5 %	530	3,4 %
Opasni otpad	81,7	0,5 %	49	0,3 %
<b>Ukupno</b>	<b>15.722,7</b>	<b>100 %</b>	<b>15.780</b>	<b>100 %</b>

Neopasni otpad (u tonama)			
Kategorija	2021.	2020.	2019.
Ponovna uporaba	podatak nije prikupljen	podatak nije prikupljen	10
Termička uporaba	podatak nije prikupljen	podatak nije prikupljen	2.431
Deponiranje	1.672,3	1.455,3	1.224
Recikliranje	13.344	11.775,7	12.066
<b>Ukupno</b>	<b>15.016,3</b>	<b>13.211</b>	<b>15.731</b>
Opasni otpad (u tonama)			
Spaljivanje	podatak nije prikupljen	podatak nije prikupljen	2
Recikliranje	116,2	77,4	47
<b>Ukupno</b>	<b>116,2</b>	<b>77,4</b>	<b>49</b>

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

Kauflandov letak za kupce se prije svega tiska na papiru koji nosi oznaku FSC® i koji dolazi iz dokazano odgovornih izvora. Uvijek iznova preispituje se potreba tiskanja internih dokumenata i optimiraju se interni procesi npr. uvođenjem digitalnog odobravanja dokumenata iz područja računovodstva i obračuna plaća, ali i ostalih sektora kako bi se izbjegao nepotreban tisak. Za ispis i kopiranje ostalih dokumenata koristi se pretežno reciklirani papir.

Količine utrošenog materijala (tone)			
Kategorija	2021.	2020.	2019.
Reklamni materijal - svježa vlakna	24	3.488	3.830
Reklamni materijal - reciklirani	4.318	1.406	-
Potrošnja papira od svježih vlakna za ispis	10,1	6,1	7
Potrošnja recikliranog papira za ispis	18,4	16,4	19
Potrošnja vreća za smeće	19,9	2,5	15
Potrošnja jednokratnih plastičnih vrećica za voće i povrće	84	74,8	95
Potrošnja stretch-folije (materijal za pakiranje)	84,5	79,3	98

## Sustav razdvajanja otpada u Logistici

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

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

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

### Mjere odvajanja otpada

Dobra priprema je pola posla, zbog čega se u svrhu efikasnog procesa recikliranja velika pažnja posvećuje pravilnom sortiranju. Time se izbjegava dodatni rad i stvara dodana vrijednost za ljude i okoliš.

Cilj gospodarenja otpadom jest što više materijala vratiti u upotrebu, odnosno postići kruženje sirovina. Primjeri u kojima se već koriste zatvoreni ciklusi uključuju višekratnu vrećicu u čijem sastavu otpadne folije iz Kauflanda čine 80 % sirovine ili papir za kopiranje u uredima koji je izrađen od recikliranog papira.

Osim toga i potrošače se potiče na dobre prakse pa se tako u poslovnicama Kauflanda nalaze kutije za odlaganje potrošenih žarulja, baterija, malih električnih uređaja te folije i ambalaže od papira i kartona. Nalaze se ili na mjestima za prikupljanje otpada za recikliranje na ulazu u trgovine ili na informacijskom pultu. Sustavom za povrat otpada osigurava se recikliranje visokokvalitetnih sirovina i pravilno zbrinjavanje svih štetnih tvari.



# Posvećenost zajednici



# Posvećenost zajednici u kojoj Kaufland djeluje

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

Od samih početaka i otvaranja prvih poslovnica u Hrvatskoj, Kaufland doprinosi izgradnji zajednice kroz mnogobrojne partnerske društveno odgovorne programe, projekte, donacije i sponzorstva kojima stvara pozitivni utjecaj. Kaufland je uvijek spreman na angažman i pomoć zajednici u kojoj djeluje jer na taj način doprinosi pozitivnim promjenama u društvu.

U Kauflandu su jasno definirane smjernice prema kojima se odobravaju donacije i sponzorstva koja imaju društveno odgovornu svrhu, te sve ostale aktivnosti koje se nalaze u nadležnosti odjela Korporativnih komunikacija. Zamolbe političkih stranaka i osoba, sindikata te religioznih organizacija se ne uzimaju obzir. Također se donacije ne odobravaju privatnim osobama. Sve druge zamolbe proslijeđuju se odjelu Korporativnih komunikacija te svaku zamolbu pregledavaju barem dvije osobe. Zamolbe koje ispunjavaju

propisane kriterije proslijeđuju se dalje na odobrenje predsjedniku Uprave.

U nastavku poglavlja nalaze se projekti kojima Kaufland direktno doprinosi zajednicama. Pri odabiru projekata prednost se daje projektima koji se odnose na barem jednu od strateških odrednica Kauflanda, a to su djeca, zdravlje i okoliš. Također svojim projektima Kaufland pokušava uvijek obuhvatiti što veći broj ljudi zbog čega većina projekata koje provodi ima nacionalni karakter.

## Vaš dar za pravu stvar

Već nekoliko godina zaredom u poslovnica se tri puta godišnje postavljaju košare za prikupljanje namirnica koje Hrvatski Crveni križ potom dijeli korisnicima i pučkim kuhinjama. Kupci tako redovito imaju mogućnost pomoći ljudima u potrebi i to doniranjem proizvoda kao što su brašno, ulje, riža, tjestenina, konzerve i sl. u košaru nakon prolaska kroz blagajnu. U 2020. godini naši kupci donirali su namirnice u vrijednosti od 190.136,30 kn (25.235,42 €), a u 2021. u vrijednosti od 156.358,70 kn (20.752,37 €).



## Volontiranje

**Nakon pandemijske 2020. godine u kojoj je napravljena pauza od korporativnog volontiranja, u 2021. volonteri Kauflanda rado su se odazvali pozivu i novoj akciji. Zaposlenici Kauflanda priključili su se akciji Zelena čistka i sudjelovali u pokretu World Cleanup Day koji za cilj ima čišćenje okoliša, ali i podizanje svijesti o stvaranju i odlaganju otpada.**

U suradnji s udrugom Žmergo i velikim brojem gradova diljem zemlje, organizirali smo akciju korporativnog volontiranja za svoje zaposlenike, a u fokusu je bilo očuvanje okoliša. Zaposlenici

Kauflanda tako su čistili zelene površine u Zagrebu, Sinju, Zadru, Šibeniku, Zaprešiću, Dugom Selu, Vukovaru, Umagu i Vinkovcima.

Zaposlenici iz gotovo 40 poslovnica, logističko-distributivnog centra i upravne zgrade Kauflanda u gradovima diljem Hrvatske dali su svoj doprinos u čišćenju divljih odlagališta otpada i drugih površina koji predstavljaju ne samo teret za prirodu, već i opasnost za ljude i životinje. Svi zaposlenici Kauflanda koji su sudjelovali u volonterskoj akciji dobili su plaćeni slobodan dan i zahvalnicu za svoj posebni angažman.



## Kaufland škola voća i povrća

Projekt Kaufland škola voća i povrća provodi se od 2017. godine. Cilj ovog projekta je jačanje svijesti o potrebi zdrave prehrane i njenom utjecaju na zdravlje djece, a projekt je 2021. prepoznalo i podržalo i Ministarstvo znanosti i obrazovanja.

Pandemijska 2020. godina pred Kaufland je stavila i izazov odabira novih partnerskih škola. Dotadašnja praksa organizacije kreativnih natjecanja koja za cilj imaju pružiti školarcima priliku da dođu do izražaja na najrazličitije načine nije bila moguća u 2020. godini zbog zatvaranja škola na državnoj razini. Stoga je u školskoj godini 2020./2021. nastavljena već uhodana suradnja s partnerskim školama odabranima za školsku godinu 2019./2020.

Za vrijeme zatvaranja škola donacije koje su bile namijenjene školama preusmjerene su Hrvatskom Crvenom križu te je donirano voće i povrće stiglo i do onih koji su u razornom potresu u Zagrebu ostali bez svojih domova, a zbrinula ih je mreža Hrvatskog Crvenog križa.



Kaufland je tijekom školske godine 2020./2021. kroz ovaj projekt donirao oko 140 tona svježeg voća i povrća, a u prvih pet godina provođenja projekta Kauflandova svježa donacija školarcima je dosegla gotovo 500 tona.

U školskoj godini 2021./2022. dodatno je proširen projekt Kaufland škola voća i povrća pa su tako uz 42 partnerske osnovne škole, po jedna škola za svaku poslovnicu Kauflanda, uključene i dodatnih 12 škola - sve osnovnoškolske ustanove s redovitim i posebnim programima za djecu s teškoćama u razvoju koje su se prijavile na natjecanje.

Dodatna posebnost koja je razvijena u školskoj godini 2021./2022. jest i posebna nagrada za najbolju partnersku školu. Naime, stručni žiri je između svih prijavljenih škola koje su u zadatak dobile snimiti video na slavljeničku pjesmu Kauflanda „Dobre stvari su pred nama“ glazbenog sastava Nova generacija, odabrao onu koja je bila najkreativnija i uložila najviše truda i tako osvojila snimanje profesionalnog video spota u režiji škole i Kauflanda.

Kvantitativni pokazatelji uspjeha Kaufland škole ViP	
Godina	Količina doniranog svježeg voća i povrća u kg
2021.	147.651
2020.	88.516
2019.	130.209

## ZAPJEVAJ:

### Dobre stvari su pred nama!

Kaufland te poziva da zapjevaš i zaplešeš u ritmu pjesme "Dobre stvari su pred nama" te tako sudjeluješ u zabavnom natjecanju! Poslušaj pjesmu, osmisli kratak video, snimi sebe i svoje prijatelje iz škole i osvoji svježe voće i povrće za cijelu školsku godinu! Saznaj više na: [kaufland.hr/skolavip](http://kaufland.hr/skolavip)



## Božićne donacije

Mnoga djeca nažalost nemaju priliku odrastati u toplom obiteljskom domu pa njihove sudbine ovise o odgojiteljima i skrbnicima, ali i o svima nama, zajednici. Stoga je Kaufland u 2020. godini donirao proizvode u vrijednosti od ukupno 250.000 kn (33.180,70 €) za radostan Božić štićenika svih domova za djecu u Hrvatskoj. Cilj ove donacije bio je djeci uljepšati božićne blagdane tako da svako dijete ima osiguran božićni ručak i poklon koji će ga razveseliti.

