

Kaufland jako dobrý soused

Peter Chalupianský
CSR specialista



KAUFLAND JAKO DOBRÝ SOUSED

Píše se rok 2018...



KAUFLAND JAKO DOBRÝ SOUSED

Partnerství s neziskovým sektorem



KAUFLAND JAKO DOBRÝ SOUSED

Měníme svět nevidomých

*„Historie Světlušky se bude psát
před Kauflandem a po Kauflandu!“*

Gabriela Drastichová, ředitelka Nadačního fondu Českého rozhlasu







KAUFLAND JAKO DOBRÝ SOUSED

Za každé použití MultiSport karty darujeme 10 Kč!



SPOLEČNĚ JSME POMOHLI
SENIORŮM ČÁSTKOU

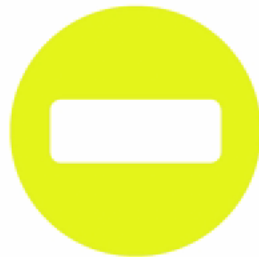
1 081 359 Kč





KOMUNITNÍ ZAHRADA VÁCLAVÁK

17.6.2020



K O K O Z A







UDRŽITELNOST

CSR

**NEZISKOVÝ
SEKTOR**

Udržitelnost zajímá širokou veřejnost

Téma udržitelnosti hraje pro polovinu Čechů při nákupech roli

Včely z Penny či zahrady Kauflandu. Obchodní řetězce jdou ekologii naproti

Pro 49 % Čech ekologický vý zakládám.



Pandemie změnili



Ekologie a udržitelnost jsou velkými tématy moderní doby. Svě o tom vědí i obchodní řetězce, které se v obou oblastech čím dál tím více angažují. V rámci nových projektů se obchody zabývají využitím odpadu i podporou přírody, a to nejen kvůli své atraktivitě pro zákazníky.



V srpnu 2020 se Targets a zavázal cílů skupiny Schv opatření na zákl zaměřeny na ply a dodavatelském

WORKSPACE15
19. září 2022 • 13:00

Chceme jít všem příkladem, říká Peter Chalupianský, který se v Kauflandu podílí na strategii udržitelnosti a společenského odpovědnosti. V rozhovoru prozradil, jak se daří do CSR (Corporate Social Responsibility) aktivit zapojovat kolegy, která témata jsou pro Kaufland v tomto směru klíčová a jak je na tom řetězec se snižováním produkce plastů, emisí nebo energetické náročnosti provozoven.

Generace Z má neudržitelnější životní styl, jí inspirov

V UDRŽITELNOSTI HRAJÍ SUPERMARKETY PRIM. ZÁKAZNÍKY CHCEME V TOMTO SMĚRU VZDĚLÁVAT, ŘÍKÁ CSR MANAŽER KAUF LANDU

TEREZA TANCEROVÁ, 26. 1. 2023



ěčem, co má smysl, říká du Peter Chalupianský



Kaufland vyvinul vlastní přepravní skládací palety. Jsou ekologické a efektivní

BY REDAKCE • 2.3.2023

Trvalá udržitelnost a důraz na inovace jsou dlouhodobě nedílnou součástí podnikání obchodního řetězce Kaufland. Ten nyní vyvinul vlastní typ kovových skládacích palet, a představil tak nový trend v oblasti logistiky. Nové palety jsou totiž se svou více než desetiletou životností nejen udržitelnější než běžné dřevěné euro palety, ale také o 50% snižují použití plastových fólií a redukuje množství emisí CO2 produkované během přepravy. Palety navíc díky dokonalejší ergonomii usnadňují práci a chrání zdraví zaměstnanců.



nek Čtvrtek, 31. března 2022, 13:24

edu 23. března otevřel Kaufland svou druhou pro ovicích, která se pyšní zelenou střechou a mnoha ty. Obchodní řetězec navíc daruje 1 000 000 Kč n nitních projektů v Českých Budějovicích.

