



20
22

Raport de *sustenabilitate*

Mâncăm mai sănătos. Trăim mai bine. Protejând planeta.

Cuprins

INTRODUCERE

- 1.1. Mesaj CEO
- 1.2. Despre acest raport
- 1.3. Evaluarea aspectelor materiale
 - 1.3.1. Metodologie
 - 1.3.2. Dialogul cu stakeholderii
 - 1.3.3. Matricea de materialitate

POVESTEA AUCHAN

- 2.1. Despre noi, în cifre
- 2.2. Viziunea noastră
- 2.3. Misiunea Auchan România
- 2.4. Business-ul Auchan România
 - 2.4.1. Despre Auchan România
 - 2.4.2.. Lanțul nostru valoric
 - 2.4.3. Furnizori sustenabili
 - 2.4.4. Impact economic
- 2.5. Certificări, asocieri, premii
 - 2.5.1. Certificări și recertificări
 - 2.5.2. Colaborări și asocieri
 - 2.5.3. Premii

GUVERNANȚA ȘI MANAGEMENTUL ORGANIZAȚIEI

- 3.1. Guvernanța coprorativă
- 3.2. Managementul riscului
- 3.3. Managementul riscurilor de mediu
- 3.4. Etică și bune practici în afaceri
 - 3.4.1. Etică și conformitate
 - 3.4.2. Securitatea datelor
 - 3.4.3. Evaluarea furnizorilor pe criterii sociale

STRATEGIA DE SUSTENABILITATE

- 4.1. Strategia noastră de sustenabilitate în relație cu ODD
 - 4.1.1. Cei 4 piloni
- 4.2. Taxonomia UE
- 4.3. Ratinguri de sustenabilitate
- 4.4. Directiva UE privind raportarea de sustenabilitate a companiilor (CSRD)
- 4.5. Asigurare externă

ALIMENTAȚIE SĂNĂTOASĂ ȘI COMBATEREA RISIPEI ALIMENTARE

- 5.1. Utilizarea materiilor prime sustenabile
- 5.2. Calitatea și siguranța produselor
- 5.3. Alimente și furnizori locali
- 5.4. Produse organice și vegane
- 5.5. Educarea clienților și angajaților
- 5.6. Combaterea risipei alimentare

LUPTA ÎMPOTRIVA POLUĂRII CU PLASTIC

- 6.1. Reducerea plasticului în magazine
- 6.2. Reducerea plasticului în logistică
- 6.3. Reducerea plasticului pentru produsele marcă proprie

REDUCEREA AMPRENTEI DE CARBON

- 7.1. Structura amprente de carbon – Domeniile de aplicare 1, 2 și 3
- 7.2. Proiectul Climat
- 7.3. Gestionarea consumului
- 7.4. Managementul deșeurilor
- 7.5. Economia circulară
- 7.6. Biodiversitate

OAMENI

- 8.1. Echipa Noastră
- 8.2. Angajator responsabil
- 8.3. Diversitate, egalitate și incluziune
- 8.4. Satisfacția și bunăstarea angajaților
- 8.5. Integrăm, evaluăm, formăm și dezvoltăm oameni
- 8.6. Sănătatea și securitatea în muncă
- 8.7. Programul de Sustenabilitate Personală

COMUNITĂȚI SUSTENABILE

- 9.1. Angajament comunitar
- 9.2. Impactul Social - Donații către parteneri

INDEX TABEL GRI

INDEX SASB



GRI 2-22

1.1 MESAJ CEO

„Dragi colegi, parteneri și clienți,

Îmi face plăcere să împărtășesc cu voi rezultatele realizate în anul 2022 de întreaga echipă Auchan România și vă invit să parcurgeți cea mai nouă ediție a Raportului de Sustenabilitate pentru a afla detaliile complete despre proiectele și acțiunile noastre.

Publicarea unui nou raport este un moment de bilanț și reflecție totodată asupra evoluției noastre în 2022 dar și asupra perspectivelor de sustenabilitate și responsabilitate ale companiei, parte din Viziunea Auchan 2032.

Eforturile noastre s-au îndreptat în 2022 către îndeplinirea misiunii pe care ne-am propus-o de a contribui la o viață mai bună a unui număr cât mai mare de oameni prin produsele și serviciile noastre, bazate pe o alimentație sănătoasă și grijă față de mediu.

Într-un an marcat de provocări și oportunități, am făcut avansuri semnificative în decarbonizarea ofertei noastre de produse pentru a ne îndeplini obiectivul de reducere a emisiilor de gaze dar și pentru a încuraja clienții să adopte moduri de consum mai responsabile.

Am dezvoltat filiere responsabile alături de partenerii noștri și am creat produse cu impact redus asupra mediului revizuiind rețetele de producție, propunând ambalaje reutilizabile sau compostabile, făcând eforturi constante de optimizare a lanțului de aprovizionare.

Într-un context economic complicat, am căutat și pus în practică soluții de eficiență energetică care ne-au permis reducerea consumului de energie pe de-o parte dar și accesarea de surse noi, de energie verde, pe de altă parte. Am reușit în 2022, prin toate aceste acțiuni și proiecte, să ne reducem emisiile de carbon cu 7% față de anul precedent iar consumul de energie a scăzut considerabil cu 5 milioane de kWh în perioada de raportare.

Am continuat acțiunile demarate în anii anteriori de colectare a uleiului uzat de la populație, de combatere a utilizării plasticului și am aplicat politici stricte de gestionare a deșeurilor. Prin acțiunea de colectare a uleiului uzat, am trimis spre reciclare 205.000 l de ulei și am atras în acest

demers și concurenții noștri, care au înțeles la randul lor importanța proiectului și au început să recicleze alături de noi.