Ovom je donacijom obuhvaćeno 1.000 djece koja žive u domovima širom Hrvatske. Donirani iznos određen je po djetetu kako bi svako dijete moglo odabrati nešto za sebe – domovi su mogli sami birati što im je potrebno iz Kauflandovog asortimana.

U 2021. božićna donacija od 350.000 kn (46.452,98 €) usmjerena je na projekt partnera UNICEF-a. UNICEF je zahvaljujući toj donaciji opremio 5 inkluzivnih kabineta na visokim učilištima u Zagrebu, Splitu, Osijeku, Puli i Rijeci. Inkluzivni kabineti sadrže didaktičku i pedagošku opremu i pomagala, osnovnu opremu za senzornu

integraciju (kao što su taktilni zid, senzorni set za stimulaciju njuha i vidnih osjetila, set za disleksiju, senzorne lopte, taktilni diskovi i svjetleće LED ploče), namještaj te softver za tehnologiju za potpomognutu komunikaciju (asistivnu tehnologiju) koji budućim odgojno-obrazovnim stručnjacima omogućavaju praktičnu nastavu i učenje inovativnih nastavnih metoda za rad s djecom i inkluzivno obrazovanje.

U inkluzivnim kabinetima godišnje će se educirati 1.500 odgojitelja i 1.500 učitelja razredne nastave, što predstavlja izniman doprinos za sve buduće generacije djece u Hrvatskoj.

### BUDUĆNOST



# POMOĆ DJECI



## Donacije COVID bolnicama

Sa sestrinskom tvrtkom Lidl Hrvatska u ožujku 2020. godine donirano je ukupno milijun kuna (132.722,81 €) hrvatskim bolnicama uslijed dvije velike katastrofe – koronavirusa te snažnog potresa koji je pogodio Zagreb 22. ožujka 2020. godine.

Donacijom se pokušala zahvatiti cijela Hrvatsku pa je tako KB Dubravi i Klinici za infektivne bolesti Dr. Fran Mihaljević isplaćeno po 250.000 kuna (33.180,70 €), dok je KBC Split, KBC Osijek, KBC Rijeka, OB Varaždin, OB Pula donirano po 100.000 kuna (13.272,28 €). Cilj je bio sredstvima olakšati nabavu materijala i opreme potrebnih za svakodnevnu borbu protiv koronavirusa, ali i zbrinjavanje najtežih bolesnika na intenzivnoj njezi.



## Donacija nakon petrinjskog potresa

Da u teškim situacijama Kaufland i Lidl udružuju snage kako bi zajedno pomogli dokazuje još jedna značajna zajednička donacija provedena u 2020. godini. Nakon razornog potresa koji je 29. prosinca te godine pogodio građane s petrinjskog, sisačkog, glinskog, ali i šireg zagrebačkog područja, u suradnji s Lidlom Hrvatska donirano je 15 milijuna kuna (1.990.842,13 €) na račun Državnog proračuna RH za donacije u akciji „Pomoć za obnovu nakon potresa“. Donacijom se željelo olakšati zbrinjavanje ljudi pogođenih potresom, ali i saniranje razrušenih građevina.

Onima kojima sad najviše treba



## Donacije dječjih maski

S ciljem brže stabilizacije života u potresom pogođenim područjima Kaufland je u veljači 2021. donirao gotovo 800.000 dječjih jednokratnih maski školarcima iz partnerskih Kaufland škola voća i povrća, Gradskim društvima Hrvatskog Crvenog križa, Hrvatskom Caritasu i SOS Dječjem selu Lekenik. U drugom valu, u studenome 2021., donirano je više od 350.000 dječjih maski partnerskim Kaufland školama voća i povrća te zdravstvenim ustanovama. Donacija od ukupno više od milijun dječjih maski je preko navedenih posrednika otišla u ruke djeci iz tri hrvatske županije u kojima je nakon potresa od 29. prosinca 2020. godine proglašeno stanje katastrofe.

Nakon velike financijske donacije koja je uplaćena za pomoć u obnovi stradalih područja, na ovaj način Kaufland je nastavio pomagati unesrećenima.



## Humanitarni štandovi

Besplatno ustupanje prostora u poslovnicama humanitarnim udrugama je društveno odgovorni projekt koji Kaufland provodi već dugi niz godina. Krajem svake godine radi se godišnji plan postavljanja štandova za cijelu sljedeću godinu koji se usuglašava s udrugama i poslovnicama.

Promocija humanitarnih aktivnosti u poslovnicama Kauflanda za udruge je od iznimne važnosti. Na taj im je način omogućena izravna komunikacija s potencijalnim donatorima gdje ih direktno upoznaju s radom udruge te načinima na koje će njihova donacija pridonijeti ostvarenju cilja udruge.

Udruge kojima se na ovaj način pruža potpora su: Unicef Hrvatska, SOS Dječje selo Hrvatska, Krugovi, Crveni nosovi.



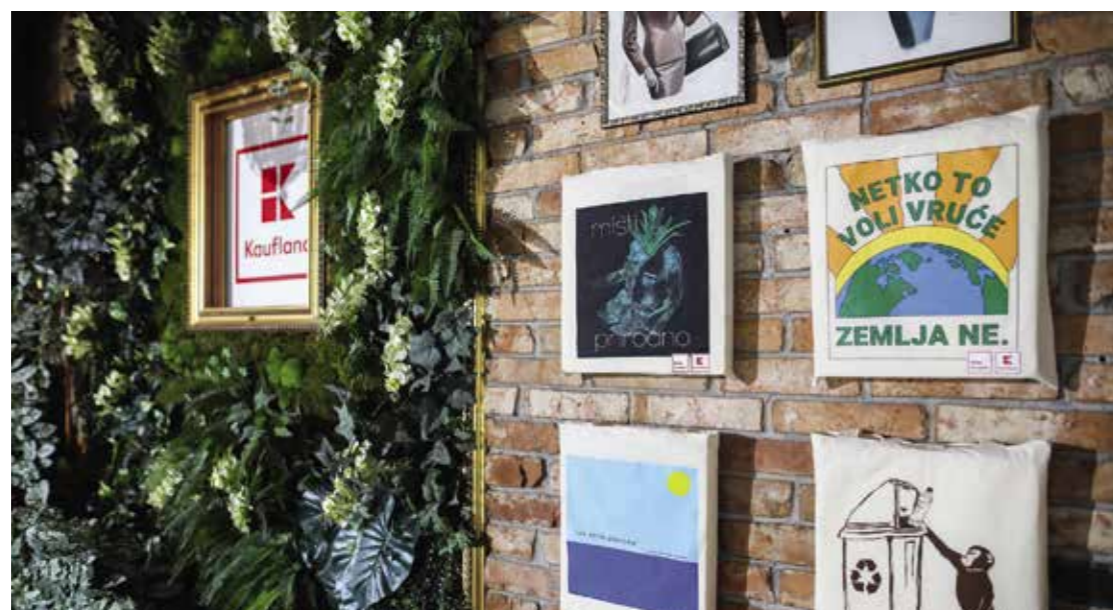
## Platnene vrećice

Još u siječnju 2020. godine Kaufland je bio prvi trgovački lanac u Hrvatskoj koji je sa svojih blagajna potpuno izbacio jednokratne plastične vrećice. Kaufland je nastavio raditi na održivim alternativama i u siječnju 2022. je pokrenuta velika interaktivna kampanja. Naime, pripremljen je natječaj pod nazivom „Dizajnom za dobre stvari“ kroz koji su pozvani studenti da se priključe borbi protiv plastičnog otpada i jednokratnih plastičnih vrećica.

Studenti su kroz ovaj projekt svojim idejama i kreativnim rješenjima mogli doprinijeti podizanju popularnosti korištenja višekratnih platnenih

vrećica predlažući svoj dizajn za platnene vrećice iz Kauflanda. Teme zadane studentima uključivale su: klimu, bioraznost, smanjenje otpada od hrane te smanjenje korištenja plastike.

Odabrana su četiri pobjednika s najbolje ocijenjenim grafičkim rješenjima koji su potom aplicirani na platnene vrećice. S promjenom godišnjeg doba na policama svih trgovina u Hrvatskoj izmjenjuju se i pobjedničke vrećice – po jedan dizajn za svako godišnje doba. Također, svaki od četiri pobjednika kao nagradu dobio je Appleovo računalo MacBook Pro.



## Mliječna staza

**U 2020. i 2021. godini Kaufland je četvrti i peti put za redom kao glavni sponzor podržao utrku Mliječna staza koju organizira UNICEF Hrvatska.**

U ovom velikom humanitarnom događaju, koji je zbog pandemije uzrokovane koronavirusom postao virtualan, inkluzivan i nacionalan, sudjelovao je značajan broj građana, a među kojima se našao i tim Kauflanda.

UNICEF je u 2020. godini organizirao utrku Mliječna staza kako bi prikupio sredstva za nabavu senzorne opreme i otvaranje senzornih soba za djecu s teškoćama u Hrvatskoj te

edukaciju stručnjaka za provođenje terapija senzorne integracije dok su u 2021. godini prikupljena sredstva uložena u uspostavljanje i unaprjeđenje usluga dnevnog boravka, psihosocijalne podrške te kvalitetnih programa podrške za roditelje djece s teškoćama tamo gdje tih usluga nema ili su teže dostupne.



## Darivanje krvi

Iako je zbog pandemije u 2020. bilo nije bilo moguće organizirati dobrovoljno darivanje krvi u centrali, u 2021. godini ponovno se zajednički donirala krv.

Zbog niskih zaliha krvi Hrvatski zavod za transfuzijsku medicinu često poziva sve koji su u mogućnosti da daruju krv i tako pomognu u spašavanju ljudskih života. Kaufland se rado odazove tome pozivu i napravi korak dalje kao tvrtka te organizira akciju dobrovoljnog darivanja krvi u centrali. Na dan darivanja krvi, darivatelji imaju pravo na slobodan dan.

