



CU
ROMÂNIA
PENTRU
ROMÂNIA

2021



Cuprins

Despre Kaufland	3
Privire de ansamblu asupra numerelor	4
Detalii-cheie	6
Contribuție prin valoare adăugată	8
Contribuție ca angajator	10
Investiții și finanțe publice	12
Distribuția veniturilor	14
Contribuții la lanțul de furnizori	16
CSR și investiții în comunitate	18



Kaufland

Cu sediul în Neckarsulm, Germania, Kaufland este o parte a grupului Schwarz, al cincilea cel mai mare retailer din lume. Kaufland se numără printre cele mai mari companii de retail din Europa, cu peste 1.350 de magazine în 8 țări și peste 139.000 de angajați.

Compania, unul dintre cei mai mari retaileri din România, este prezentă în economia locală din 2005 prin Kaufland România S.C.S. (Kaufland România). Primul magazin Kaufland s-a deschis în București, iar acum Kaufland România s-a extins în toată țara, ajungând la 151 de magazine la final de februarie 2022.

Suntem o companie internațională care se concentrează pe performanță, dinamism și corectitudine. Aceste valori ne ghidează și ne motivează. Obiectivul nostru este să aplicăm cele mai inovatoare tehnologii în domeniul retail, astfel încât clienții să se bucure de produse proaspete, la cel mai bun raport calitate-preț, prin promovarea sustenabilității și a produselor locale.

Acordăm atenție sporită dezvoltării agriculturii regionale, asigurând astfel un sortiment variat de produse autohtone, prin dezvoltarea de parteneriate oneste cu producătorii locali. Abordarea noastră e una care răspunde la nevoile clienților noștri, pune bazele unor relații durabile cu producătorii locali, partenerii și furnizorii noștri.

Privire de ansamblu asupra numerelor

În 2021, contribuția Kaufland în România a fost:



CONTRIBUȚIE LA REZULTATUL ECONOMIC

2 MLD €
din VAB (Valoare Adăugată Brută) total

~1%
din VAB națională



LOCURI DE MUNCĂ GENERATE

13.507
numărul mediu de salariați (cu normă întreagă sau fracțiune de normă) exprimați ca FTE

73.232
locuri de muncă susținute în total prin activitatea noastră

~1,3%
din forța de muncă națională



INVESTIȚII ÎN ROMÂNIA

203 M €
0,83%
din totalul investițiilor nete din România din 2021



CONTRIBUȚIE LA BUGET

210 M €
total taxe

132 M €
plătite cu titlu de taxe la bugetul de stat

78 M €
colectate la plată (impozite pe salarii)



IMPACT ASUPRA LANȚULUI VALORIC

dintr-un total de **3.031** de furnizori, **2.527** sunt din România

2,1 MLD € cheltuite cu furnizorii din România

~84,35% din cheltuielile totale cu furnizorii reprezintă cheltuielile cu furnizorii din România



CSR ȘI INVESTIȚII ÎN COMUNITATE

8,3 M € investiți în proiecte de responsabilitate socială

4,2% din profitul brut al Kaufland România

Detalii-cheie ale Kaufland



Jucător de top pe
piața de retail FMCG.



Angajator de top,
compania este unul
dintre cei mai mari
angajatori privați din
România, cu peste
15.700 de angajați
care lucrează în **151**
de magazine.



Una dintre cele mai
mari companii din
România după
cifra de afaceri de
2,88 MLD € în anul
financiar **2021**



Noi facilități -
Planificarea extinderii
rețelei de vânzare cu
amănuntul într-un ritm
similar, urmărind să ajungă
la aproximativ **200** de
magazine până în 2025.

Salarii corecte - Salariul
net minim la Kaufland
este cu **58,3%** peste
salariul net minim la
nivel național.