În 2022, am lansat prima campanie de colectare și reciclare a ambalajelor PET cu scopul de creștere a gradului de conștientizare în rândul consumatorilor cu privire la importanța colectării separate, proiect premergător SGR.

Ne-am continuat lupta împotriva risipei alimentare, programul Zero Risipă din magazinele noastre fiind replicat și în alte țări Auchan iar clienții au dovedit un interes crescut și au avut o evoluție evidentă în adoptarea unor obiceiuri de consum mai responsabile.

120 de tone de alimente au fost salvate de la risipă ca urmare a donațiilor făcute cu sprijinul partenerilor asociați dar și a programelor de educație pentru o alimentație și viață sănătoasă pe care le-am inițiat și sprijinit în 2022.

În toate zonele în care suntem prezenți, am susținut aproape 100 de proiecte sociale, cu peste 2,5 milioane de lei, cu un impact direct și durabil asupra comunității din care Auchan face parte.

Tot din grija față de mediu, am introdus în magazinele noastre brazii naturali din surse sustenabile, evitând defrișările și am sprijinit proiecte de împădurire și conservare a habitatelor naturale.

Eforturile noastre în toate aceste direcții au fost răsplătite în 2022 prin recunoașterea Auchan Romania ca „Brandul anului în sustenabilitate” în cadrul Galei Sustainability in Business Awards.

Fiecare dintre acțiunile și proiectele din 2022 au fost posibile grație implicării angajaților, partenerilor și clienților noștri cărora le mulțumim și le suntem recunoscători. Cu o privire către viitor, ne angajăm să menținem și chiar să accelerăm această energie pentru a ne îndeplini misiunea pe care ne-am propus-o, cu speranța unui viitor mai bun pentru noi toți și pentru generațiile viitoare. ”

Ionuț Ardeleanu

Director General Auchan Retail România

1.2 DESPRE ACEST RAPORT

Cea de-a treia ediție a Raportului de Sustenabilitate Auchan România oferă o perspectivă comprehensivă asupra modului în care gestionăm impactul activităților noastre asupra mediului, societății și economiei, în concordanță cu cele mai înalte standarde și norme internaționale.

În acest raport, veți descoperi eforturile noastre în promovarea unui lanț de aprovizionare responsabil și etic, precum și acțiunile întreprinse pentru protejarea mediului și susținerea comunităților locale. Totodată, raportul evidențiază inițiativele pentru îmbunătățirea calității vieții angajaților și a tuturor celor implicați în activitățile noastre:

- » **Guvernanță:** Angajamentul în direcția unei guvernanțe transparente și responsabile, care asigură o conduită etică și o implicare activă în comunitatea noastră.
- » **Aspecte legate de Mediu:** Eforturile constante de a reduce impactul asupra mediului, prin optimizarea lanțului nostru de aprovizionare, adoptarea de măsuri de eficiență energetică și promovarea utilizării responsabile a resurselor.
- » **Aspecte Sociale și Drepturile Omului:** Angajamentul față de respectarea drepturilor omului, incluzând protecția muncii, condiții de muncă sigure și respectarea diversității și incluziunii în cadrul organizației.
- » **Combaterea Corupției:** Auchan România combate corupția sub toate formele sale și depune toate eforturile necesare să asigure un mediu de afaceri etic și transparent.

Perioada acoperită de raport este de la 1 octombrie 2021 până la 30 septembrie 2022 (an glisant), oferind informații atât calitative, cât și cantitative privind performanța non-financiară a companiei. De asemenea, am inclus și o serie de alte date, inclusiv financiare, raportate în perioada 1 ianuarie 2022 - 31 decembrie 2022, datorită relevanței lor pentru informațiile prezentate.

Metodologia de elaborare a raportului a implicat utilizarea unor standarde internaționale recunoscute în domeniul raportării nefinanciare, în special Standardul Global Reporting Initiative (GRI), versiunea 2021, care ne-a ghidat în selectarea informațiilor relevante și a aspectelor esențiale pentru o raportare extinsă și transparență sporită. Totodată, această ediție a raportului nostru de sustenabilitate înglobează raportarea conform Obiectivelor de Dezvoltare Durabilă, precum și alinierea cu cerințele standardului SASB¹.

De asemenea, am integrat Ghidul pentru raportarea declarațiilor nefinanciare al Comisiei Europene din 2017, și am respectat criteriile specifice prevăzute de Ordinul nr. 1938/2016 al Ministerului Finanțelor Publice.

Informațiile prezentate în raport sunt structurate în nouă capitole, fiecare acoperind arii strategice și teme de importanță majoră pentru Auchan România.

¹Standardele SASB identifică problemele legate de sustenabilitate cele mai relevante pentru luarea deciziilor investitorilor în 77 de industrii. Începând cu august 2022, Consiliul pentru Standarde Internaționale de Sustenabilitate (ISSB) al Fundației IFRS a înglobat Standardele SASB.

1.3 EVALUAREA ASPECTELOR MATERIALE

1.3.1. Metodologie

GRI 3-1; GRI 3-3

Raportul nostru de sustenabilitate a fost dezvoltat în conformitate cu recomandările standardelor GRI, opțiunea Core, și urmărește să îndeplinească cerințele cadrelor externe de raportare relevante, precum Grupul operativ pentru prezentarea informațiilor financiare referitoare la schimbările climatice (TCFD)², Taxonomia UE sau Directiva UE privind raportarea de sustenabilitate a companiilor (CSRD)³, deși normele acestea se vor aplica începând cu anul 2024. Astfel, o caracteristică nouă a acestui raport o reprezintă evaluarea aspectelor materiale bazată pe conceptul de „dublă materialitate”⁴. Această abordare permite evaluarea impactului pe care activitățile noastre îl au asupra mediului, societății și economiei (materialitatea impactului), precum și a influenței financiare pe care factorii externi o au asupra organizației noastre (materialitatea financiară).