# Održivi asortiman



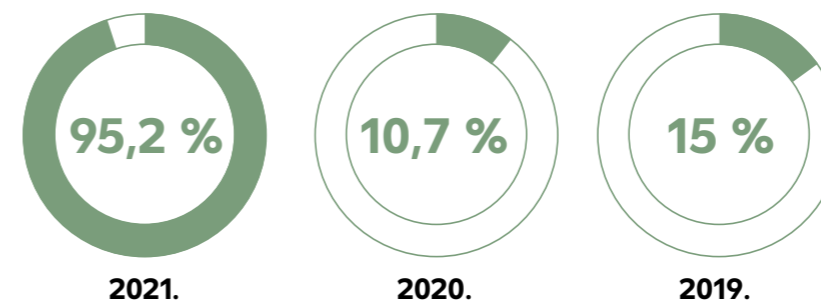
# Održivi asortiman

Kao maloprodajni trgovački lanac Kaufland posebnu pažnju posvećuje održivom asortimanu. Zalaganje za odgovorne uvjete proizvodnje, dobrobit životinja i očuvanje prirodnog i morskog okoliša predstavlja važnu komponentu korporativne politike kojom Kaufland preuzima odgovornost za okoliš i pokazuje duboko razumijevanje za klimatske promjene, nedostatak prirodnih resursa i smanjenje biološke raznolikosti.

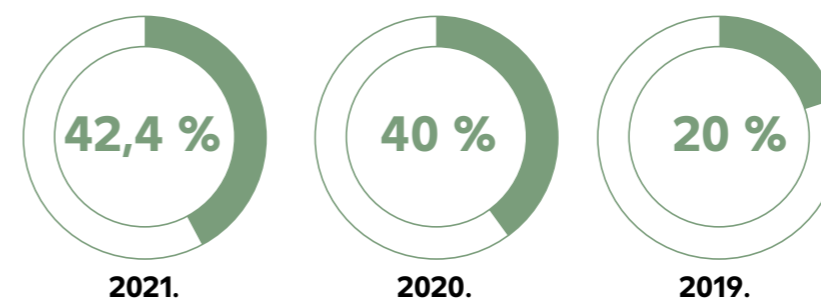
Kreiranjem asortimana s vizijom budućnosti, Kaufland kao trgovački lanac posebnu pažnju poklanja održivom odabiru i pakiranju asortimana te se zalaže za odgovorne proizvodne uvjete, prikladne uvjete uzgoja životinja i očuvanje morske raznolikosti.

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

Udio održive kave u asortimanu kave vlastite marke



Udio jaja (vlastite marke i brenda) iz održivog uzgoja u ukupnom asortimanu jaja



Količine proizvoda napravljenih prema standardima održivosti

Vrsta proizvoda*	2021.	2020.	2019.
Fairtrade artikli	144	42	41
Bio-artikli	426	294	256
Artikli s FSC® certifikatom	54	17	10
Artikli s Rainforest Alliance certifikatom	144	33	2
Artikli s UTZ certifikatom	86	38	45
Kava iz održivog uzgoja	55	3	4
Održiva jaja	14	12	5

\*Artikli koji se mogu naručiti na zadnji dan poslovne godine. Izuzeti su artikli koji su samo privremeno dostupni, sezonski artikli i neprehrambeni artikli

## Eksterni certifikati za proizvode



Oznakom organizacije Aquaculture Stewardship Council (ASC) označava se odgovorno uzgojena riba i plodovi mora. Uzgajališta koja su nositelji certifikata ASC moraju dokazati da posluju na ekološki prihvatljiv način te osigurati dobre i pravedne radne uvjete.  
Više informacija na: [www.asc-aqua.org](http://www.asc-aqua.org)



Oznaka Blauer Engel 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: <https://www.blauer-engel.de/en>



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](http://www.cottonmadeinafrica.org)



Logotipom EU-Bio označava se hrana koja je proizvedena i kontrolirana u skladu sa zakonodavstvom EU-a za ekološku poljoprivredu. Ova oznaka koristi se za proizvode koji zadovoljavaju propise o ekološkoj proizvodnji i dobiti životinja.  
Više informacija na: <https://www.bmel.de>



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.eu-ecolabel.de](http://www.eu-ecolabel.de)



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.net](http://www.fairtrade.net)



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.net](http://www.fairtrade.net)



Certifikatom FSC® označavaju se proizvodi od drveta i papira koji su neovisno certificirani prema strogim smjernicama neprofitne organizacije Forest Stewardship Councils®. Time se promiče odgovorno gospodarenje šumama u cijelom svijetu.  
Više informacija na: <https://fsc.org/en>



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](http://www.global-standard.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/](http://www.textileexchange.org/)



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](http://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: <https://textileexchange.org>



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



Oznakom SAFE američkog instituta za zaštitu okoliša Earth Island Institute certificiraju se proizvodi vezani uz ulov tune kod kojih ne postoji opasnost ulova dupina.  
Više informacija na: <http://savedolphins.eii.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](http://www.rainforest-alliance.org)



Certifikat UTZ dodjeljuje se kavi i čaju iz održive proizvodnje. Misija UTZ-a je stvoriti svijet u kojem je održiva proizvodnja standard.  
Više informacija na: [www.utz.org](http://www.utz.org)



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.eu](http://www.v-label.eu)



## Interne oznake za proizvode

**Djela,  
ne riječi.**

Kaufland želi svijet učiniti malo boljim. Zbog toga je već dugo posvećen prehrambenim namirnicama iz održivog uzgoja i zaštiti okoliša, klime te životinjskih i biljnih vrsta. Angažman za navedeno ima moto „Djela, ne riječi“.

Više informacija: [www.kaufland.hr/djela](http://www.kaufland.hr/djela)



Ovaj logotip označava proizvode kod kojih se u odnosu na konvencionalni proces proizvodnje štediti vodu. Time mjere kojima štedimo vodu činimo transparentnima.

Više informacija: [www.kaufland.hr/voda](http://www.kaufland.hr/voda)



Pomoću oznake „receptura bez mikroplastike“ može se odmah prepoznati nalazi li se mikroplastika u proizvodima naše vlastite marke. Oznaka se odnosi na recepturu pojedinog proizvoda, a ne na pakiranje ili nosive tvari kao što su maramice i vate

Više informacija: [www.kaufland.hr/mikroplastika](http://www.kaufland.hr/mikroplastika)



Logotipom „Savjesno pakirano“ Kaufland označava optimizirana održiva pakiranja.

Više informacija: <https://tvrka.kaufland.hr/nasa-odgovornost/djela-ne-rijeci/smanjujemo-plastiku/plasticni-otpad/odrziva-ambalaza.html>



Ovim logotipom označeni su neprehrambeni proizvodi koji se mogu višekratno koristiti i ne moraju biti jednokratni. Logotip se koristi za komunikaciju i njime se ne označavaju pakiranja.

Više informacija: [kaufland.hr/plastika](http://kaufland.hr/plastika)



Ova oznaka upućuje na proizvode iz asortimana voća i povrća i koristi se samo u komunikaciji, a ne na pakiranjima.



Svoje klimatski neutralne\* proizvode Kaufland označava ovim certifikatom i tako kupcima omogućuje da prate klimatsku neutralnost i da saznaju više o projektima za zaštitu klime. Tako Kaufland doprinosi što većoj transparentnosti.

Više informacija: [www.kaufland.hr/klima](http://www.kaufland.hr/klima)

\* Preostale operativne emisije stakleničkih plinova (Scope 1 i 2) kompenziraju se certificiranim projektima za zaštitu klime

## Vegetarijanski i veganski proizvodi

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

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

### K-take it veggie

Biljna hrana ima niži CO<sub>2</sub> otisak\* od proizvoda životinjskog podrijetla. Kauflandova vlastita marka K-take it veggie ima brojne prednosti. Svi proizvodi iz asortimana K-take it veggie klimatski su neutralni\*\* tako što se emisije CO<sub>2</sub> nastale od proizvodnje do zbrinjavanja kompenziraju projektom za zaštitu klime. Osim toga se stalno unaprjeđuju i pakiranja K-take it veggie proizvoda i prelazi se na ekološki prihvatljivija rješenja, čime se dodatno smanjuju emisije.



\* Izvor: [https://www.wwf.de/fileadmin/user\\_upload/living-planet-report/2020/Living-Planet-Report-2020-english-version.pdf](https://www.wwf.de/fileadmin/user_upload/living-planet-report/2020/Living-Planet-Report-2020-english-version.pdf)

\*\* Klimatski neutralno znači: nakon što smo utvrdili emisije CO<sub>2</sub> naših proizvoda, kompenziramo ih podržavajući certificirane projekte za zaštitu klime

**Čista voda za piće:** [https://fpm.climatepartner.com/project/1321/de?utm\\_source=\(direct\)&utm\\_medium=climatepartner.com](https://fpm.climatepartner.com/project/1321/de?utm_source=(direct)&utm_medium=climatepartner.com)

**Bioplin:** <https://fpm.climatepartner.com/project/1358/de>

**Čiste pečnice:** <https://fpm.climatepartner.com/project/1322/de>

## Kaufland se zauzima za biološku raznolikost

Od proljeća 2021. Kaufland u Hrvatskoj odlučio je travu oko centralne zgrade rjeđe kositi. Na ovaj način npr. pčele upravo na tom travnjaku pronalaze nektar i pelud koje sakupljaju kako bi nahranile čitave svoje kolonije.

## Biološka raznolikost – osnova svakog života

Ekološka raznolikost, koja se još naziva i bioraznolikost ili biološka raznolikost, osnova je cjelokupnog života na zemlji. Raznolikost vrsta je pored genetske raznolikosti i raznolikosti ekosustava aspekt biološke raznolikosti. Ta tri aspekta međusobno su usko povezana i čine mrežu biološke raznolikosti koja našu zemlju čini jedinstvenom.

## Milijunima vrsta prijeti izumiranje

Raznolikost vrsta na kopnu, u vodi, pod zemljom i u zraku je važna za funkcioniranje ekosustava i čovjekov prehrambeni lanac. Veliki broj kukaca, kao na primjer divlje pčele, osiguravaju oprašivanjem održavanje 80 % divljeg i korisnog bilja na zemlji. Ali gotovo polovici svih vrsta kukaca populacija se jako smanjuje, a znanstvenici skorašnje izumiranje mnogih vrsta smatraju mogućim. Razlozi za to su sve veće poljoprivredno korištenje površina, monokulture i korištenje agrokemikalija. I mnogim drugim vrstama prijeti izumiranje.



## Kauflandova održiva primjena pesticida

Biološka raznolikost za nas je osnova bogatog asortimana prehrambenih namirnica. Međutim, upravo uzgoj naših proizvoda može negativno utjecati na raznolikost vrsta. Kako bismo doprinijeli zaštiti i očuvanju raznolikosti vrsta i kako bismo što više smanjili svoj utjecaj na okoliš, poduzimamo mnoge mjere. Jedna od važnih sastavnica naših aktivnosti je Kauflandova održiva primjena pesticida.