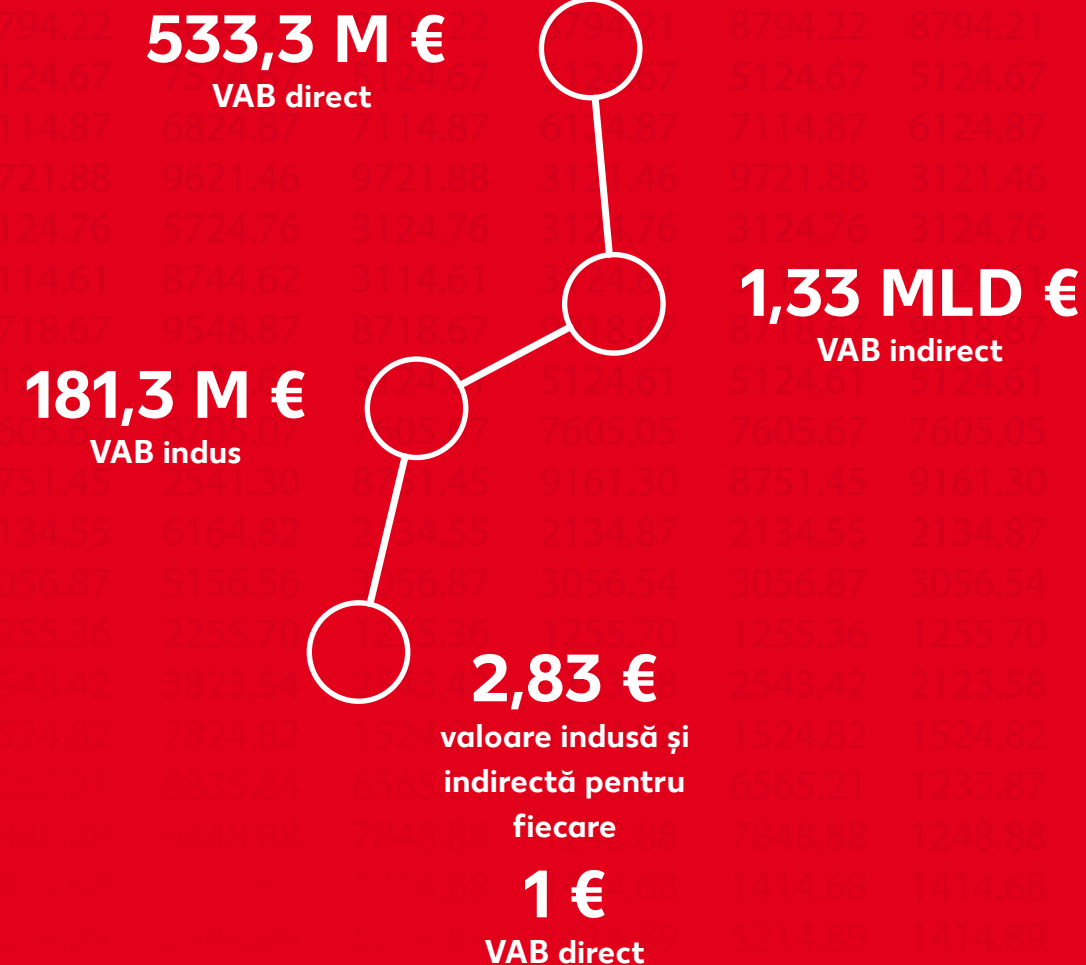
Cea mai sustenabilă
companie din România,
conform **CST Index**.

Contribuție la macroeconomie prin valoarea adăugată brută

Prin intermediul activităților proprii Kaufland, adăugând valoare bunurilor și serviciilor oferite de furnizorii săi și vândute apoi consumatorilor finali, Kaufland contribuie direct la VAB. În anul 2021, această contribuție directă VAB în România a fost de 2,04 miliarde € din VAB total, echivalentul a aproximativ 0,9% din PIB-ul României.

În afară de VAB direct generată, Kaufland a creat un impact economic mai mare prin cheltuielile sale cu furnizorii, de **2,1 MLD €** cu furnizorii români și **2,4 €** cu furnizorii în total.

Pentru fiecare 1 € al VAB directă Kaufland în România, s-a generat un plus de 2,83 € la VAB România în termeni indirecti și induși.



Contribuție ca angajator



Kaufland contribuie la economia românească prin angajările directe de 13.507 ANÎ (angajați cu normă întreagă). În 2021, Kaufland a obținut pentru al șaptelea an consecutiv certificarea „Angajator de Top” în România și, pentru al patrulea an la rând, pe cea de „Angajator de Top” în Europa, devenind singura companie din retailul românesc care a atins acest record.