Procesul de elaborare a acestui raport a fost riguros și a implicat două etape esențiale. În prima etapă, am analizat aspectele materiale identificate în rapoartele anterioare, concentrându-ne asupra domeniilor în care avem un impact semnificativ. În cea de-a doua etapă, am efectuat o analiză amănunțită a lanțului valoric pentru a identifica riscuri și oportunități noi, astfel încât să ne putem îmbunătăți abordarea în materie de sustenabilitate. Am luat în considerare, de asemenea, punctele de vedere ale unor stakeholderi cheie, cu care am interacționat în cadrul unui workshop dedicat.

Aspectele materiale identificate și semnificația acestora pentru Auchan România

După o analiză aprofundată a lanțului valoric și a modelului nostru de afaceri, am identificat șapte direcții strategice esențiale și 46 de subiecte, reprezentând

aspectele materiale cu relevanță semnificativă pentru Auchan România:

- » **Angajator Responsabil:** Ne concentrăm pe dezvoltarea unui mediu de lucru pozitiv și echitabil pentru angajații noștri, promovând diversitatea, incluziunea și dezvoltarea profesională.
- » **Mod de Producție:** Avem o responsabilitate față de mediul înconjurător și căutăm să adoptăm practici de producție sustenabile, reducând impactul asupra resurselor naturale și promovând utilizarea responsabilă a materiilor prime.
- » **Relații Durabile:** Ne focusăm să construim relații durabile și de încredere cu partenerii comerciali și colaboratorii noștri, bazate pe principii etice și responsabilitate socială.
- » **Economie Circulară:** Încurajăm implementarea unor soluții și inițiative pentru o economie circulară, în care resursele sunt utilizate eficient, iar deșeurile sunt reduse, reparate, refolosite sau reciclate.
- » **Consum Responsabil:** Educația și implicarea clienților noștri în luarea deciziilor responsabile de consum reprezintă o prioritate, promovând astfel alegerile informate și sustenabile.
- » **Managementul Magazinelor:** Ne concentrăm pe optimizarea operațională și eficientizarea magazinelor noastre, reducând consumul de energie și resurse, și creând spații prietenoase cu mediul înconjurător.
- » **Guvernanță:** Adoptăm o guvernanță corporativă responsabilă, transparentă și etică, urmărind să ne îmbunătățim constant performanța în domeniul sustenabilității.

²În anul 2015, Consiliul pentru Stabilitate Financiară a instituit TCFD cu scopul de a răspunde cerințelor piețelor financiare în ceea ce privește o raportare mai detaliată și coerentă în legătură cu aspectele legate de climă. În 2017, TCFD a prezentat orientările sale în patru domenii-cheie: guvernanță, strategie, gestionarea riscurilor, precum și stabilirea obiectivelor și indicatorilor. Aceste recomandări stabilesc un cadru comun pe care atât companiile, cât și investitorii îl pot utiliza pentru a dezvolta informații cu privire la climă și pentru a-și evalua și gestiona expunerea la riscurile asociate schimbărilor climatice.

³Uniunea Europeană a adoptat Planul de acțiune pentru finanțarea creșterii durabile, care include Directiva Privind Raportarea de Sustenabilitate a Companiilor (CSRD). Această directivă reprezintă o modificare a legislației existente privind raportarea non-financiară (NFRD), impunând cerințe de raportare mai detaliată cu privire la impactul companiilor asupra mediului, societății și economiei. CSRD se bazează pe Standardele Europene de Raportare privind Sustenabilitatea (ESRS), alcătuite dintr-un set de 12 standarde dezvoltate de Grupul Consultativ European pentru Raportare Financiară.

⁴Conceptul de „dublă materialitate” a fost propus pentru prima dată oficial de Comisia Europeană în Ghidul privind raportarea non-financiară: Supliment privind raportarea informațiilor legate de climă, publicat în iunie 2019. Încurajează o companie să judece materialitatea din două perspective 1) „măsura necesară pentru o înțelegere a dezvoltării, performanței și poziției companiei” și „în sensul larg de afectare a valorii companiei”; 2) impactul de mediu și social al activităților companiei asupra unei game largi de părți interesate. Conceptul implică și necesitatea evaluării interconectivității celor două.

În procesul de identificare și evaluare a aspectelor materiale, am colaborat strâns cu stakeholderii noștri cheie, incluzând angajații, managementul, clienții, partenerii comerciali, ONG-urile și ceilalți parteneri cu care implementăm proiecte. Prin intermediul unui chestionar bine structurat, am colectat feedback-ul acestor părți interesate, permițându-ne să înțelegem mai bine preocupările și prioritățile lor referitoare la sustenabilitate.

ANGAJATOR RESPONSABIL

Sănătatea și siguranța angajaților

- » La Auchan România, sănătatea și siguranța angajaților sunt esențiale. Prin implementarea riguroasă a procedurilor de sănătate și securitate la locul de muncă și prin evaluarea atentă a riscurilor de îmbolnăvire și accidentare profesională, ne asigurăm că angajații noștri lucrează într-un mediu sigur. În plus, suntem deschiși la feedback-ul primit și ne adaptăm constant măsurile preventive pentru a ne asigura că răspundem în permanență nevoilor și preocupărilor acestora.

Bunăstarea angajaților

- » Înțelegem importanța bunăstării angajaților noștri și le oferim un mediu de lucru cât mai plăcut. Pentru a menține un nivel crescut de satisfacție în rândul angajaților noștri, le punem la dispoziție un pachet generos de avantaje și beneficii multiple, care să le îmbunătățească experiența la locul de muncă.