Još od 2006. godine zalažemo se vlastitim projektima zajedno s dobavljačima za integriranu poljoprivredu i smanjenje pesticida pri uzgoju voća i povrća. Sustavnim pristupom smanjujemo upotrebu pesticida i nadilazimo zakonske propise. Dosljedno se zalažemo za to da proizvođači

koriste sredstva za zaštitu bilja samo onda kada ne postoje odgovarajuće agrarno-tehničke alternative. U sklopu neovisnih kemijskih kontrola redovno provjeravamo jesu li naši interno postavljeni standardi ispunjeni. Već danas smo predvodnici pri smanjenju pesticida u uzgoju voća i povrća kao i cvijeća i bilja, a naši propisi su među najstrožim u branši.

Na razini proizvoda provodimo razna certificiranja koja u obzir uzimaju i kriterij biološke raznolikosti, npr. bio-certifikat, FSC® (Forest Stewardship Council) za drvene proizvode, MSC (Marine Stewardship Council) i ASC (Aquaculture Stewardship Council) za ribu, Rainforest Alliance za kavu i banane, Fairtrade za kakao.



## Analize voća i povrća na pesticide

Kaufland neovisnom laboratoriju iz Njemačke godišnje dostavi preko 450 proizvoda voća i povrća na analizu na ostatke pesticida. Još od 2020. godine cilj je da svaki proizvod iz asortimana barem dva puta godišnje prođe kontrolu na ostatke pesticida. Svi proizvođači Kauflanda, osim toga, moraju biti certificirani GlobalGAP certifikatom koji jamči potpunu primjenu zakonskih propisa i pravila dobre proizvođačke prakse u svim koracima poljoprivredne proizvodnje.

## Posebni standardi za vlastite marke proizvoda

Kategorizacija artikala			
Artikli od dobavljača iz Hrvatske			
	2021.	2020.	2019.
Artikli vlastite marke	234	175	podatak nije prikupljen
Artikli različitih brendova	21.793	22.905	podatak nije prikupljen
Artikli od dobavljača koji nisu iz HR			
	2021.	2020.	2019.
Artikli vlastite marke	3.691	3.898	podatak nije prikupljen
Artikli različitih brendova	2.539	3.331	podatak nije prikupljen
<b>Ukupni zbroj</b>	<b>28.257</b>	<b>30.309</b>	podatak nije prikupljen

- Kaufland postavlja općenite zahtjeve za hranu te također posebne zahtjeve koji se odnose na određenu hranu poput jaja, mesa, mesnih proizvoda. Ti su zahtjevi dio okvirnog ugovora koji zaključuju dobavljač i Kaufland. Ako proizvodi iz ugovora na koje se primjenjuju nisu u skladu s općim i posebnim zahtjevima, smatraju se manjkavima.
- Kaufland osim toga propisuje zahtjeve vezane uz ambalažni materijal te pomoćni materijal kao i za komponente koje nisu u izravnom doticaju s proizvodom (npr. ljepljive trake i sl.). Također propisuje migracijske vrijednosti za papirnatu i kartonsku ambalažu te za ambalažu u direktnom doticaju s proizvodom kao i za otisnuti ambalažni materijal.
- Proizvodi ne smiju sadržavati AZO-bojila: E102, E104, E110, E122, E124 i E129.
- Proizvodi ne smiju sadržavati sirovine i sastojke tretirane IC zračenjem.
- Jaja ili proizvodi na bazi jaja su isključivo iz podnog ili slobodnog uzgoja.
- Mesni proizvodi ne sadrže strojno otkoštено meso niti arome.
- Proizvodi ne sadrže nanočestice veličine manje od 100nm.
- Dobavljač se obvezuje da će isporučivati samo proizvode koji imaju sadržaj transmasnih kiselina od najviše 2% u odnosu na ukupni udio masnoća osim proizvoda koji sadrže masnoće životinjskog podrijetla.



Opozivi vlastitih robnih marki		
2021.	2020.	2019.
3	2	5

### Kvaliteta i održivost asortimana

Kaufland veliku pažnju posvećuje kvaliteti i održivosti svoga asortimana te radi na povećanju udjela proizvoda koji su bolji i za potrošače i za planet.

O tome svjedoče i mnogi certifikati koji se navode u nastavku.



## Podrška domaćim proizvođačima

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

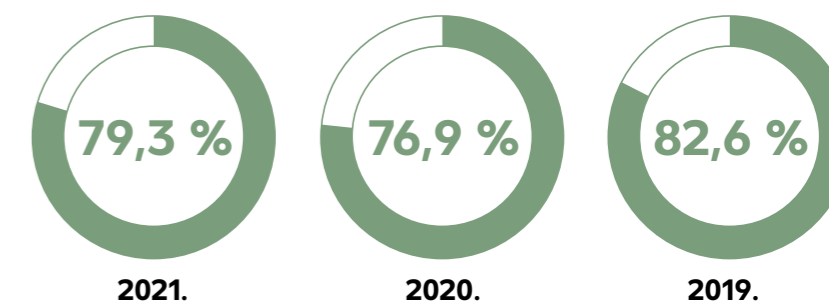
Kada govorimo o asortimanu prehrambenih i neprehrambenih artikala prema vrijednosti nabavljene robe u 2021. godini, 79,3 % robe nabavlja se od dobavljača iz Hrvatske, a 20,7 % vrijednosti proizvoda od dobavljača van Hrvatske. Prema broju dobavljača, 59 % dobavljača je iz Hrvatske, a ostatak iz drugih zemalja.

Tijekom gotovo 20 godina Kaufland je uspostavio suradnju s mnogim domaćim proizvođačima. Ta suradnja rezultirala je 2018. godine kampanjom Naše mi najbolje paše, a zatim i proširenjem suradnje putem robnih marki K-Classic i K-Favourites. Od Slavonije i središnje Hrvatske preko sjeverozapadne Hrvatske i Istre do Dalmacije, Kaufland surađuje s više od 80 proizvođača, a oznaka Naše mi najbolje paše jamči hrvatsku sirovinu, hrvatsko podrijetlo, hrvatske proizvođače te tradicionalne recepture i izvorne okuse.

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

Stabilnom suradnjom domaćih proizvođača s Kauflandom osiguravaju se i radna mjesta kod dobavljača. Kaufland s urednim podmiranjem svojih obaveza omogućuje dobavljačima sigurnost u planiranju poslovanja, a time i sigurnost za očuvanje radnih mjesta.

### Udio proizvoda\* od nacionalnih dobavljača



\* Proizvodi koji se mogu naručiti na zadnji dan poslovne godine. Izuzeti su artikli koji su samo privremeno dostupni, sezonski artikli i neprehrambeni artikli

# Dobrobit žvotinja



# Dobrobit životinja

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

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

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

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

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

**Kako bi se ostvarili ti ciljevi, bitne su sljedeće točke:**

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

## 100 % uzgojeno u Hrvatskoj

Kaufland surađuje s tri hrvatske farme koje posjeduju certifikate SGS Adriatica, a na kojima se uzgajaju svinje prema zahtjevima Kauflanda. Odojci moraju biti rođeni i uzgojeni u Hrvatskoj, a hrane se isključivo hranom proizvedenom u Hrvatskoj koja nije genetski modificirana. Uz zakonski propisane uvjete osiguravaju se i dodatni uvjeti poput posebnih igračaka kojima se životinjama smanjuje stres.

Standardna ponuda artikala svinjskog mesa u stalnoj ponudi na uslužnom pultu je hrvatskog podrijetla i posebno je označena crnim etiketama.

## Nema proizvoda od krzna

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

## Nema čupanja perja, nema pretjeranog hranjenja (tzv. šopanja)

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

## Jaja iz alternativnog uzgoja

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

Kauflandov cilj je najkasnije do 2025. iz asortimana vlastitih marki svježih jaja ukloniti svježa jaja iz kaveznog uzgoja ili uzgoja u malim grupama te prerađene proizvode vlastite marke s takvim jajima.

## U Kauflandu se provode redovite kontrole kvalitete proizvoda prema kategorijama:

- a) Proizvodi svježeg mesa, ribe, jaja i mliječnih proizvoda
- b) Proizvodi svježeg mesa regionalna vlastita marka
- c) Proizvodi regionalne vlastite marke koji nisu svježe meso
- d) Proizvodi voća i povrća

## Broj provedenih analiza prehrambenih proizvoda vlastite marke\*

2021.	554
2020.	368
2019.	159

\* Iz analize izuzeti su proizvodi voća i povrća koji su posebno navedeni na stranici 87



## Suradnja s nacionalnim proizvođačima

Kaufland surađuje s tri hrvatske farme koje posjeduju certifikate SGS Adriatica, a na kojima se uzgajaju svinje prema zahtjevima Kauflanda.

Odojci moraju biti rođeni i uzgojeni u Hrvatskoj, a hrane se isključivo hranom proizvedenom u Hrvatskoj koja nije genetski modificirana.



# Doprinos bogatijem morskom svijetu

*Mora cijelog svijeta opterećena su zagađenjem i izlovom ribe.*

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

Kauflandova smjernica za nabavu ribe osnova je za održiv odabir asortimana i poticanje održive potrošnje kupaca. Politika za nabavu ribe primjenjuje se na cjelokupan riblji asortiman, i to

neovisno o tome radi li se o proizvodima vlastite marke ili o brendiranim proizvodima.

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

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

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



## Riba iz održivog uzgoja s MSC-certifikatom

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

Više o Kauflandovoj smjernici za nabavu ribe kao i izlistane / reglemetirane vrste riba odnosno asortimanu možete pročitati na:



Kauflandova smjernica za nabavu ribe

Količina artikala s MSC-certifikatom			
Kategorija	2021.	2020.	2019.
Artikli s MSC-certifikatom	37	13	10

Količina ribljih artikala			
Kategorija	2021.	2020.	2019.
Riblji artikli	251	283	219
Riblji artikli iz održivog uzgoja	86	40	35



# Smanjenje otpada od hrane

# Strategija za smanjenje otpada od hrane

*Kaufland aktivno radi na sprječavanju bacanja prehrambenih namirnica.*

**Još i prije narudžbe provjerava se koju količinu pojedinog proizvoda poslovnice trebaju.**

Naime, cilj je ispunjavanje potreba kupaca s obzirom na kvalitetu i svježinu te količinu. Osim automatskog sustava praćenja zaliha i naručivanja prate se i zalihe artikala u prodaji te se proizvodi u slučaju skorog isteka roka trajanja pravovremeno snižavaju kako bi se na vrijeme rasprodali.