Nezmačkat a vrátit: jak plechovek a petek v praz Kaufland

Od Martina Patočková | 17. března 2023 | Kateg



Řetězec Kaufland zavedl „nekonečný sáček“ na pečivo

středa, 16. listopadu 2022, 07:15 Aktuality, Retail MediaGuru

Řetězec Kaufland představila „nekonečný sáček“ na pečivo, který má přimět zákazníky, aby ho vyměnili za jednorázový plastový sáček.



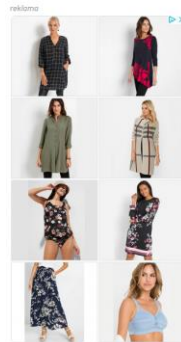
Lidl, Kaufland i IKEA vyřadí z prodeje jednorázové plastové výrobky



Audi A4 Avant 50 TDI
847 490 Kč
Další informace

ly zálohovat "petky". dé dostanou slevu

aných prodejen ihve a kupon na y motivovat k které funguje Česko zatím



Najmodnější vzory sezóny

bchodní skupiny ku, které k výběru roiekt má za cíl

Jak vlastně komunikovat CSR?

Víte, že...



Zavázali jsme se, že do roku 2030 snížíme množství provozních emisí o 80 %.



Od ledna 2022 začneme využívat výhradně elektřinu z obnovitelných zdrojů.

Na nových a zmodernizovaných prodejnách využíváme úsporné LED osvětlení.



Naše nové a zmodernizované prodejny vytápíme pouze odpadním teplem z chladicích boxů.

V naší nabídce najdete již nyní klimaticky neutrální produkty.





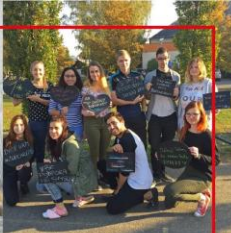
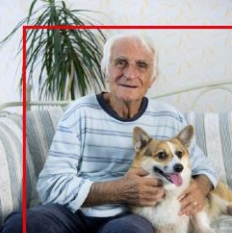
EKOLOGIE

má u nás zelenou.









STRAVENKY POMÁHAJÍ













Jsme nejudržitelnější obchodní řetězec v České republice.



Nejudržitelnější obchodní řetězec v České republice



Nejudržitelnější obchodní řetězec v České republice



Quantil TOP Retail pro náš Report udržitelnosti



Quantil v kategori Odpovědný reporting Cien SDGs

5 000 000 Kč

pro jižní Moravu





Vaše zdraví je naše první volba











AKTIVNĚ

proti mikroplastům.

Držetie vlastních značek Kaufland neobsahuje částice mikroplastů již od roku 2013 a od ledna 2020 u nás nenajdete brčka ani jednorázové plastové nádoby. www.kaufland.cz/bezplastu









VYUŽÍVÁME ZELENOU ELEKTŘINU

KAUFLAND
PRO **LEPŠÍ**
BUDOUCNOST



Kaufland

POUŽÍVÁME VRATNÉ PŘEPRAVKY NA OVOCE A ZELENINU



Kaufland

KAUFLAND
PRO **LEPŠÍ**
BUDOUCNOST



UDRŽITELNÝ PAPÍR

Náš leták tiskneme na papír z recyklovaného vlákna s certifikací FSC, která je garancí šetrného přístupu k životnímu prostředí.

Kaufland

STEJNÁ ŠANCE PRO VŠECHNY

KAUFLAND
PRO **LEPŠÍ**
BUDOUCNOST



Samozřejmostí jsou pro nás **rovné mzdy v závislosti na činnosti a odpovědnosti** – bez ohledu na pohlaví. Polovinu pozic našeho středního a vyššího managementu napříč celou firmou **zastávají ženy**.

Kaufland



KAUFLAND
PRO **LEPŠÍ**
BUDOUCNOST

ŠETŘÍME VODOU

Na všech našich prodejnách jsme nainstalovali spořiče vody, díky kterým dochází k úspoře pitné vody.

Kaufland

POTRAVINY DO KOŠE NEPATŘÍ.

Hnědé banány rozhodně nevyhazujte. Jsou výrazně sladší, stále chutné a výborně se hodí například do smoothie, domácí zmrzliny nebo palačinek. Další inspiraci, jak neplýtvat, naleznete na webu www.kaufland.cz/nekrmkos.