Anti-discriminare

- » În cadrul Auchan România, promovăm cu hotărâre o cultură a non-discriminării și incluziunii. Prin intermediul Codului și al Comitetului nostru de etică, monitorizăm în mod constant operațiunile pentru a preveni orice formă de discriminare.

Dialog social

- » Investim în dezvoltarea noastră și ne dorim să avem un dialog continuu și transparent cu echipele noastre și reprezentanții angajaților pe baza așteptărilor lor.

Dezvoltare profesională

- » Investim în dezvoltarea angajaților noștri, oferindu-le oportunități egale de formare constantă și cursuri specializate pentru îmbunătățirea abilităților tehnice și personale. Ne dorim ca fiecare angajat să aibă posibilitatea de a se dezvolta în carieră și de a-și atinge potențialul maxim în cadrul organizației noastre.

Egalitatea profesională

- » Încurajăm diversitatea, egalitatea profesională și de gen și lucrăm pentru a construi un mediu de lucru incluziv, unde fiecare angajat să aibă acces echitabil la oportunități de dezvoltare și progres.

Includerea persoanelor vulnerabile

- » Avem o abordare proactivă în angajarea persoanelor cu dizabilități, având ca scop integrarea lor în activitățile noastre zilnice. Suntem ferm împotriva hărțuirii de orice fel la locul de muncă și ne angajăm să oferim un echilibru între viața personală, socială și profesională a angajaților noștri. Susținem, de asemenea, atât tinerii, cât și persoanele aflate la sfârșit de carieră, oferindu-le oportunități pentru dezvoltare.

Angajament față de comunitățile locale

- » Înțelegem importanța responsabilității sociale și ne implicăm activ în comunitățile locale. Investim în proiecte care au un impact pozitiv asupra acestora, sprijinind grupurile defavorizate, promovând educația și încurajând sănătatea. Suntem mândri să aducem contribuții semnificative pentru dezvoltarea durabilă a acestor comunități.

Această abordare ne asigură că raportul nostru de sustenabilitate reflectă cu precizie aspectele care sunt importante pentru comunitatea noastră internă și externă.

MOD DE PRODUCȚIE

Amprenta de carbon a produselor

- » La Auchan România, suntem ferm dedicați îmbunătățirii sustenabilității în cadrul activităților noastre de producție. Unul dintre principalele noastre obiective este includerea în oferte a produselor sustenabile, care au un impact redus asupra emisiilor de carbon în procesul de producție.

Impactul produselor asupra mediului înconjurător

- » Înțelegem responsabilitatea noastră față de mediul înconjurător și ne focusăm să promovăm producția durabilă. Astfel, lucrăm în direcția dezvoltării de produse eco-friendly, organice și bio. În același timp, ne concentrăm să furnizăm consumatorilor informații relevante și complete despre produsele responsabile și modelele de consum care contribuie la protejarea mediului.

Produse locale și sezoniere

- » Suntem dedicați oferirii de produse de calitate și sănătoase clienților noștri. În acest sens, ne implicăm activ în selectarea și proiectarea unei oferte unice, bazate pe produse locale și sezoniere. Prin aceasta, sprijinim comunitățile locale și reducem impactul asupra mediului, prin reducerea transportului pe distanțe mari.

RELAȚII DURABILE

Etică în procesele de aprovizionare și livrare

- » Apreciam și încurajăm parteneriatele bazate pe principii etice și responsabilitate socială. De aceea, am implementat „Codul de etică comercială” pentru toți partenerii noștri de afaceri, un document care cuprinde clauze referitoare la aspecte cruciale precum interzicerea exploatarei prin muncă a minorilor și a muncii forțate, practicile de remunerare, anti-discriminarea, anti-corupția și preocuparea pentru protecția mediului.

Aprovizionarea cu materii prime

- » Punem accent deosebit pe practicile agricole durabile și selecția materiilor prime de calitate. De la fermă la furculiță, ne focusăm să utilizăm materii prime etice, astfel încât să putem oferi clienților noștri produse autentice, la trasabilitatea cărora să poată avea acces cu ușurință.

Relații durabile cu furnizorii

- » Ne propunem să construim relații durabile și să extindem colaborările cu furnizorii locali. Dorim să dezvoltăm parteneriate pe termen lung, bazate pe încredere și transparență, care să aducă beneficii reciproce și să stimuleze dezvoltarea sustenabilă a comunităților locale. În acest sens, lucrăm activ la dezvoltarea unui protocol între magazinele noastre și departamentul de produse, pentru a facilita o metodologie mai ușoară de listare pentru furnizorii locali, oferindu-le astfel oportunitatea de a-și expune produsele în cadrul rețelei noastre.

ECONOMIA CIRCULARĂ

Gestionarea deșeurilor în magazin

- » Susținem o gestionare corectă a deșeurilor provenite din magazinele noastre, respectând cu strictețe procedurile stabilite la nivel de companie și conformându-ne legilor și reglementărilor în vigoare la nivel național.

Zero deșeuri

- » Am implementat zone „zero risipă” în toate tipurile de magazine Auchan și ne implicăm activ în educarea și instruirea angajaților pentru a promova practici sustenabile și reducerea cantității de deșeuri.

Reducerea utilizării plasticului

- » Suntem hotărâți să reducem în mod semnificativ cantitatea de plastic utilizată și să promovăm economia circulară pe întregul lanț valoric. Abordăm această provocare prin acțiuni concrete și măsurabile, care să conducă la o utilizare mai responsabilă a resurselor.