Doniranje prehrambenih proizvoda pred istekom roka trajanja još je jedan od načina za smanjenje otpada od hrane.

Grupacija Swartz će, do kraja 2030. godine, smanjiti\* nastanak otpada od hrane na razini grupe za 50%\*\*. Također će smanjiti nastanak otpada od hrane u određenim sirovinama i lancu opskrbe.



\* Za proizvodnju vlastitih robnih marki otpad od sirovina smanjit će se za 50% (hrana) do 2025. godine (u usporedbi s baznom 2017. godinom, u odnosu na količine stavljene na tržište)

\*\* U odnosu na baznu 2018. godinu za tvrtku



## Donacije namirnica registriranim posrednicima u doniranju hrane

**Jedan od većih problema 21. stoljeća je prevelika proizvodnja i bacanje hrane. Kako bi spriječili gomilanje jestive hrane na otpadu i pomogli onima kojima je to zaista potrebno, zaposlenici poslovnica Kauflanda diljem Hrvatske već su od 2016. godine 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.**

Sredinom 2019. godine s mrežom Caritasa u 18 poslovnica pokrenut je i projekt doniranja svježih namirnica, dakle voća, povrća i pekarskih proizvoda. 2020. godine u suradnju se uključuju i Gradska društva Hrvatskog Crvenog križa te iz čak 36 trgovina Kauflanda posrednici u doniranju hrane preuzimaju voće i povrće te pekarske proizvode dva puta tjedno direktno iz trgovina. Na tragu te dobre prakse, u lipnju 2021. donesena je odluka da se ni prehrambeni proizvodi pred istekom roka trajanja iz trgovina više ne šalju logističko-distributivnom centru u Jastrebarskom, već Kaufland i te namirnice od tada donira lokalno. Isto je tako dogovoreno da posrednici donacije iz Kauflanda u dogovoru s pojedinom trgovinom mogu preuzimati i češće od ova dva već prije dogovorena dana. Na dan 28.2.2022. čak 40 trgovina Kauflanda je imalo ugovorenog posrednika u doniranju hrane. Na ovaj je način stvorena mogućnost češćih donacija - registrirani posrednici sada u dogovoru

s trgovinama donacije voća, povrća, pekarskih proizvoda i proizvoda pred istekom roka trajanja mogu preuzimati u svojoj lokalnoj trgovini Kauflanda, i to svaki dan. Proces je potpuno lokaliziran, a Kaufland je tako postao još bolja podrška i bolji partner lokalnim zajednicama u kojima posluje.

U 2020. godini Kaufland je donirao 83.405 kg voća i povrća te 78.401 pekarski proizvod Hrvatskom Crvenom križu i u suradnji s Hrvatskim Caritasom mreži Caritasa u Hrvatskoj te na taj način pomogao onima kojima je najpotrebnije. S obzirom na potpuno prilagođeni i lokalizirani proces donacija prehrambenih proizvoda, brojke su dodatno poboljšane u 2021. kada se uspelo donirati dva puta više pekarskih proizvoda u odnosu na 2020. te čak tri puta više voća i povrća. Ukupno je to 159.149 komada pekarskih proizvoda te 257.441 kg voća i povrća.

### Kvantitativni pokazatelji donacija Caritasu

Godina	Ukupna količina doniranih proizvoda u kalendarskoj godini
2021.	257.441 kg voća i povrća te 159.149 komada pekarskih proizvoda
2020.	83.405 kg voća i povrća i 78.401 komada pekarskih proizvoda
2019.	25.097 kg i 163.340 komada*

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

## Food Waste

U 2021. godini Kaufland je pokrenuo veliku informativnu kampanju „Stavi fokus na okus“ koja je za cilj imala podizanje svijesti o bacanju namirnica i potrebi boljeg planiranja potrošnje istih u kućanstvima. Kampanja je ponovljena i u veljači 2022. pod novim nazivom „Reci neću hrani u smeću“.

Atraktivnom marketinškom kampanjom skrenut je interes kupaca na ovaj veliki problem te je Kaufland s kupcima podijelio savjete na koji način u kućanstvu smanjiti otpad od hrane. Istovremeno je Kaufland informirao o svim mjerama koje već provodi kako bi utjecao na smanjenje otpada od hrane.

### TKO BACA

nije faca.



KOMPO(S)TIRAJ ME!

RECI NEĆU HRANI U SMEĆU

Djela, ne riječi.



### ZRELA

za novi početak.



SMUTI ME U SMOOTHIE.

RECI NEĆU HRANI U SMEĆU

Djela, ne riječi.



### ISKORISTI

do zadnje mrvice.



MRVI, SMRVI, TOSTIRAJ, TESTIRAJ.

RECI NEĆU HRANI U SMEĆU

Djela, ne riječi.



### NE BACAJ.

Iskoristi.



OBEĆAVAM, BIT ĆU DOBRA.

RECI NEĆU HRANI U SMEĆU

Djela, ne riječi.



# RECI NEĆU

## hrani u smeću.

Bacanje hrane je loša navika, ali svatko može poduzeti nešto protiv toga. Važno je ne bacati hranu, nego je pametno iskoristiti. Dobrim planiranjem možeš izbjeći viškove, a ukoliko se ipak pojave, napravi od njih ukusna jela. Budi dio promjene i primjer ostalima!

[kaufland.hr/nebacajhranu](https://kaufland.hr/nebacajhranu)



RECI NEĆU  
HRANI  
U SMEĆU



Djela,  
ne riječi.

# Odgovorna nabava

# Poslovna etika

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



## Compliance menadžment sustav

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

„Mi poštujemo važeće propise i interne smjernice.“

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

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

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

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

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

## Zaštita tržišnog natjecanja

Zaštita tržišnog natjecanja sastavni je dio compliance menadžment sustava u Kauflandu. Zaposlenici koji surađuju s poslovnim partnerima školuju se na temu osnova zaštite tržišnog natjecanja te po potrebi primaju i specijalizirana školovanja. Imaju smjernice za postupanje u poslovnim pregovorima i smjernice za postupanje u slučaju neprimjerenog postupanja poslovnog partnera. Poslovnim partnerima se omogućuje prijava nezakonitog postupanja zaposlenika Kauflanda. Za zaposlenike je pripremljen online modul za unos slučajeva nepropisnog postupanja poslovnih partnera, kao i unos reakcije Kauflanda. Modul se provjerava na kvartalnoj razini od strane compliance službenika. Što se tiče zabrane nepoštenih trgovačkih praksi, tvrtka sudjeluje preko granskih udruga u savjetovanjima oko izmjena propisa te savjetovanjima oko primjene propisa, a u slučaju dvojbi u poslovanju konzultiraju se eksterni stručnjaci.

Politike Kauflanda su usklađene internacionalno na razini Schwarz grupe. Politike su u skladu s međunarodnim standardima i nadilaze zakonske

propise. Svrha politika je zaštita imidža tvrtke i zaštita od novčanih kazni i odštetnih zahtjeva. Permanentni cilj je trajno usklađenje sa Zakonom o zaštiti tržišnog natjecanja te Zakonom o zabrani nepoštenih trgovačkih praksi u lancu opskrbe hranom.

U izvještajnom razdoblju dovršen je upravni postupak pokrenut 2018. protiv Kauflanda zbog nametanja nepoštenih trgovačkih praksi u lancu opskrbe hranom protiv dobavljača Vindija d.d. Kaufland je od strane Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja kažnjen s 1.100.000 kn (145.995,09 €) iz razloga što je (1) naplaćivao rabat za centraliziranu isporuku proizvoda na centralno skladište Kauflanda, što je prema mišljenju Agencije predstavljalo prebacivanje logističkih troškova na dobavljača poslije izvršene isporuke te (2) što je ugovor bio zaključen na neodređeno vrijeme. Kaznu je potvrdio Visoki upravni sud RH. Kaufland je nakon utvrđenja Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja otklonio obje navedene nesukladnosti.

## Komunikacija i obuka o etičkom poslovanju

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

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

BKMS® sustavu za slanje dojava o compliance prekršajima moguće je pristupiti na sljedećoj poveznici: <https://tvrka.kaufland.hr/kaufland/nase-vrijednosti/compliance.html>



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

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

Broj sati obuke prema vrsti			
Vrste obuke:	2021.	2020.	2019.
Osnove compliancea	363	406	381
Antikorupcija	23*	59	82
Sukob interesa	56*	227	251
Zaštita osobnih podataka	1.175	2.645	648
Kartelno pravo	210	36	76
Suzbijanje diskriminacije	1.698	1.355	2.911
<b>Ukupno</b>	<b>3.525</b>	<b>4.737</b>	<b>4.349</b>

\* U poslovnoj godini 2021. uveden novi tečaj koji objedinjuje trening za antikorupciju i sukob interesa (nastavlja se u poslovnoj godini 2022.)

## Odgovorno komuniciranje i označavanje proizvoda

Svi proizvodi koji se prodaju u Kauflandu moraju biti označeni sukladno postojećim zakonskim propisima te Kaufland od dobavljača zahtijeva zakonom propisano označavanje. Moraju se poštivati svi sigurnosno-tehnički propisi i standardi, kao i odredbe važećih zakona koji se odnose na prehrambene proizvode, duhanske proizvode i zaštitu potrošača. Dobavljač je obavezan na svaki pojedini predmet kupoprodaje staviti zakonski propisane oznake.

Dobavljač preuzima jamstvo za svoje isporuke prema zakonskim propisima. To vrijedi i za moguće povrede prava zaštite trećih dostavljanjem robe. U slučaju kršenja ugovornih obveza od strane dobavljača u vezi isporuke robe uslijed

materijalnih i pravnih nedostataka, ako je uslijed toga nastala odgovornost Kauflanda prema trećim osobama, Kaufland ima prema dobavljaču pravo regresa nastale štete.