KAUFLAND
PRO **LEPŠÍ**
BUDOUCNOST



V KAUF LANDU VÍME, ŽE ROZHODUJÍ ČINY.

**KAUFLAND
PRO LEPŠÍ
BUDOUCNOST**



#TymKaufland

Záleží nám na udržitelném přístupu a společenské odpovědnosti. Omezujeme proto spotřebu plastů, snižujeme emise, nabízíme regionální produkty, neplytváme potravinami a pomáháme lidem v nouzi.

Tereza Šolya, Peter Chalupianský a Adéla Vala

Zjistí více na kaufland.cz/rozhodujiciny

**Rozhodují
činy.**

NABÍZÍME REGIONÁLNÍ PRODUKTY.

**KAUFLAND
PRO LEPŠÍ
BUDOUCNOST**



#TymKaufland ví, že rozhodují činy.

Široký sortiment řemeslných pivovarů i chutné produkty od místních farmářů a výrobců. S naší nabídkou regionálních produktů podporujeme místní ekonomiku a zaměstnanost. Díky zkráceným logistickým cestám zároveň snižujeme množství emisí.

Jaroslav Strejc, Nákup ovoce a zelenina

Zjistí více na kaufland.cz/TymKaufland

**Rozhodují
činy.**

POMÁHÁME DĚLAT DOBRÉ SKUTKY.

**KAUFLAND
PRO LEPŠÍ
BUDOUCNOST**



#TymKaufland ví, že rozhodují činy.

Světluška, Ježíškova vnoučata, DEBRA ČR, Centrum Paraple, Loono, Dejme dětem šanci, Nadace Via, dětské domovy v Žatci a Humpolci či Helpes. Aktivně podporujeme neziskový sektor a komunitní projekty napříč celou Českou republikou.

Adéla Schofferová, VT Orga Procesy

Zjistí více na kaufland.cz/TymKaufland

**Rozhodují
činy.**

O 80 % MÉNĚ EMISÍ DO ROKU 2030

Díky našim udržitelným opatřením
aktivně snižujeme **naše provozní emise**.



KAUFLAND
PRO **LEPŠÍ**
BUDOUCNOST

Rozhodují
činy.