Gestionarea articolelor nealimentare nevândute

- » Ne dorim să creștem gradul de conștientizare în rândul clienților și angajaților noștri cu privire la economia circulară. Prin colaborarea cu părțile interesate, dezvoltăm programe relevante și eficiente pentru gestionarea și refolosirea articolelor nevândute.

Impactul ciclului de viață al produsului

- » Ne implicăm activ în reducerea impactului ciclului de viață al produselor, începând de la modul de producție și până la utilizare și eliminare. Îmbunătățim în mod continuu produsele noastre de marcă proprie pentru a fi sustenabile și încurajăm și mărcile naționale să adopte abordări similare.

Sprijin pentru implementarea de practici durabile

- » Susținem schimbările pozitive în industrie prin implementarea practicilor durabile. Ne implicăm în inițiative pentru a evita utilizarea uleiului de palmier, peștelui de tip pangasius și comercializarea cârnii de rechin, având în vedere impactul lor asupra ecosistemelor și durabilității resurselor.

CONSUM RESPONSABIL

Risipa alimentară

- » La Auchan, suntem hotărâți să promovăm consumul responsabil și să contribuim la construirea unui viitor mai durabil și echilibrat. Acest angajament se reflectă într-o serie de inițiative și proiecte inovatoare, menite să combată risipa alimentară și să asigure calitatea, siguranța și sustenabilitatea produselor noastre. Utilizăm tehnologii avansate pentru a minimiza pierderile și pentru a valorifica eficient resursele. De asemenea, punem accent pe conștientizarea angajaților și clienților noștri în privința importanței reducerii risipei alimentare.

Produse sănătoase și de calitate nutrițională

- » Selectăm cu grijă produsele pentru a asigura o compoziție echilibrată utilizând ingrediente alese, încurajând astfel un stil de viață sănătos și o alimentație adecvată.

Eliminarea substanțelor controversate

- » Ne asumăm responsabilitatea de a elimina substanțele controversate din produsele noastre și ne asigurăm că toate produsele comercializate în lanțul nostru de magazine respectă cele mai înalte standarde de siguranță și igienă.

Conștientizarea privind consumul responsabil

- » Încurajând alimentația sănătoasă și educația nutrițională, ne angajăm să îmbunătățim viața clienților noștri și să creștem nivelul de conștientizare al obiceiurilor alimentare sănătoase.

Transparența și trasabilitatea produselor

- » Suntem transparenți în procesul de comunicare oferind date clare cu privire la originea materiilor prime și referitoare la ciclul de viață al produselor noastre astfel încât clienții Auchan să poată lua decizii informate și să se bucure de produse de încredere/sigure/de calitate. De asemenea, lucrăm în mod constant la îmbunătățirea calității serviciilor noastre și ne concentrăm pe gestionarea promptă și eficientă a situațiilor sensibile cum sunt retragerile sau reclamațiile.

Bunăstarea animalelor

- » Educăm clienții în privința alternativelor de produse pe bază de plante, care sunt în acord cu preocupările noastre pentru mediu și sănătate. De asemenea, lucrăm la o politică dedicată bunăstării animalelor și promovăm pescuitul durabil.

Accesibilitatea financiară pentru produse de calitate

- » Ne dorim ca produsele de calitate să fie accesibile tuturor, indiferent de venit sau de resurse financiare. Astfel, ne asigurăm că oferta noastră include opțiuni diverse și adaptate nevoilor fiecărui segment al populației.

Adaptarea dietelor

- » În spiritul adaptării la cerințele clienților, dezvoltăm produse specifice pentru diverse tipuri de alimentație și stiluri de viață, având în vedere atât factorii de mediu, cât și diferitele nevoi de sănătate.

MANAGEMENTUL MAGAZINELOR

Eficiența energetică

- » Evaluăm constant eficiența energetică a magazinelor noastre, urmărind să reducem atât costurile, cât și impactul asupra mediului. Periodic, implementăm îmbunătățiri la nivelul echipamentelor de producție și a echipamentelor frigorifice pentru a diminua consumul de energie și pentru a contribui la combaterea schimbărilor climatice.

Managementul resurselor de apă

- » Ne concentrăm pe reducerea consumului de apă, prin practici de management responsabil și sustenabil. Prin aplicarea de măsuri eficiente de utilizare a apei, ne propunem să diminuăm impactul asupra mediului și să protejăm resursele naturale valoroase.

Conservarea resurselor

- » Încorporăm măsuri semnificative de protecție a mediului în toate proiectele noastre, având în vedere economisirea resurselor naturale prețioase. Ne angajăm să fim în armonie cu mediul înconjurător, protejând biodiversitatea și ecosistemele vulnerabile.

Logistică și mobilitate

- » Ne preocupăm să optimizăm transportul și să reducem amprenta de carbon a operațiunilor noastre logistice. Modernizăm constant infrastructura logistică pentru a răspunde mai bine nevoilor clienților, promovând în același timp mobilitatea durabilă și eco-friendly.

Clădiri verzi

- » Susținem conceptul de clădiri verzi, pentru eficientizarea acestora, prin obținerea certificărilor BREEAM sau EDGE. Susținem conceptul de clădiri verzi, urmărind să eficientizăm construcțiile noastre și să obținem certificări BREEAM⁵ sau EDGE.

Impactul produselor asupra amprentei de carbon

- » Suntem conștienți de riscurile climatice asociate produselor și ne concentrăm pe reducerea impactului acestora asupra amprentei de carbon. Încurajăm și promovăm produsele sustenabile pentru a răspunde cerințelor consumatorilor preocupați de protejarea mediului.

Reducerea gazelor cu efect de seră

- » Avem un angajament ferm de a reduce emisiile de gaze cu efect de seră prin eficientizarea energetică, tranziția către surse regenerabile de energie și optimizarea transportului în întreaga rețea Auchan.