Kaufland sprijină, de asemenea, ocuparea forței de muncă din România în cadrul lanțului său de furnizare. Prin cheltuielile companiei cu furnizorii români, estimăm că a susținut indirect alte 50.648 ANÎ în România în 2021.

Se estimează că 9.077 ANÎ au fost create în economia națională ca

urmare a angajaților direcți și indirecti care cheltuiesc salariile asociate cu munca lor directă sau indirectă pentru Kaufland. Acest lucru înseamnă că în anul 2021, Kaufland a susținut un număr estimat de 73.232 de locuri de muncă ANÎ în economia românească.

Fiecare angajat direct Kaufland în România sprijină angajarea altor 4,42 ANÎ în întreaga economie românească.



13.507

angajați cu normă întreagă



crează

50.648 joburi

furnizorilor



9.077 joburi

create prin salariile cheltuite

73.232

total de joburi susținute



4,42 joburi

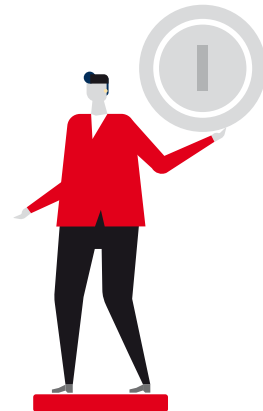
create pentru fiecare
angajat Kaufland



Investiții și finanțe publice

În 2021, Kaufland a investit 203 milioane €.

Din totalul de 210 milioane €, 132 milioane € au fost plătite ca impozite către bugetul României și au fost colectate alte 78 milioane € la stat (impozitele pe salarii plătite de angajații Kaufland).