VYUŽÍVÁME ZELENOU ELEKTŘINU

KAUFLAND
PRO **LEPŠÍ**
BUDOUCNOST



POUŽÍVÁME VRATNÉ PŘEPRAVKY

KAUFLAND
PRO **LEPŠÍ**
BUDOUCNOST



SVÍTÍME ÚSPORNÝM LED OSVĚTLENÍM

KAUFLAND
PRO **LEPŠÍ**
BUDOUCNOST



NIŽŠÍ EMISE DÍKY REGIONÁLNÍM PRODUKTŮM

KAUFLAND
PRO **LEPŠÍ**
BUDOUCNOST



PODPORUJEME ELEKTROMOBILITU

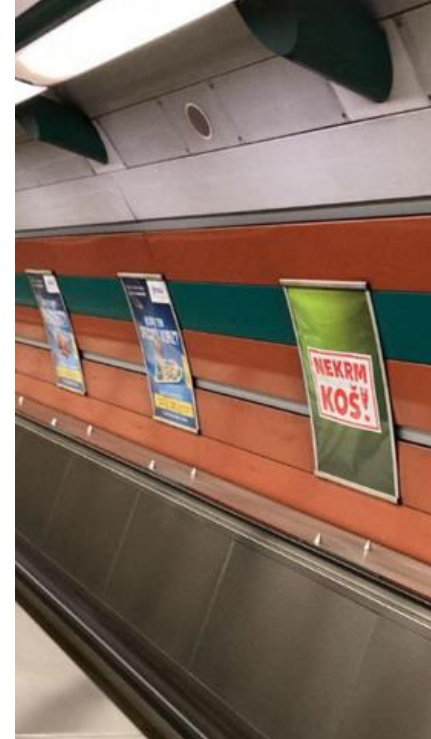
KAUFLAND
PRO **LEPŠÍ**
BUDOUCNOST













KAUFLAND JAKO DOBRÝ SOUSED

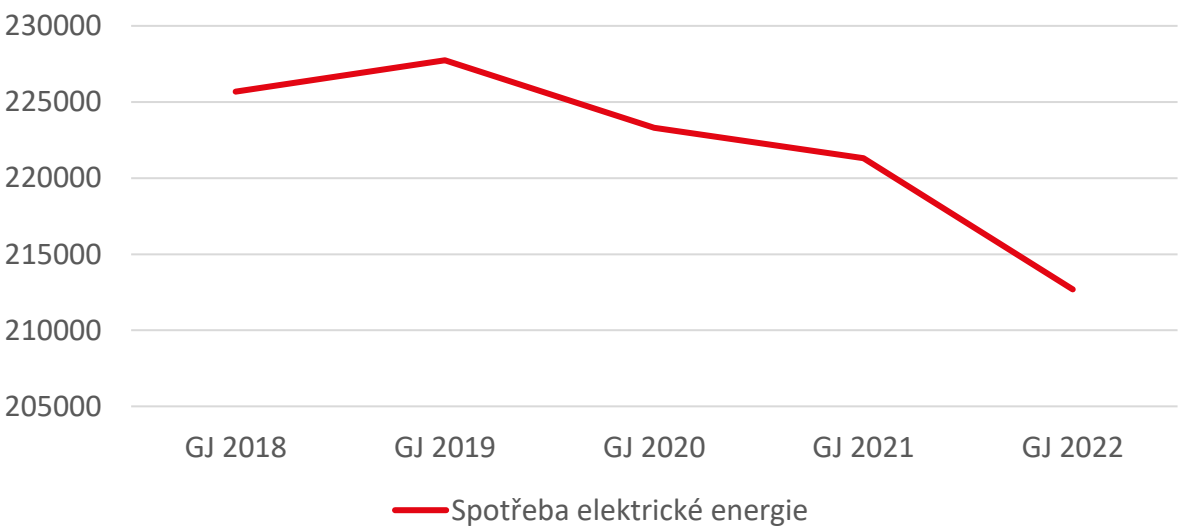
Jsme transparentní!

REPORT
UDRŽITELNOSTI
2019/2020

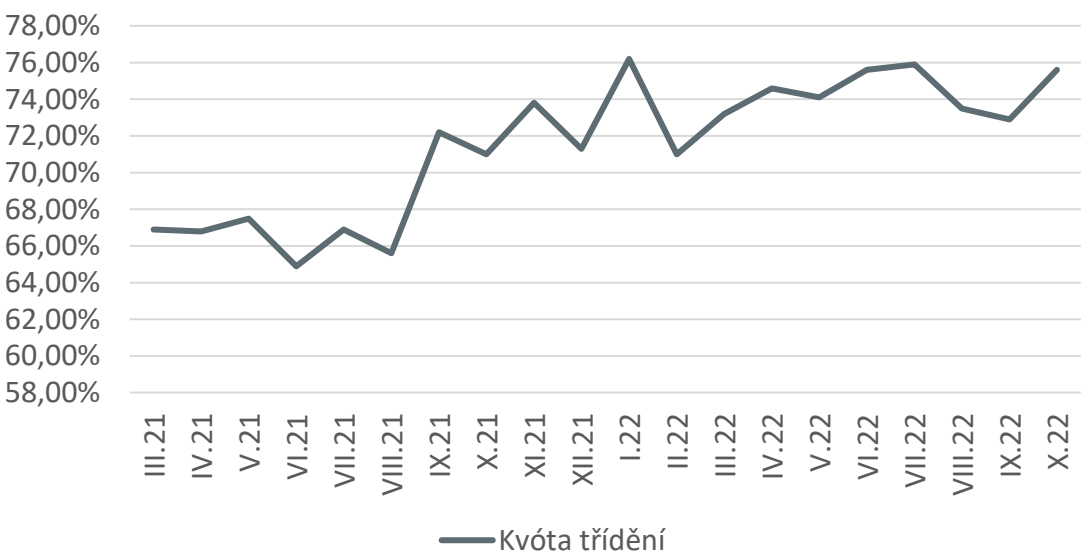


Co jsme dokázali...