Protecția solurilor

- » Pentru a minimiza impactul asupra solurilor și a mediului înconjurător utilizăm terenurile într-un mod cât mai responsabil și susținem protejarea zonelor naturale sensibile, implementarea soluțiilor de gestionare a apelor pluviale și promovarea construcțiilor verzi și durabile.

⁵Building Research Establishment Environmental Assessment Methodology

Impact social și economic

- » Luăm în considerare atât impactul social, cât și economic al companiei, ce poate reieși din gestionarea incorectă a magazinelor.

GUVERNANȚĂ

Anticorupție

- » Am dezvoltat și implementat un Cod de Conduită Anticorupție care este aplicabil pentru toți angajații noștri, indiferent de poziția lor în companie sau de locația în care își desfășoară activitatea. Prin acest cod, ne asigurăm că toți angajații respectă cele mai înalte standarde de integritate și etică în relațiile de afaceri.

Protecția datelor personale

- » Suntem dedicați asigurării securității și confidențialității datelor personale încredințate sau generate intern. Implementăm politici și proceduri riguroase pentru a ne asigura că datele clienților, angajaților și partenerilor noștri sunt protejate conform cerințelor legale și normelor în vigoare.

Transformarea ofertelor

- » Acordăm o atenție sporită transformării ofertelor noastre, astfel încât să integrăm preocupările sociale, societale și de mediu în activitatea noastră comercială. Ne angajăm să dezvoltăm produse și servicii responsabile, care să sprijine sustenabilitatea și bunăstarea comunităților în care activăm.

Dialogul cu părțile interesate

- » Prioritizăm comunicarea eficientă și deschisă cu toate părțile interesate, pentru a înțelege și aborda prompt preocupările și problemele comune de interes. Implicăm părțile interesate în procesele de dezvoltare și luăm în considerare feedback-ul lor pentru îmbunătățirea continuă a practicilor noastre.

Managementul ESG și gestionarea riscurilor

- » Suntem conștienți de importanța gestionării riscurilor ESG (mediu, social, guvernanță) pentru succesul pe termen lung al companiei și societății. Monitorizăm și tratăm cu promptitudine aceste riscuri, pentru a asigura integritatea și sustenabilitatea operațiunilor noastre.

Securitatea cibernetică

- » Investim în sisteme IT avansate și acordăm o importanță ridicată securității cibernetică, pentru a proteja atât datele noastre interne, cât și informațiile clienților și partenerilor noștri.

Strategia de responsabilitate socială corporativă (CSR)

- » Prioritizăm extinderea și implementarea cu succes a strategiei noastre de CSR, care reprezintă un element esențial pentru atingerea obiectivelor noastre de sustenabilitate și implicarea responsabilă în comunitate.

Comunicarea CSR

- » Comunicăm coerent și clar strategia și misiunea noastră de CSR, pentru a crește nivelul de conștientizare și implicare al angajaților și clienților în acțiunile noastre de responsabilitate socială.

Sponsorizare și filantropie

- » Venim în întâmpinarea nevoilor comunităților vulnerabile, implicându-ne în proiecte care susțin protecția mediului înconjurător, promovează alimentația sănătoasă și reducerea risipei alimentare, și oferă sprijin social.

Rezultatele evaluării materialității

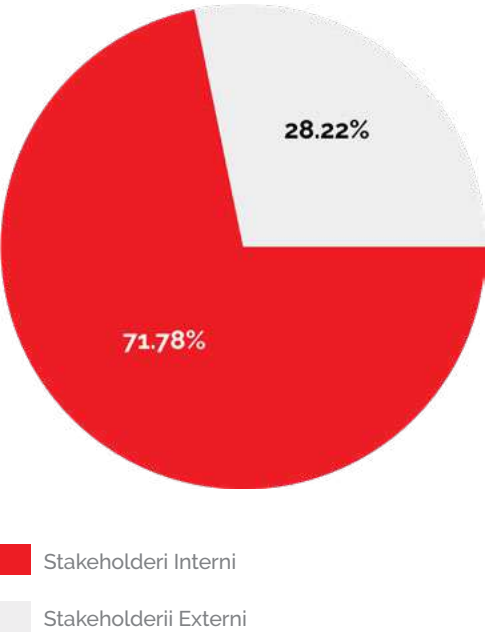
În identificarea aspectelor materiale semnificative pentru compania noastră și stabilirea relevanței acestora, am desfășurat un proces analitic riguros. În colaborare cu cinci dintre stakeholderii cheie ai companiei, provenind din domenii relevante precum guvernanță, achiziții, juridic, sustenabilitate și managementul riscurilor de mediu, aspectele materiale identificate au fost analizate atât din perspectiva impactului lor asupra societății, cât și a impactului financiar și a relevanței pe termen lung.

În acest sens, am organizat un focus grup la care au participat toți stakeholderii cheie și am distribuit un chestionar către aceștia pentru a aduna și evalua feedback-ul lor. Rezultatele obținute în urma acestui proces analitic au fost sistematizate și clasificate într-o matrice de materialitate, oferindu-ne o imagine clară asupra aspectelor prioritare pentru compania noastră.

De asemenea, am luat în considerare și feedback-ul primit din chestionarele de materialitate completate de către stakeholderii secundari, atât interni, cât și externi. Astfel, fiecare aspect material a fost analizat în funcție de influența sa financiară asupra afacerii noastre și a impactului asupra societății.

Suntem dedicați asimilării feedback-ului primit de la toți stakeholderii noștri și luăm în considerare recomandările primite. În măsura în care este posibil, încorporăm aceste recomandări în programele pe care le dezvoltăm și în activitatea noastră.