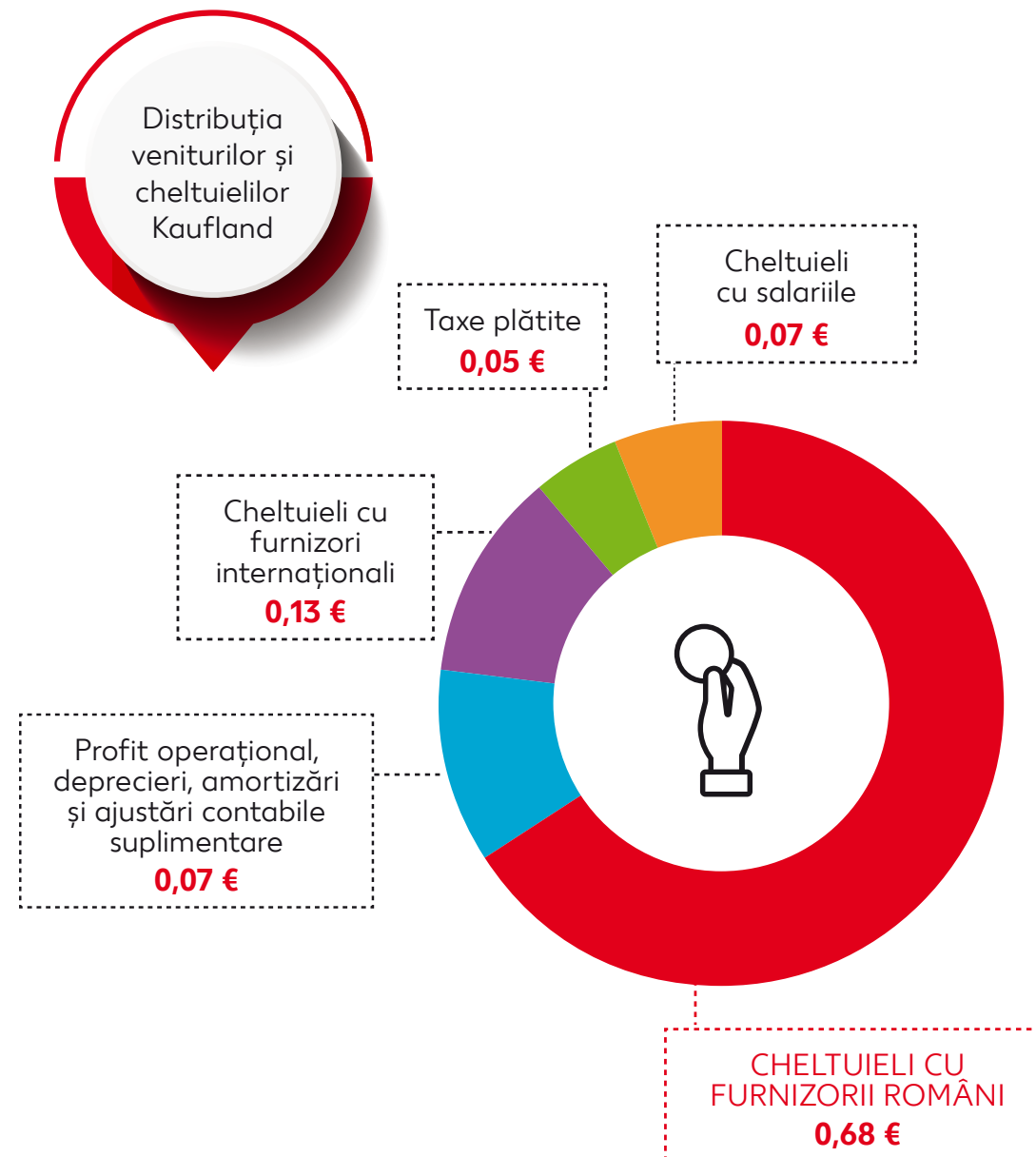
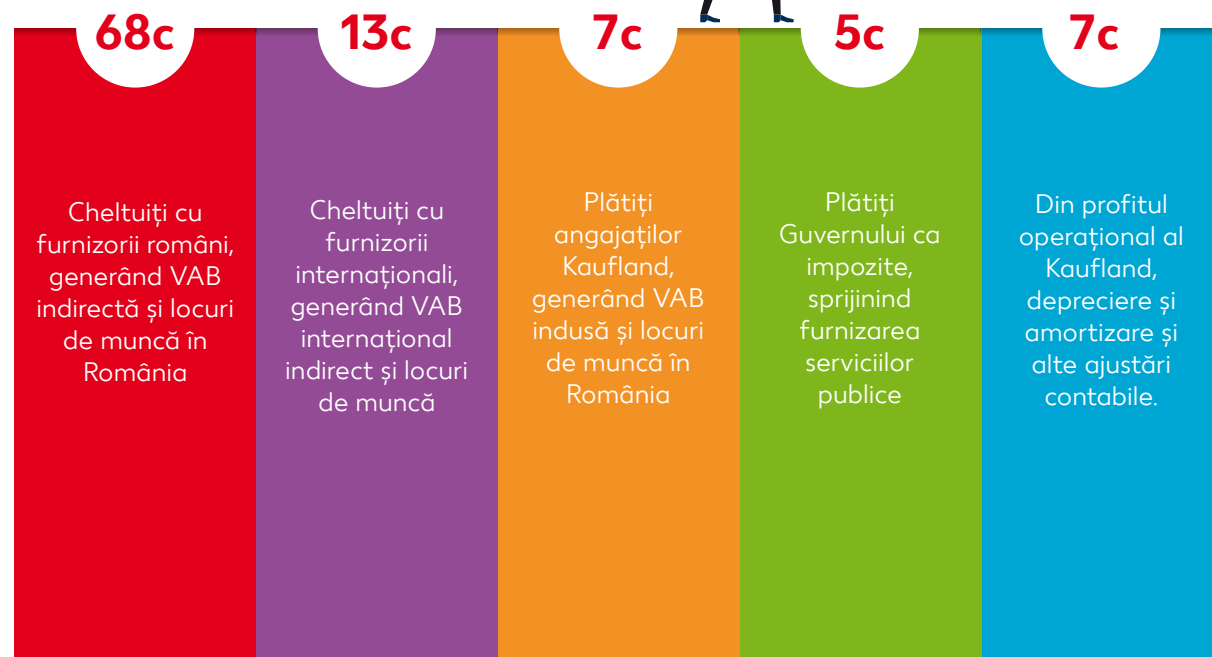


203 M €
Investiție

210 M €
Contribuție la buget

Distribuția veniturilor

Fiecare 1 € cheltuit de un client la Kaufland se împarte astfel:



Contribuții la lanțul de furnizori



În calitate de retailer ce deține **151** de magazine în România, Kaufland funcționează ca un important canal de vânzare pentru furnizori.