Sastav deklaracije je definiran zakonskim propisima ovisno o vrsti robe. Kaufland za artikle vlastite robne marke koje stavlja na tržište izrađuje deklaracije u odjelu Osiguranje kvalitete. Proizvode koji nisu vlastita robna marka Kauflanda deklarira i za deklaraciju odgovara sam dobavljač.

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

Označavanje proizvoda prema utjecaju na društvo i okoliš	
	DA ili NE
Navođenje izvora sastavnih dijelova proizvoda ili usluge	Da
Sadržaj, osobito u pogledu tvari koje mogu utjecati na okoliš ili društvo	Da
Sigurna uporaba proizvoda ili usluge	Da
Zbrinjavanje proizvoda i utjecaji na okoliš/društvo	Da

## Odakle dolaze proizvodi naše vlastite robne marke?

Kaufland se zalaže za transparentnost u cijelom lancu opskrbe, posebno kada je riječ o asortimanu proizvoda vlastite robne marke. Svojim kupcima Kaufland želi pružiti najveću moguću sigurnost u vezi s podrijetlom proizvoda vlastite robne marke. Na prehrambenim proizvodima uvijek se nalazi napomena o zemlji podrijetla proizvoda sukladno zakonskim propisima. Na ovaj način kupci mogu lako pratiti odakle pojedini proizvod potječe.

U 2020. i 2021. godini Kauflandu za robu vlastite robne marke nije utvrđeno nijedno kršenje propisa i dobrovoljnih kodeksa u vezi s marketinškim komunikacijama, uključujući oglašavanje, promidžbu i pokroviteljstvo. Što se tiče propisa vezanih uz označavanje robe, Kauflandu su za robu vlastite robne marke u 2020. godini utvrđena samo 3 slučaja nepridržavanja propisa koji su rezultirali prekršajnom kaznom, a u 2021. godini također samo 3 slučaja nepridržavanja propisa.

# Održivost dobavljačkog lanca

Grupacija Schwarz u središtu dubinske analize ljudskih prava ima pristup temeljen na riziku. Takav pristup pojedinim tvrtkama unutar grupacije omogućuje:

- identificiranje relevantnih faza u lancu stvaranja dodane vrijednosti,
- poznavanje centralnih rizika povezanih uz ljudska prava i učinkovitu prevenciju istih te
- po potrebi pristup rješenju.

**Cilj je s jedne strane poboljšati situaciju vezanu uz zaštitu ljudskih prava u cijelom lancu opskrbe širom svijeta, a s druge strane kompanijama u lancu vrijednosti osigurati pravnu sigurnost i poštene konkurentske uvjete.**

Rješenje koje bi se odnosilo na cijelu Europu ili čak cijeli svijet Grupacija Schwarz smatra najboljim putem za postizanje sustavnog utjecaja na okolišne i ljudsko-pravne aspekte u globalnom dobavljačkom lancu. Iz tog razloga se Grupacija zalaže za obavezu regulaciju dobavljačkog lanca na internacionalnoj razini. Sljedeći aspekti su pri tome od posebne važnosti:

- Konkurentski uvjeti moraju biti pravedni u čitavom europskom i međunarodnom kontekstu. Stoga su potrebni propisi i standardi koji su međunarodno obvezujući.
- Obvezujući propisi moraju se primjenjivati jednako u svim lancima vrijednosti. Procesi



vezani uz provođenje dubinske analize (due diligence) moraju, primjerice, biti jednako praktični za lanac opskrbe kavom kao i za lanac opskrbe tekstilom.

- Granice dubinske analize bi trebale uvijek odražavati stvarni ekonomski utjecaj i mogućnost pravnog djelovanja neke tvrtke u cijelom lancu opskrbe i vrijednosti.
- Svaka karika u lancu vrijednosti mora ispunjavati svoje odgovornosti i poštivati ljudska prava. Kršenje propisa ne smije proći bez posljedica jer nijedna tvrtka ne smije ostvarivati profit na štetu ljudi.
- Potrebna su rješenja koja omogućuju da ljudi u zemljama iz kojih potječe roba žive dostojanstveno i u netaknutoj sredini.



## Dobrovoljno obvezivanje na poštene prihode i plaće

Mnogi ljudi u zemljama u razvoju još uvijek ne dobivaju odgovarajuću naknadu odnosno plaću 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 sve članove obitelji i pokrivanje neočekivanih troškova. „Dostojanstvena plaća“ se pritom odnosi na ugovornog zaposlenika u nekoj tvornici ili na plantaži, dok se „dostojanstveni prihodi“ odnose na samostalne male poljoprivrednike ili male poduzetnike čime Kaufland u dogovoru s drugim maloprodajnim tvrtkama želi osigurati dostojanstveni životni standard.

## Kodeks ponašanja

Od 2011. godine naše poslovne partnere obvezujemo da poštuju Kauflandov kodeks ponašanja (Code of Conduct).

Kao međunarodno trgovačko poduzeće fokusiramo se ne samo na pravedne radne uvjete i poštivanje socijalnih standarda unutar Kauflanda, već i u cijelom lancu opskrbe. To znači da ne dozvoljavamo nijednom našem dobavljaču da sudjeluje u prisilnom radu, dječjem radu ili bilo kojem drugom obliku izrabljivanja. Svaki od naših poslovnih partnera obvezan je poštivati „Kodeks ponašanja Grupacije Schwarz za poslovne partnere“.

Potpisivanjem Kodeksa ponašanja svi se dobavljači Kauflanda obvezuju da će pošteno postupati sa svojim zaposlenicima: poštuju se nacionalni zakoni, regulirano je radno vrijeme, uručuju se ugovori o radu, zajamčena je zaštita na radu i zaštita zdravlja, a pazi se i na zaštitu okoliša. Kodeks ponašanja temelji se na međunarodnim standardima i smjernicama poput načela Međunarodne organizacije rada (ILO), Univerzalne deklaracije o ljudskim pravima Ujedinjenih naroda, Konvencije UN-a o pravima djeteta, načela UN Global Compacta i Smjernica OECD-a za multinacionalna poduzeća.



Kodeks ponašanja grupacije Schwarz za poslovne partnere



### Kako se provjerava poštivanje smjernica?

Kako bi se spomenuti standardi mogli dugoročno poštivati, Kauflandovi vlastiti ili pak vanjski revizori provode redovite provjere i kontrole. Pritom se radi procjena za sve dobavljače s obzirom na njihov potencijal rizika, na primjer ako je zemlja klasificirana kao rizična zemlja ili ako je gospodarska grana klasificirana kao rizična.

Redovito se provode najavljene i nenajavljene društvene revizije (Social Audit). Pritom se radi procjena proizvođača.

Ako se prilikom takvih provjera utvrde određene nepravilnosti, zajedno s dobavljačima poduzimaju se mjere poboljšanja i prati njihova provedba. Kroz ove sveobuhvatne kontrole Kaufland preuzima društvenu odgovornost i na taj način izravno doprinosi poboljšanju radnih uvjeta.

### Izjava o načelima

Zajedno sa zaposlenicima, kupcima, poslovnim partnerima i dionicima svakodnevno se radi na promicanju ljudskih prava – pritom se Schwarz grupa posebno zalaže za poštene poslovne prakse i dobre radne i životne uvjete.

Na temelju toga sastavljena je **Izjava o načelima** za sva poduzeća Grupa Schwarz. Ona nadopunjuje postojeća korporativna načela i smjernice i odnosi se na učinke aktivnosti na svim lokacijama i svim poslovnim područjima širom svijeta.

Kaufland kontinuirano procjenjuje potencijalni i stvarni rizik kršenja ljudskih prava u lancima opskrbe. Na temelju međunarodno priznatih studija, indeksa i kretanja - uključujući i Transparency International, Failed State Index,

korupciju, dječji rad - procjenjuje se u kojim su zemljama proizvodnje najvjerojatnija kršenja ljudskih prava.

Pomoću ove analize došlo se do zaključka da su zemlje jugoistočne Azije, Afrike i Latinske Amerike posebno rizične i da su kršenja ljudskih prava tamo najčešća.



Izjava o načelima grupacije Schwarz o poštivanju ljudskih prava

### Fer poslovna praksa

Kaufland sa svojim dobavljačima pregovara na fer način - u okviru europske Inicijative lanca opskrbe (engl. *The Supply Chain Initiative*) koja je zaživjela u Bruxellesu 2013. godine. Kaufland se dobrovoljno obvezao da će provoditi deset načela za fer poslovnu praksu u prehrambenom opskrbnom lancu. Zalažemo se za poštenu poslovnu praksu, transparentnost, dobre radne i životne uvjete, ljudska prava i ekološko ponašanje u našem lancu stvaranja dodane vrijednosti. Time potičemo uspostavu ambicioznih standarda u lancu opskrbe.

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

Središnji element dobrovoljne Inicijative predstavlja interna kontaktna točka za prijavu prigovora, koji poduzeća uređuju u okviru svoje obveze. Tu kontaktnu točku moguće je kontaktirati uvijek kada jedan od poslovnih partnera smatra da se druga strana ne ponaša u skladu s dobrim poslovnim praksama. Kaufland ovu obvezu ispunjava tako što dobavljači, koji također sudjeluju u dobrovoljnoj Inicijativi lanca opskrbe, mogu brzo i jednostavno prijaviti probleme preko već opisanog online sustava dojava BKMS.

### 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.

U slučaju da dobavljač koji proizvodi vlastitu marku nema definirani certifikat, dobavljaču se prije zaključenja ugovora šalje u reviziju ovlaštena certifikacijska kuća s kojom se utvrđuje zadovoljava li dobavljač/proizvođač zahtjeve koji su potrebni da bi mogao proizvoditi proizvode vlastite marke. Ako dobavljač/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 se uz to provodi još i revizija po nalogu Kauflanda od strane ovlaštenog revizora.



### Dobavljači

U 2021. godini je ukupno 1.078 dobavljača Kauflandu isporučivalo trgovačku robu; standardni asortiman, sezonski asortiman i proizvode koji su jednokratno bili u asortimanu.

Sjedište u Republici Hrvatskoj imala su 634 dobavljača Kauflanda, a ostali dobavljači su iz 26 različitih zemalja.

Trgovina je izuzetno dinamična branša i poslovna suradnja je uvjetovana kretanjima na tržištu i prije svega potražnjom za robom.