Stakeholderii Respondenți



PROCESUL DE CONSTRUCȚIE AL ANALIZEI DE MATERIALITATE



1.3.2. Dialogul cu stakeholderii

GRI 2-29

Relaționăm în mod activ cu părțile interesate, întrucât credem în valoarea dialogului și implicării lor în etapele critice ale evoluției noastre.

Pentru noi, comunicarea eficientă cu stakeholderii este o prioritate, iar răspunsurile rapide la preocupările lor privind chestiunile de interes comun sunt esențiale.

PROCESUL DE DIALOG CU STAKEHOLDERII		
Tipul stakeholderilor	Subiecte de interes	Cum comunicăm și interacționăm
Clienții și locuitorii României	» Produse (calitate, disponibilitate, siguranță, sortiment) » Prețuri accesibile » Experiență de cumpărături » Educarea clienților	» Produse de filieră și marcă proprie » Distincția internațională Customers' Friend și statutul Customers' Friend - Superior Excellence » Programul „Farfuria lui Exarhu” » Programul de fidelitate „My CLUB”
Angajați	» Remunerație și beneficii competitive » Loc de muncă etic » Forță de muncă diversă și incluzivă » Bunăstare și beneficii » Învățare, dezvoltare și creștere » Oportunități de carieră	» Întâlnirile cu reprezentanții salariaților » Comitete Agora » Proiect Uman Transformarea Culturala » Barometrul de Angajament și Satisfacție al angajaților » Centrul de Excelență Auchan Refresh » Evenimentul „Săptămâna Conformității” » Programele de pepiniera Auchan StarTalents » Programul de Sustenabilitate Personală » Bursă Executive – Master of Business Administration (MBA) » Programul Auchan International Management
Furnizori de produse marcă proprie Auchan	» Termeni și condiții de livrare » Condiții de plată » Etică și transparență » Cooperare în direcția inovării	» Peste 85% furnizori din România » Peste 700 de produse marcă proprie dezvoltate în România » Audituri regulate efectuate la furnizorii de produse de filieră Auchan » Produse care respectă alimentațiile speciale (fără gluten, fără zahăr, Bio, Eco etc)
Producători/fermieri locali	» Așteptările Auchan România în ceea ce privește volumele și calitatea produselor » Termeni și condiții de livrare » Condiții de plată » Etică și transparență	» Dezvoltarea programului „Filiera”, pe termen lung, în parteneriat cu producători din România » Implementarea aplicației blockchain pentru anumite produse de filieră, care asigură trasabilitatea completă a lanțului de aprovizionare » Clubul Mărcilor Emblematice Românești

Autorități și administrații locale, naționale și internaționale	» Impozite » Raportarea conformității » Transparență » Etică » Securitatea și confidențialitatea datelor	» Redactarea declarațiilor financiare și nefinanciare » Plata taxelor și vărsămintelor » Redactarea Raportului de Sustenabilitate » Respectarea legilor și drepturilor angajaților
Comunități locale și ONG-uri	» Angajament comunitar » Oportunități de angajare » Sponsorizări » Sustenabilitate » Impactul asupra mediului » Risipa alimentară și deșeuri alimentare » Cumpărături în siguranță	» 2,6 M lei investiți în proiecte comunitare, printre care: campanii de strângeri de fonduri, campanii de donare de produse și susținerea financiară a unor programe comunitare » Campania permanentă cu Federația Băncilor pentru Alimente din România - FBAR » Proiecte de economie circulară » Apel internațional la proiecte pentru un grant de până la 100.000 de euro » Campanii naționale de donare de sânge
Media	» Etică și transparență » Dialog deschis » Calitatea informațiilor » Colaborare	» Comunicări pentru acțiuni de CSR » Publicarea Rapoartelor de Sustenabilitate » Publicarea comunicatelor de presă » Participarea la evenimente și conferințe
Investitori	» Profitabilitate » Stabilitate și performanță financiară » Performanță sustenabilă » Managementul riscului » Etică și transparență	» Adunarea anuală a acționarilor » Reuniunea comunității financiare » Participarea la conferințe și forumuri » Apeluri regulate și întâlniri în persoană » Apeluri tematice, la cerere » Rapoarte financiare anuale
Grupul Auchan Retail	» Profitabilitate » Reputație » Sustenabilitate	» Rapoarte » Conferințe periodice » Întâlniri și apeluri

Percepția stakeholderilor asupra demersurilor noastre în domeniul sustenabilității

În efortul nostru de a asigura o abordare completă și transparentă în evaluarea materialității, au fost create chestionare online care ne-au permis să obținem opinia valoroasă a stakeholderilor noștri. Aceste chestionare au reprezentat oportunitatea de a obține feedback cu privire la activitățile noastre de sustenabilitate și modul în care comunicăm cu ei. Pe lângă chestionarele de evaluare a materialității, am decis să extindem această consultare cu stakeholderii prin lansarea unui chestionar de reputație. Acest demers ne-a permis să înțelegem

mai bine percepția lor asupra activităților noastre de sustenabilitate și să aflăm cum își doresc ei să ne vedem evoluând pe termen scurt și mediu.

Consultarea cu stakeholderii și implicarea acestora reprezintă o activitate continuă, prin care colegii noștri din diferite departamente interacționează direct cu stakeholderii și adună informații prețioase despre modul în care activitatea Auchan România este percepută de aceștia. Această colaborare internă ne ajută să fim mai receptivi și mai adaptați la nevoile și așteptările celor cu care interacționăm.