În 2021, Kaufland a lucrat direct cu peste **3.031** de furnizori, din care peste **2.527** au sediul în România. Kaufland a creat un impact economic mai mare prin cheltuielile sale cu furnizorii, de **2,1 MLD €** cu furnizorii români și **2,4 MLD €** cu furnizorii în total.

2,1 MLD €
cheltuieli directe
cu furnizorii români

1,327 MLD EUR

Valoare indirectă creată de Kaufland prin cheltuielile cu furnizorii din RO



Producția de alimente,
băuturi și produse din
tutun

875.085



Activități
imobiliare

70.652



Fabricarea
produselor chimice

51.329



Alte activități
profesionale, științifice
și tehnice

36.426



Alte cheltuieli

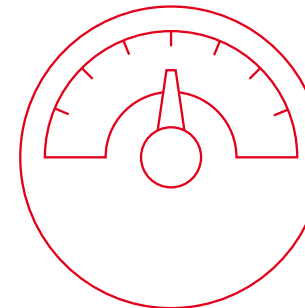
241.254



Construcții

52.308

(mii €)



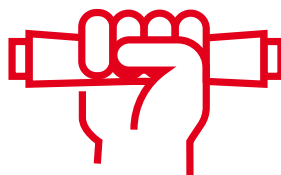
Pentru întreprinderile mici și mijlocii din România furnizarea de produse și servicii către Kaufland România poate fi o importantă oportunitate de creștere a vânzărilor.

Analiza noastră asupra furnizorilor direcți a indicat că achizițiile de la furnizorii români au crescut cu 10,93% în 2021, față de anul precedent.

CSR și investiții în comunitate

În 2021, echipa CSR din Kaufland România s-a concentrat pe consolidarea și eficientizarea numărului de beneficiari vizați, precum și a proiectelor susținute.

Selecția proiectelor se bazează pe cinci piloni centrali pentru investițiile comunitare:



Educație

Prevenirea abandonului școlar

Sprijinirea copiilor din medii defavorizate pentru a facilita accesul la educație

Dezvoltarea competențelor, abilităților, calificărilor, care îmbogățesc programa școlară

Programe complementare, extracurriculare pentru tineri

Mediu

Îmbunătățirea infrastructurii pentru utilizarea mijloacelor de transport alternative

Combaterea dezastrelor naturale (inundații, alunecări de teren)