Spotřeba elektrické energie



Kvóta třídění



Patříme mezi nejudržitelnější firmy

Firmy v Česku začínají ukazovat data o udržitelnosti. Z řetězců je nejlepší Kaufland

Karolína Bulisová
karolina.bulisova@economia.cz

Nejlépe udržitelný je v Česku a na Slovensku byznys Kauflandu, druhé je Makro a třetí nábytkářský řetězec Ikea. Ukazuje to vůbec první žebříček udržitelnosti od firmy Impact Metrics.

A co to vlastně je, ta udržitelnost? Jde o to, jakým způsobem se firma chová ke svému okolí, a to jak k přírodě, tak k lidem. Hodnotí se proto jakou uhlíkovou stopu zanechává při manipulaci se svým zbožím nebo kolik elektrické energie spotřebuje. V potaz se bere i sociální stránka – třeba to, jaké je zastoupení žen ve společnosti a v jejím vedení. Například v uhlíkové stopě v přepočtu na tržby je nejlepší slovenský Kaufland, ve spotřebě energií se lépe daří nábytkářským firmám – nejlepší je Asko, v závěsu Ikea.

„Jde o vůbec první žebříček porovnávající společnosti působící na českém trhu z pohledu dat zaměřených na udržitelnost. Proto jsme se je rozhodli na základě dostupných faktických informací změnit a porovnat,“ uvádí za Impact Metrics Martin Kľofanda s tím, že data poskytují jediný objektivní pohled na to, zda se firma snaží, anebo zda pouze lakuje svou činnost na zeleno.

Kaufland skončil první proto, že jako jediný ve svém prvním nefinančním reportu vydaném na konci května zveřejnil všechna potřebná data. Tvrdí například, že se mu v roce 2019 podařilo v úseku ovoce a zeleniny díky novým pravidlům ušetřit téměř 100 tun plastů. „Získáváme formální rámec, na jehož základě můžeme pravidelně analyzovat a hodnotit výsledky jednotlivých opatření,“ vysvětluje generální ředitel Kauflandu Štefan Hoppe.

První příčka v žebříčku ale ještě neznamena, že by byl Kaufland ve všem nejlepší. „Řetězce nejvíce ztrácejí při nedostupnosti dat. Věříme, že se žebříček s přibývajícím daty bude měnit. Již nyní připravujeme srovnání za rok 2020. Už teď je zřejmé, že se řetězce za rok významně posunuly. S pořadím to určitě zamíchá,“ říká Dan Heuer z Impact Metrics. Poslední ve srovnání za rok 2019 skončili Globus, Albert a Billa, shodně s nula body. Ani jeden z řetězců totiž data nezveřejňuje.

To se ale nejspíše od roku 2023 změní. Podle nové směrnice Evropské komise, která zatím čeká na schválení, bude nefinanční reporting povinný pro více firem. Právní experti z Frank Bold odhadují, že na místo dnešních pětadvaceti společností bude muset tato data publikovat více než tisíc firem z Česka. Mělo by jít o firmy s více než 250 zaměstnanci a s obrátem přes 50 milionů eur, tedy asi 1,3 miliardy korun.

Žebříček udržitelnosti sleduje tři oblasti: environmentální, sociální a řízení firmy. Pokud jde o životní prostředí, tak posuzuje data o uhlíkové stopě, spotřebě elektřiny, spotřebě vody, množství potravinového odpadu a jídla darovaného potravinovým bankám. V sociální oblasti analyzuje zastoupení žen ve společnosti, jak mezi všemi zaměstnanci, tak v managementu. A jak vyplývá i z aktuálních výsledků, zásadní je pro hodnocení i to, jak je firma otevřená a kolik dat zveřejňuje.

Jen málo firem například publikuje údaje o tom, kolik svou činností vytvořily oxidu uhličitého. Ze čtrnácti oslovených řetězců pouze Kaufland a Makro zveřejňují emise v kompletním žebříčku Scope 1,2,3 – jednička označuje emise z vlastních zdrojů, dvojka z elektřiny a trojka emise třetích stran, například od dodavatelů.