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

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

Specifikacija dobavljača po državama	
Zemlja dobavljača	Broj dobavljača
Hrvatska	634
Njemačka	184
Poljska	51
Italija, Češka	32
Austrija	20
Mađarska	19
Slovenija	18
Nizozemska	15
Belgija, Grčka	9
Francuska, Rumunjska, Slovačka	8
Španjolska	7
Danska, Irska, Švicarska	4
Makedonija	3
BIH, Bugarska	2
Finska, Liechtenstein, Letonija, UK, UAE	1
<b>Ukupno</b>	<b>1.078</b>



# REset Plastic



# REset Plastic – holistička strategija za smanjenje plastike Grupacije Schwarz

**Plastika je sastavni dio naše svakodnevice. Jer se radi o čvrstom, laganom i fleksibilnom materijalu. Za našu osnovnu djelatnost, trgovinu prehrambenim namirnicama i neprehrambenim proizvodima, plastika je neophodan materijal za transport i pakiranje. Međutim, zbog svoje dugovječnosti, plastika može postati i problem ukoliko završi u okolišu. Oni koji plastiku stavljaju u optjecaj snose odgovornost i za njenu daljnju upotrebu.**

Upravo zato se već godinama angažiramo na prikupljanju, sortiranju i ponovnoj uporabi plastike – taj angažman je od 2018. godine i centraliziran sveobuhvatnom, internacionalnom strategijom pod nazivom REset Plastic koja se primjenjuje na sve tvrtke i zemlje Grupacije Schwarz. Ovom strategijom ne želimo samo smanjiti korištenje plastike i poticati kružni proces recikliranja, nego stvoriti novu svijest i promijeniti iz temelja način ophođenja s plastikom.



Kao dio Grupacije Schwarz Kaufland se u okviru sveobuhvatne strategije za smanjenje plastike REset Plastic obvezao smanjiti potrošnju plastike do 2025. godine za 20 %, 100 % pakiranja proizvoda vlastite robne marke učiniti maksimalno reciklabilnim i koristiti prosječno 25 % recikliranog materijala za pakiranja proizvoda vlastite robne marke. Zbog toga je Grupacija 2018. godine potpisala sporazum New Plastics Economy Global Commitment zaklade Ellen MacArthur Foundation.

Naša vizija: Manje plastike – zatvoreni kružni proces recikliranja



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



Do 2025. godine naš je cilj koristiti 20 % manje plastike.



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

## Proizvodi iz kružnog procesa recikliranja

### Kućanski proizvodi iz vlastitog procesa recikliranja

U suradnji s tvrtkom PreZero koja u okviru Grupacije Schwarz brine za okoliš, Kaufland svojim kupcima već neko vrijeme u akcijskim ponudama nudi kućanske proizvode vlastite robne marke koji su 100 %\* proizvedeni od reciklirane plastike.

Za proizvodnju PreZero iz privatnih kućanstava prikuplja otpad od plastike, sortira ih, čisti i prerađuje u regranulat. Tako dobiveni materijal koristi se za izradu novih kućanskih proizvoda. Cjelokupan proces recikliranja i izrade odvija se u Europi čime se štede resursi i štiti okoliš. Veliki dio kružnog procesa pokrivaju tvrtke Grupacije Schwarz.

\* Udio plastike (ca. 95 %) proizvoda je 100 % od reciklirane plastike, preostalih cca. 5 % odnosi se na aditive i boju.



## Mikroplastika

Sitne plastične čestice opterećuju nas i naš okoliš gotovo nezapaženo: takozvana mikroplastika prije svega se koristi u kozmetičkim proizvodima, sredstvima za pranje i čišćenje. Osim toga mikroplastika nastaje raspadanjem većeg plastičnog otpada, na primjer uslijed vremenskih utjecaja, gibanja valova i izloženosti suncu. Iz okoliša plastične čestice promjera manjeg od 5 mm kroz prehrambeni lanac mogu dospjeti u ljudsko tijelo. Zato u okviru svoje RReset Plastic strategije gdje god je to moguće i održivo izbjegavamo korištenje mikroplastike: od kraja 2021. godine u recepturama proizvoda

vlastitih robnih marki u području kozmetike i deterdženata te sredstava za čišćenje ne koristimo mikroplastiku, pod uvjetom da odsutnost ne utječe na performanse i/ili sigurnost proizvoda. Provesti ovaj plan u stvarnost pomaže nam kompetentnom znanstvenom podrškom Fraunhofer Institut UMSICHT.

Osim toga Kaufland Hrvatska k.d. je od 2020. godine uveo oznaku „receptura bez mikroplastike“ kojima se označavaju proizvodi za čiju proizvodnju se ne koristi mikroplastika.



## GRI INDEKS

GRI Standard	Objava	Broj stranice	Izostavljanje	Vanjska verifikacija
<b>Opće informacije</b>				
GRI 102: Opće informacije 2016	<b>Organizacijski profil</b>			
	102-1 Naziv organizacije	8		
	102-2 Aktivnosti, tržišne marke, proizvodi i usluge	8, 11, 12, 13		
	102-3 Lokacija sjedišta organizacije	8		
	102-4 Lokacija poslovnih aktivnosti	8, 9		
	102-5 Vlasništvo i pravni oblik	8		
	102-6 Tržišta na kojima organizacija djeluje	8, 9		
	102-7 Veličina organizacije	8, 9, 14, 36		
	102-8 Informacije o zaposlenicima i drugim radnicima	38, 39		
	102-9 Dobavljački lanac	108, 111		
	102-10 Značajne promjene u organizaciji i njenom dobavljačkom lancu	20, 21		
	102-11 Pristup predostrožnosti	28, 29		
	102-12 Vanjske inicijative	16, 17, 82, 83		
	102-13 Članstvo u udruženjima	16, 17		
	<b>Strategija</b>			
	102-14 Izjava najviše rangirane osobe za donošenje odluka	3		
	102-15 Opis ključnih utjecaja, rizika i prilika	18, 19, 28, 29		
	<b>Etika i integritet</b>			
	102-16 Vrijednosti, načela, standardi i norme ponašanja	34, 35		
	102-17 Mehanizmi traženja savjeta i izražavanja zabrinutosti vezanih uz etičnost	104		
	<b>Upravljanje</b>			
	102-18 Upravljačka struktura	31		
	<b>Uključivanje dionika</b>			
	102-40 Popis uključenih skupina dionika	22, 24		
	102-41 Kolektivni ugovori	/		
	102-42 Prepoznavanje i odabir uključenih dionika	22, 24		
	102-43 Pristup uključivanju dionika	24		
	102-44 Ključne teme i otvorena pitanja	23, 26, 27, 30		

## GRI INDEKS

GRI Standard	Objava	Broj stranice	Izostavljanje	Vanjska verifikacija
<b>Opće informacije</b>				
GRI 102: Opće informacije 2016	<b>Način izvještavanja</b>			
	102-45 Subjekti uključeni u konsolidirane financijske izvještaje	6		
	102-46 Definiranje sadržaja izvještaja i granica tema	26,27		
	102-47 Popis materijalnih tema	23, 24, 26, 27		
	102-48 Izmjene u informacijama	/		
	102-49 Promjene u izvještavanju	/		
	102-50 Izvještajno razdoblje za pružene informacije	6		
	102-51 Datum posljednjeg izvještaja	6		
	102-52 Izvještajno razdoblje	6		
	102-53 Kontakt za pitanja vezana uz izvještaj	6		
	102-54 Izjava za izvještavanje sukladno GRI Standardima	6		
	102-55 Kazalo sadržaja GRI-a (GRI Indeks)	118, 119, 120, 121, 122, 123, 124		
	102-56 Vanjska verifikacija	128, 129		
<b>MATERIJALNE TEME</b>				
<b>KORPORATIVNO UPRAVLJANJE</b>				
<b>Ekonomska uspješnost</b>				
GRI 103: Pristup upravljanju 2016	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	22, 24, 26, 27		
	103-2 Pristup upravljanju i njegove sastavnice	18, 19		
	103-3 Ocjena pristupa upravljanju	18		
GRI 201: Ekonomski učinak 2016	201-1 Izravna stvorena i distribuirana ekonomska vrijednost	14		
<b>Neizravni ekonomski utjecaj</b>				
GRI 103: Pristup upravljanju 2016	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	22, 24, 26, 27		
	103-2 Pristup upravljanju i njegove sastavnice	18, 19		
	103-3 Ocjena pristupa upravljanju	82, 83		
GRI 203: Neizravni ekonomski utjecaj 2016	203-2 Značajni neizravni ekonomski utjecaji	80, 81, 85, 88		

**I GRI indeks**
**GRI INDEKS**

GRI Standard	Objava	Broj stranice	Izostavljanje	Vanjska verifikacija
<b>Praksa nabave</b>				
GRI 103: Pristup upravljanju 2016	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	24, 26, 28, 29		
	103-2 Pristup upravljanju i njegove sastavnice	108, 109		
	103-3 Ocjena pristupa upravljanju	110		
GRI 204: Praksa nabave	204-1 Udio izdataka na lokalne dobavljače u značajnim mjestima poslovanja	84		
<b>Anti-korupcijske politike</b>				
GRI 103: Pristup upravljanju 2016	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	26		
	103-2 Pristup upravljanju i njegove sastavnice	104		
	103-3 Ocjena pristupa upravljanju	106		
GRI 205: Anti-korupcijske politike	205-2 Komunikacija i obuka o antikorupcijskim politikama i postupcima	105, 106		
<b>Ponašanje protivno načelu slobodnog tržišnog natjecanja</b>				
GRI 103: Pristup upravljanju 2016	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	18, 29		
	103-2 Pristup upravljanju i njegove sastavnice	105		
	103-3 Ocjena pristupa upravljanju	105		
GRI 206: Ponašanje protivno načelu slobodnog tržišnog natjecanja	206-1 Pravni postupci pokrenuti zbog ponašanja u suprotnosti s načelom slobode tržišnog natjecanja, antitrustovske i monopolističke prakse te njihovi ishodi	105		
<b>ZAŠTITA OKOLIŠA</b>				
<b>Energija</b>				
GRI 103: Pristup upravljanju 2016	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	24, 25, 26, 27		
	103-2 Pristup upravljanju i njegove sastavnice	19, 28, 29, 52, 54		
	103-3 Ocjena pristupa upravljanju	52, 54		
GRI 302: Energija 2016	302-1 Potrošnja energije unutar organizacije	55		✓
	302-4 Smanjenje potrošnje energije	52, 55		