Restaurarea zonelor verzi deteriorate sau inexistente

Acțiuni de mediu pentru a sensibiliza comportamentul responsabil

Promovarea alternativelor la plasticul de unică folosință



Social



Dezvoltarea comunităților

Sprijinirea și ajutorarea grupurilor vulnerabile

Sănătate & Sport

Promovarea unui stil
de viață sănătos

Sprijinirea activităților
sportive

Îmbunătățirea condițiilor din
sistemul de sănătate

Sensibilizarea
publicului



Cultură



Promovarea artei și culturii locale

Sprijinirea artiștilor fără putere
financiară

Sprijinirea evenimentelor culturale în scop social/caritabil

8,3 M €

**TOTAL SPONSORIZĂRI CĂTRE
ORGANIZAȚII NEGUVERNAMENTALE
PENTRU A DEZVOLTA PROIECTE
DE RESPONSABILITATE SOCIALĂ**

Aspecte esențiale

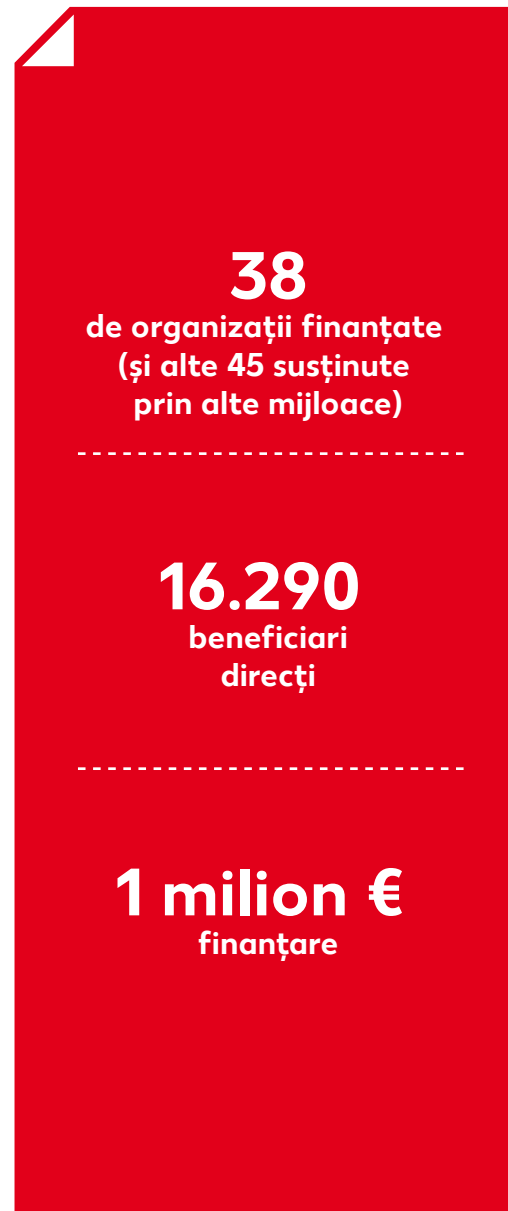


Fundația pentru Dezvoltarea Societății Civile

ÎN STARE DE BINE

În stare de bine este un program de finanțare ce oferă anual granturi nerambursabile în valoare totală de 1 milion € organizațiilor neguvernamentale din România, susținut de Kaufland România și implementat de Fundația pentru Dezvoltarea Societății Civile.

Obiectivul programului este creșterea calității vieții locuitorilor din comunitățile rurale și urbane, prin sprijinirea inițiativelor care au un impact pozitiv în domeniile cultură, sport sau viață sănătoasă și care se adresează cu prioritate grupurilor vulnerabile.

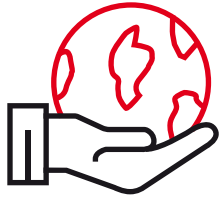


Lansat în 2018, programul a sprijinit până în prezent sute de ONG-uri prin finanțare directă, training și consultanță.

ÎN STARE DE BINE 2021

- **2** apeluri de proiecte dedicate grupurilor vulnerabile
- **126** de localități în care s-au desfășurat proiecte
- **22** de județe acoperite, plus București
- **84** de evenimente publice și **8.853** ateliere cu beneficiarii
- **>12.000** de ore cu activități în proiecte culturale, de educație pentru sănătate, recuperare medicală și sport





Act for Tomorrow **START ONG**

Organizat în **perioada martie - decembrie 2021**, lansat de **Kaufland România** și implementat de **Asociația Act for Tomorrow, Start ONG este cel mai simplificat mecanism de finanțare** destinat organizațiilor mici sau la început de drum, iar în acest an a reușit să aibă un impact pozitiv asupra comunităților locale, dar și la nivel național. Programul a ajuns și în a treia ediție la organizațiile neguvernamentale mici, instituțiile școlare și grupurile informale.



În total **500.000 de euro** au fost acordați către **115 ONG-uri & fundații, 23 de instituții de învățământ și 1 grup informal de inițiativă** care au organizat **139 de proiecte în 30 de județe și municipiul București**.

Prin proiectele câștigătoare, **2,5 milioane de persoane au beneficiat de sprijin în mod direct**.



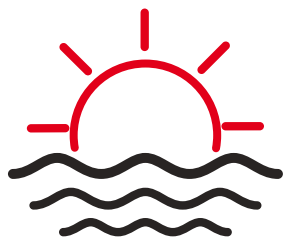
Institutul de Cercetare în Permacultură din România **SOL ȘI SUFLET**

Sol și Suflet este primul Centru Permanent de Inovare, Producție și Educație în Agricultură Regenerativă din România. Dezvoltată de Institutul de Cercetare în Permacultură din România, prima fermă de agricultură regenerativă și centru educațional cercetează și dezvoltă modelul de producție regenerativ, oferind programe de educație și formare profesională pentru fermierii aflați la început de drum, care vor să adopte acest tip de agricultură sustenabilă.