Obchodys jídlem mívají zpravidla vyšší podíl emisí z elektřiny, a to kvůli chladicím a mrazicím zařízením. Ve spotřebě energií jsou na tom nepotravinové obchodní řetězce obecně lépe než potravinové. V přepočtu na tržby deklaruje nejnižší spotřebu Asko v závěsu s Ikeou. Je zajímavé, že spotřebu energie má velmi dobře pochycenou řetězec Kaufland. Přepočteme-li jejich spotřebu na prodejní plochu, nejlépe je na tom slovenský Kaufland v závěsu s českým Kauflandem,“ popisuje Heuer.

I firmy v Česku už chápou, že jim péče o udržitelnost jejich podnikání může zlepšit image u zákazníků. Třeba Ikea proto své cíle zveřejňuje na webu. Zmiňuje mimo jiné snahu o zajištění dopravy s nulovými emisemi nebo dodávky energií sto procentně z obnovitelných zdrojů. Zákaznickou kampaň zaměřenou na udržitelnost představilo na konci května i Makro. „V minulých letech jsme se například zaměřili na eliminaci plastu, kdy jsme zrušili prodej všech igelitových tašek na všech prodejnách, a ty jsme nahradili zrecyklovanou odolnou taškou z recyklovaných plastových lahví. V prosinci loňského roku jsme začali používat nový obal na čerstvé ryby vyrobený z hydropapíru, který je ekologičtější alternativou ke klasické alufolii,“ říká manažer udržitelnosti v Makru Martin Čivrný.

Data o udržitelnosti jsou pro firmy zásadní i ve vztazích s investory a bankami. „Finanční sektor a zejména banky jsou globálním lídrem v monitoringu a vyhodnocování informací o udržitelnosti přímo ve svém byznysu,“ uvádí Ondřej Ptáček, expert na udržitelnost ze společnosti PwC. Některé banky už třeba přijaly závazek nefinancovat žádné aktivity spojené s uhlím. „V dalším kroku očekáváme, že budou české banky stejně jako jinde v Evropě přijímat své cíle ve smyslu podílu zelených aktiv,“ dodává Ptáček.

Žebříček udržitelnosti pořadí obchodní řetězce počet bodů

1.	Kaufland CZ	7,29
2.	Makro CZ	6,14
3.	Ikea CZ	5,80
4.	ASKO	5,20
5.	Tesco CZ	4,86
6.	Kaufland SK	4,71
7.	Penny CZ	3,86
8.	Lidl SK	3,57
9.	Rossmann CZ	2,80
10.	Lidl CZ	2,43
11.	DM	1,0
12.	Globus	0
13.	Albert	0
14.	Billa	0

Žebříček udržitelnosti

pořadí obchodní řetězec počet bodů

1.	Kaufland CZ	7,29
2.	Makro CZ	6,14
3.	Ikea CZ	5,80
4.	ASKO	5,20
5.	Tesco CZ	4,86
6.	Kaufland SK	4,71
7.	Penny CZ	3,86
8.	Lidl SK	3,57
9.	Rossmann CZ	2,80
10.	Lidl CZ	2,43
11.	DM	1,0
12.	Globus	0
13.	Albert	0
14.	Billa	0

Zdroj: Impact Metrics

Žebříček zahrnuje 7 kritérií: data o uhlíkové stopě, spotřebě elektřiny, spotřebě vody, množství potravinového odpadu a jídla darovaného potravinovým bankám, zastoupení žen ve společnosti, jak mezi všemi zaměstnanci, tak v managementu. Posledním je dostupnost dat.

Každá společnost mohla v každé kategorii dostat maximální počet 10 bodů. Výsledné hodnocení je průměrem získaných bodů ve všech sedmi kategoriích. Trojice obchodů na posledních třech místech dostala nulové hodnocení, protože nezveřejnila potřebná data.





Lucie Doležalová

Ano, nedavno nam u Vas defibrilator zachranil dedu 🙏 díky za toto vybavení!

8 min

Super

Odpovědět

2



Napište odpověď...

**Rozhodují
činy.**



Kaufland