**GRI INDEKS**

GRI Standard	Objava	Broj stranice	Izostavljanje	Vanjska verifikacija
<b>Voda i otpadne vode</b>				
GRI 103: Pristup upravljanju 2018	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	19		
	103-2 Pristup upravljanju i njegove sastavnice	62		
	103-3 Ocjena pristupa upravljanju	62		
GRI 303: Voda i otpadne vode 2018	303-4 Ukupno ispuštanje vode	62, 63		
	303-5 Potrošnja vode	63		
<b>Bioraznolikost</b>				
GRI 103: Pristup upravljanju 2016	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	22, 24, 25, 26, 27		
	103-2 Pristup upravljanju i njegove sastavnice	87		
	103-3 Ocjena pristupa upravljanju	87		
GRI 304: Bioraznolikost 2016	304-2: Značajni utjecaji aktivnosti, proizvoda i usluga na biološku raznolikost	87		
	304-3 Zaštićena ili obnovljena staništa	87		
<b>Emisije</b>				
GRI 103: Pristup upravljanju 2016	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	24, 25, 26, 27		
	103-2 Pristup upravljanju i njegove sastavnice	19, 28, 29, 52, 54		
	103-3 Ocjena pristupa upravljanju	52, 54		
GRI 305: Emisije 2016	305-1 Izravne emisije stakleničkih plinova (GHG) (Područje 1)	59, 60, 61		✓
	305-2 Neizravne energetske emisije stakleničkih plinova (GHG) (Područje 2)	59, 60, 61		
	305-3 Ostale neizravne energetske emisije stakleničkih plinova (GHG) (Područje 3)	59, 60, 61		
	305-5 Smanjenje emisija stakleničkih plinova (GHG)	58		
<b>Otpadne vode i otpad</b>				
GRI 103: Pristup upravljanju 2016	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	28, 29		
	103-2 Pristup upravljanju i njegove sastavnice	29, 64		
	103-3 Ocjena pristupa upravljanju	66		
GRI 306: Otpadne vode i otpad 2016	306-2 Ukupna težina otpada prema vrsti i metodi zbrinjavanja	64, 65, 66, 67		

## GRI INDEKS

GRI Standard	Objava	Broj stranice	Izostavljanje	Vanjska verifikacija
<b>ODGOVORNI POSLODAVAC</b>				
<b>Zapošljavanje</b>				
GRI 103: Pristup upravljanju 2016	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	24, 25, 26		
	103-2 Pristup upravljanju i njegove sastavnice	19, 28, 29, 34, 35		
	103-3 Ocjena pristupa upravljanju	34		
GRI 401: Zapošljavanje 2016	401-1 Stope novog zapošljavanja i fluktuacije zaposlenika	39		
	401-2 Povlastice osigurane zaposlenicima koji rade na puno radno vrijeme, a koje nisu osigurane zaposlenicima zaposlenima privremeno ili na nepuno radno vrijeme	39		
	401-3 Rodiljni dopust	40, 41		
<b>Zdravlje i sigurnost na radnom mjestu</b>				
GRI 103: Pristup upravljanju 2016	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	28, 29		
	103-2 Pristup upravljanju i njegove sastavnice	19, 28, 29, 42, 43		
	103-3 Ocjena pristupa upravljanju	19, 42, 43		
GRI 403: Zdravlje i sigurnost na radnom mjestu 2018	403-1 Sustav upravljanja zaštitom zdravlja i sigurnosti na radu	42, 43, 45		
	403-2 Identifikacija opasnosti, procjena rizika i istraživanje događaja	42, 45		
	403-3 Profesionalne zdravstvene usluge	44		
	403-4 Sudjelovanje radnika, savjetovanje i komunikacija o zaštiti na radu	44		
	403-5 Osposobljavanje radnika o zaštiti na radu	45		
	403-6 Promicanje zdravlja radnika	42, 44		
	403-7 Sprječavanje i ublažavanje utjecaja na zdravlje i sigurnost na posao izravno povezanih poslovnim odnosima	43, 45		
	403-8 Radnici obuhvaćeni sustavom zaštite na radu	43		
	403-9 Ozljeđe na radu	45		

## GRI INDEKS

GRI Standard	Objava	Broj stranice	Izostavljanje	Vanjska verifikacija
<b>ODGOVORNI POSLODAVAC</b>				
<b>Obuka i obrazovanje</b>				
GRI 103: Pristup upravljanju 2016	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	25, 26, 27		
	103-2 Pristup upravljanju i njegove sastavnice	19, 28, 29, 46, 48		
	103-3 Ocjena pristupa upravljanju	46, 48		
GRI 404: Obuka i obrazovanje 2016	404-1 Prosječan godišnji broj sati obuke po zaposleniku	47		✓
	404-2 Programi za stjecanje vještina i programi koji podupiru stalnu mogućnost zapošljavanja zaposlenika	46, 48, 49		
	404-3 Postotak zaposlenika koji dobivaju redovitu ocjenu	48		
<b>Različitosti i jednake mogućnosti</b>				
GRI 103: Pristup upravljanju 2016	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	25, 26, 27		
	103-2 Pristup upravljanju i njegove sastavnice	19, 28, 29, 36, 37		
	103-3 Ocjena pristupa upravljanju	36, 37		
GRI 405: Različitosti i jednake mogućnosti	405-1 Raznolikost tijela upravljanja i zaposlenika	36, 37		
<b>DRUŠTVO</b>				
<b>Lokalne zajednice</b>				
GRI 103: Pristup upravljanju 2016	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	25, 26, 27		
	103-2 Pristup upravljanju i njegove sastavnice	19, 28, 29, 70		
	103-3 Ocjena pristupa upravljanju	72		
GRI 413: Lokalne zajednice 2016	413-1 Djelatnosti u kojima su provedeni uključivanje lokalne zajednice, procjene utjecaja i razvojni programi	70, 71, 73, 74, 76, 77, 98, 99, 100		

## GRI INDEKS

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

## ODGOVORNI TRGOVAC

## Društvena procjena dobavljača

GRI 103: Pristup upravljanju 2016	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	28, 29		
	103-2 Pristup upravljanju i njegove sastavnice	19, 28, 29, 108, 109		
	103-3 Ocjena pristupa upravljanju	110		
GRI 414: Društvena procjena dobavljača 2016	414-1 Novi dobavljači koji su provjereni kroz društvene kriterije	111		

## Zdravlje i sigurnost kupaca

GRI 103: Pristup upravljanju 2016	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	28, 29		
	103-2 Pristup upravljanju i njegove sastavnice	19, 28, 29, 82, 83		
	103-3 Ocjena pristupa upravljanju	87, 88		
GRI 416: Zdravlje i sigurnost kupaca 2016	416-1 Procjena utjecaja na zdravlje i sigurnost značajnih kategorija proizvoda i usluga	87, 93		
	416-2 Slučajevi nepridržavanja propisa i dobrovoljnih kodeksa u vezi s utjecajima proizvoda i usluga na zdravlje i sigurnost	107		

## Označavanje proizvoda i usluga

GRI 103: Pristup upravljanju 2016	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	28, 29		
	103-2 Pristup upravljanju i njegove sastavnice	19, 28, 29, 107		
	103-3 Ocjena pristupa upravljanju	106		
GRI 417: Marketing i označavanje proizvoda i usluga 2016	417-1 Vrsta podataka o proizvodu i usluzi i njihovo označavanje	107		
	417-2 Slučajevi nepridržavanja propisa i dobrovoljnih kodeksa u vezi s podacima o proizvodu i usluzi te označavanjem	107		
	417-3 Slučajevi nepridržavanja propisa u vezi s marketinškim komunikacijama	107		

## SEKTORSKI DODATAK: Proizvodnja hrane

Sektorski dodatak za proizvodnju hrane	FP2 Proizvodi nabavljeni prema standardima održivosti	80, 81, 82, 83, 84, 85, 88, 94, 95		
	FP5 Proizvodi s certifikatima koji jamče sigurnost hrane	81, 82, 83, 84, 85, 88, 94, 95		
	FP11 Uzgoj životinja	92, 93		



# Vanjska verifikacija



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

Upravi društva Kaufland Hrvatska k.d.:

Ovo izvješće je namijenjeno isključivo upravi društva Kaufland Hrvatska k.d. (dalje „Društvo“) u svrhu izvještavanja o 3 pokazatelja (302-1, 305-1 i 404-1) sadržana u Izvješću o održivosti („Izvješće o održivosti“) koje je Društvo pripremio za godinu koja završava 28. veljače 2022. godine u skladu s GRI standardima za izvještavanje o održivosti („GRI Standardi“).

## Predmet ispitivanja i primjenjivi kriteriji

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

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

## Posebna namjena

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

## Odgovornosti odgovorne strane

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

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

## Odgovornosti praktičara

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

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

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

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

U vezi predmeta ispitivanja proveli smo sljedeće procedure:

- Razumijevanje postojećih internih kontrola Društva, procesa i sistema za potrebe pripreme Izvješća o održivosti
- Uskladu uzorka ulaznih podataka za 3 pokazatelja (302-1, 305-1, 404-1) dostavljena od strane Društva s popratnom dokumentacijom dostavljenom od strane Društva

- Pregledali smo Izvješće o održivosti i potvrdili prezentaciju 3 pokazatelja (302-1, 305-1, 404-1) u skladu s GRI Standardima.

## Zaključak praktičara

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

Dana 25. listopada 2022. godine



Filip Hitrec, Partner

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

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

Izdavač: Kaufland Hrvatska k.d.

Savjetnici u pripremi izvještaja prema GRI Standardima:  
dr. sc. Nikolina Markota Vukić, Lucija Jaklin, mag.oec.,  
Stella Hrvatinić, MAs in Sustainability Leadership,  
Institut za društveno odgovorno poslovanje (IDOP)

Lektura: Institut za društveno odgovorno poslovanje (IDOP)

Fotografije: Kauflandova arhiva

Dizajn i grafički prijelom: Paragrafix d.o.o.  
(adaptacija grafičke podloge Kaufland International)

Tisak: Grafo biro Dominić d.o.o.

Naklada: 130 primjeraka

Ovaj izvještaj tiskan je na 100 % recikliranom papiru.



Kaufland Hrvatska k.d.  
Donje Svetice 14  
10000 Zagreb

[kaufland.hr/izvjestaj](http://kaufland.hr/izvjestaj)

**Djela,  
ne riječi.**



**Kaufland**