Sol și Suflet utilizează tehnici și strategii inovatoare de creștere a fertilității solului, maximizare a producției și creștere a eficienței muncii, cum ar fi cultivarea minimală și activarea microbiologiei solului, legumicultură biointensivă, keyline design, design de permacultură. La fermă sunt cultivate aproximativ două sute de soiuri de legume, verdețuri, plante aromatice și medicinale, produse crescute în sistem regenerativ organic.

Sol și Suflet este și un centru educațional rezidențial, menit să instruiască tinerii interesați să își deschidă propriile ferme regenerative. Completând un decalaj instituțional în sprijinul proiectelor emergente de agricultură la scară mică, Fermele Incubator sunt instrumente noi care permit noilor fermieri să acumuleze experiență practică într-un context real de business și mentorat.



Act for Tomorrow

ACȚIONĂM PENTRU APE – A.P.A.

„Acționăm pentru Ape! - A.P.A.” este un amplu program ecologic la nivel național, dezvoltat de Kaufland România, alături de Asociația Act for Tomorrow. Lansat în 2019, programul ilustrează responsabilitatea companiei Kaufland România de a se implica în prevenirea și combaterea poluării cu

deșeuri a apelor din România, realizarea de studii privind poluarea acestora, campanii de educație la nivelul comunităților și de reciclare a deșeurilor, precum și integrarea unor noi tehnologii de valorificare a deșeurilor cu scopul de a facilita tranziția către o economie circulară.



Acțiunile cheie ale programului în 2021:

- Realizarea primei ambarcațiuni din Europa 100% electrică, proiectată să curețe apele României de gunoaie.
- Lansarea celei mai mari picturi murale care purifică aerul, din lume și dezvoltarea unui spațiu sustenabil dedicat comunității, creat în jurul picturii.
- Dezvoltarea unui sistem de colectare selectivă a deșeurilor de pe plaje și educarea populației din zonele vizate pentru reducerea cantității de deșeuri.
- Informarea și educarea românilor cu privire la deșeurile din ape, prin derularea unei campanii de conștientizare, comunicată în rețele de socializare și în comunitățile locale.



REZULTATE:

- **34.250** kg deșeuri colectate
- **9** sisteme de colectare separată a deșeurilor
- **4** evenimente de ecologizare
- **105** voluntari mobilizați
- **7,5** milioane de persoane la care a ajuns campania în mediul online și în presă



Asociația Dăruiește Viață Spitalul Modular ATI Piatra Neamț

Kaufland România a contribuit cu 250.000 de euro pentru ridicarea Spitalului Modular ATI Piatra Neamț, care redă Spitalului Clinic Județean de Urgență Neamț capacitatea de a trata pacienți în terapie intensivă.

Spitalul Modular ATI Piatra Neamț asigură spitalului județean o secție modernă de terapie intensivă, după ce vechea secție a ars în totalitate, în incendiul din noiembrie 2020. În total, 2,7 milioane de euro au fost investiți în Spitalul Modular ATI Piatra Neamț prin campania „Împreună pentru Moldova”, inițiată de Asociația Dăruiește Viață.



Spitalul modular găzduiește **17 paturi de terapie intensivă**, grupate în **3 saloane și o rezervă tip izolator pentru pacienții care au și alte boli contagioase**. Este dotat cu centrală de tratare a aerului (care asigură controlul calității, umidității și temperaturii aerului, precum și diferența de presiune între zonele roșii și verzi, pentru a preveni răspândirea virusurilor și protejarea personalului), platformă de gaze medicale, sistem de alertă în caz de incendiu, sistem control acces, sistem nurse call etc.



Asociația Șansa Ta CANTINA SOCIALĂ

În februarie 2021, împreună cu Asociația Șansa ta am lansat prima Cantină socială dedicată sprijinirii persoanelor defavorizate, prin intermediul căreia oferim mese comunitare persoanelor fără adăpost și familiilor cu venituri mici. Proiectul este o premieră în România, un model de parteneriat privat cu societatea civilă, ce vine în sprijinul persoanelor defavorizate și contribuie la diminuarea risipei alimentare.

Cantina socială se află în București și oferă mese comunitare în fiecare zi, de luni până vineri. În primul an de funcționare, au fost pregătite aproximativ 186.000 de porții de mâncare ce au fost distribuite de reprezentanții Asociației Șansa Ta către persoane fără adăpost, familii cu venituri mici și ONG-uri partenere, care au oferit mai departe porțiile către beneficiarii lor.

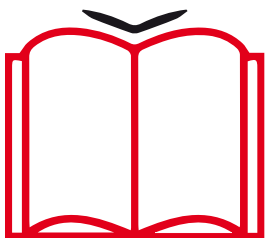
Pentru că risipa alimentară este o problemă globală cu consecințe complexe, Kaufland România își propune ca acest proiect să utilizeze inteligent toate resursele de care dispune. Astfel, compania asigură toate produsele necesare pentru prepararea meselor comunitare, iar parte din alimente provin din stocurile aflate în vânzare accelerată. Meniul este stabilit zilnic și adaptat pentru folosirea optimă a tuturor alimentelor disponibile.



REZULTATE:

186.000 porții donate

22 tone de alimente salvate



Asociația OvidiuRo PUNGUȚA CU 2 CĂRȚI

Punguța cu 2 cărți este un proiect care încurajează lectura începând de la naștere, astfel încât și copiii din familii defavorizate să beneficieze de stimulare cognitivă în primii ani de viață. Proiectul a fost lansat și pilotat în 2019 de Asociația OvidiuRo în parteneriat cu Kaufland România și de atunci mii de copii au răsfoit primele cărți adecvate vârstei lor și cel puțin tot atâți părinți/

bunici au aflat despre importanța cărților și a cititului împreună de la cele mai mici vârste, chiar dinainte de naștere.

În anul 2021, 17.000 de copii și părinții/ bunicii lor au participat la primele sesiuni de lectură, în urma cărora au primit câte 2 cărți adecvate vârstelor de 0-3 ani.



REZULTATE:



1.500 de profesori, educatori puericultori, bibliotecari, asistenți sociali, asistenți medicali comunitari, mediatori sanitari și alți specialiști au fost formați și au devenit ambasadori ai lecturii în comunitățile lor – au primit și un kit de cărți

9 sesiuni de formare, dedicate proiectului, susținute online

34.000 de cărți ilustrate (cărți pentru copii, de luat acasă, oferite copiilor)

cel puțin **17.000** de părinți/bunici au aflat despre importanța cititului cu copiii, cât mai de timpuriu

41 de județe participante + București

3.679 de membri înscriși până în prezent în grupul dedicat de Facebook Punguța cu 2 cărți, unde majoritatea profesorilor au postat fotografii și au împărtășit impresii de la întâlnirea cu cei mici și cu părinții

Despre acest studiu

Studiul acoperă contribuțiile brute asociate operațiunilor Kaufland în România. Analiza KPMG evaluează contribuția Kaufland la nivel național. Cadrul economic pe care l-am aplicat pentru a evalua contribuția Kaufland în România surprinde o gamă largă de efecte, dar nu încearcă să măsoare toate impacturile economice și sociale posibile, pozitive și negative, ale afacerilor Kaufland în România.

Sfera impacturilor analizate în acest studiu a fost convenită cu Kaufland la începutul proiectului, pe baza impacturilor care sunt în general incluse în astfel de studii și cu accent pe principalele canale prin care Kaufland contribuie în România. Domeniile de impact convenite, incluse în studiu sunt:

Rezultat economic în termeni de valoare adăugată brută (VAB)

Angajare

Investiție

Contribuții fiscale

Contribuții mai mari prin activitatea Kaufland cu furnizorii

CSR și investiții în comunitate

Mențiuni importante

Acest raport a fost pregătit de KPMG Advisory SRL („KPMG”) doar pentru Kaufland România SCS („Kaufland”), în conformitate cu termenii conveniți între Kaufland și KPMG. Activitatea KPMG pentru Kaufland a fost realizată pentru a atinge termenii de referință specifici conveniți între client și KPMG și au existat anumite caracteristici determinate în scopul angajamentului.

Opiniile și concluziile exprimate în acest document sunt cele ale KPMG și nu se aliniază neapărat cu cele ale Kaufland.