METODĂ DE CONSULTARE STAKEHOLDERI		REZULTAT/SCOP
Chestionar online de reputație, adresat angajaților, clienților și colaboratorilor externi ai Auchan România (contractori, furnizori, ONG-uri, asociații profesionale)		Analiza imaginii și reputației Auchan pentru angajați și public (509 răspunsuri)
Chestionar online adresat stakeholderilor non-cheie, interni și externi		Cuantificarea impactului companiei asupra societății pentru fiecare aspect material identificat (509 răspunsuri)
Focus grup cu stakeholderii cheie ai companiei		Identificarea aspectelor materiale și a direcțiilor strategice relevante pentru companie (5 răspunsuri)
Chestionar online adresat stakeholderilor cheie ai companiei		Cuantificarea impactului financiar asupra companiei pentru fiecare aspect material identificat (5 răspunsuri)

Cifre cheie ale **Analizei de Reputație:**

89,90%

dintre respondenți apreciază activitatea și imaginea Auchan (32,60% într-o mare măsură și 56,60% într-o foarte mare măsură). În plus, **51%** dintre aceștia consideră Auchan având cea mai bună reputație în raport cu retailerii competitori, principalele motive fiind calitatea serviciilor sau produselor, serviciile oferite prin angajați pentru clienți și responsabilitatea față de mediu.

Peste 70%

dintre respondenți consideră că activitățile potrivite pentru industria de retail sunt **proiectele legate de protecția mediului și activitățile de promovare a României**. Mai mult, peste **65%** consideră importante **proiectele educative de artă și cultură sau proiectele care sprijină sportul**.

Promovarea responsabilității de mediu

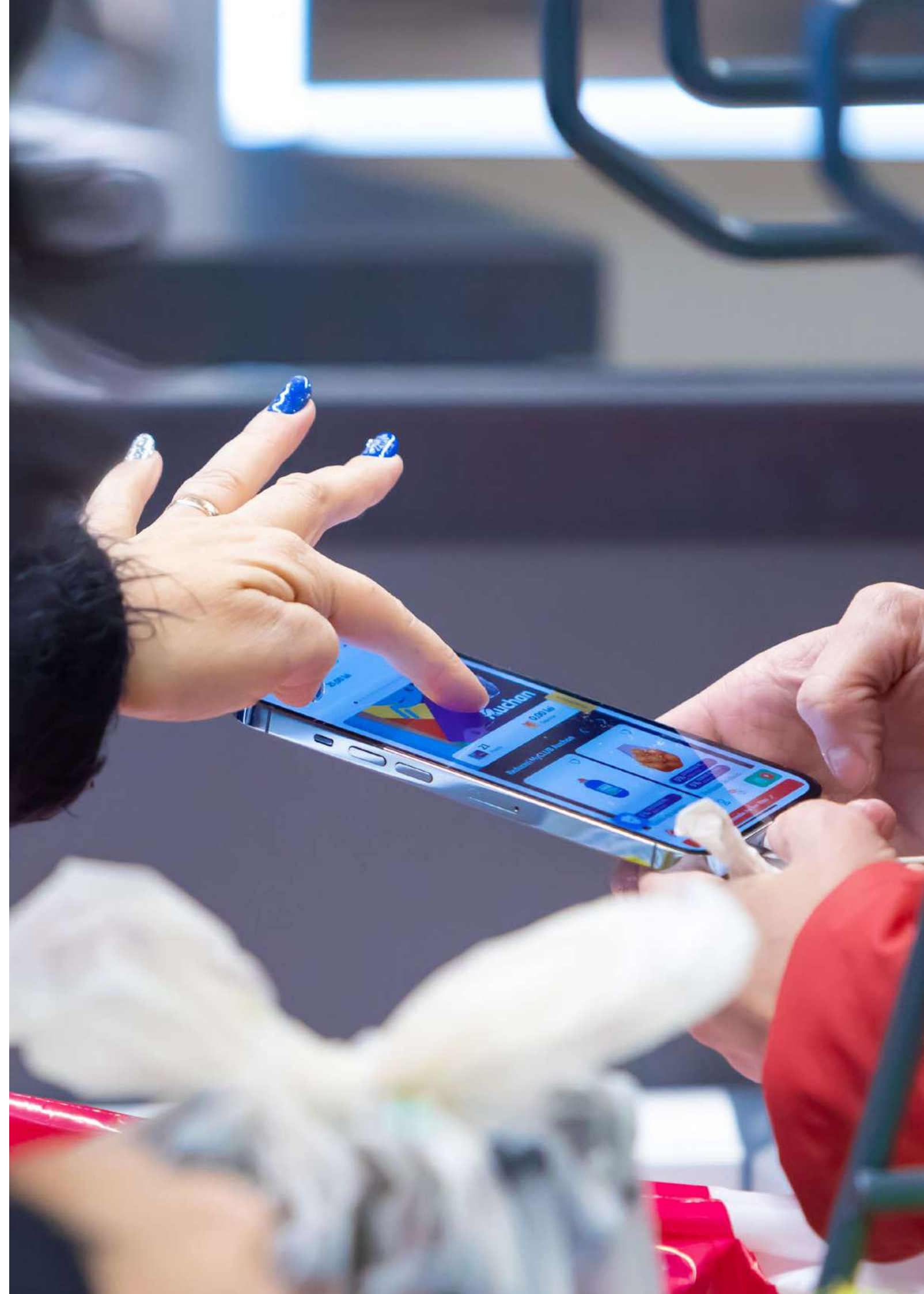
de către Auchan pe subiecte precum **alimentație sănătoasă, combaterea risipei alimentare, combaterea poluării cu plastic, reducerea amprente de carbon și a impactului climatic, economie circulară**, este cunoscută și susținută într-o mare și foarte mare măsură de **88,05%** din respondenți.

82,17%

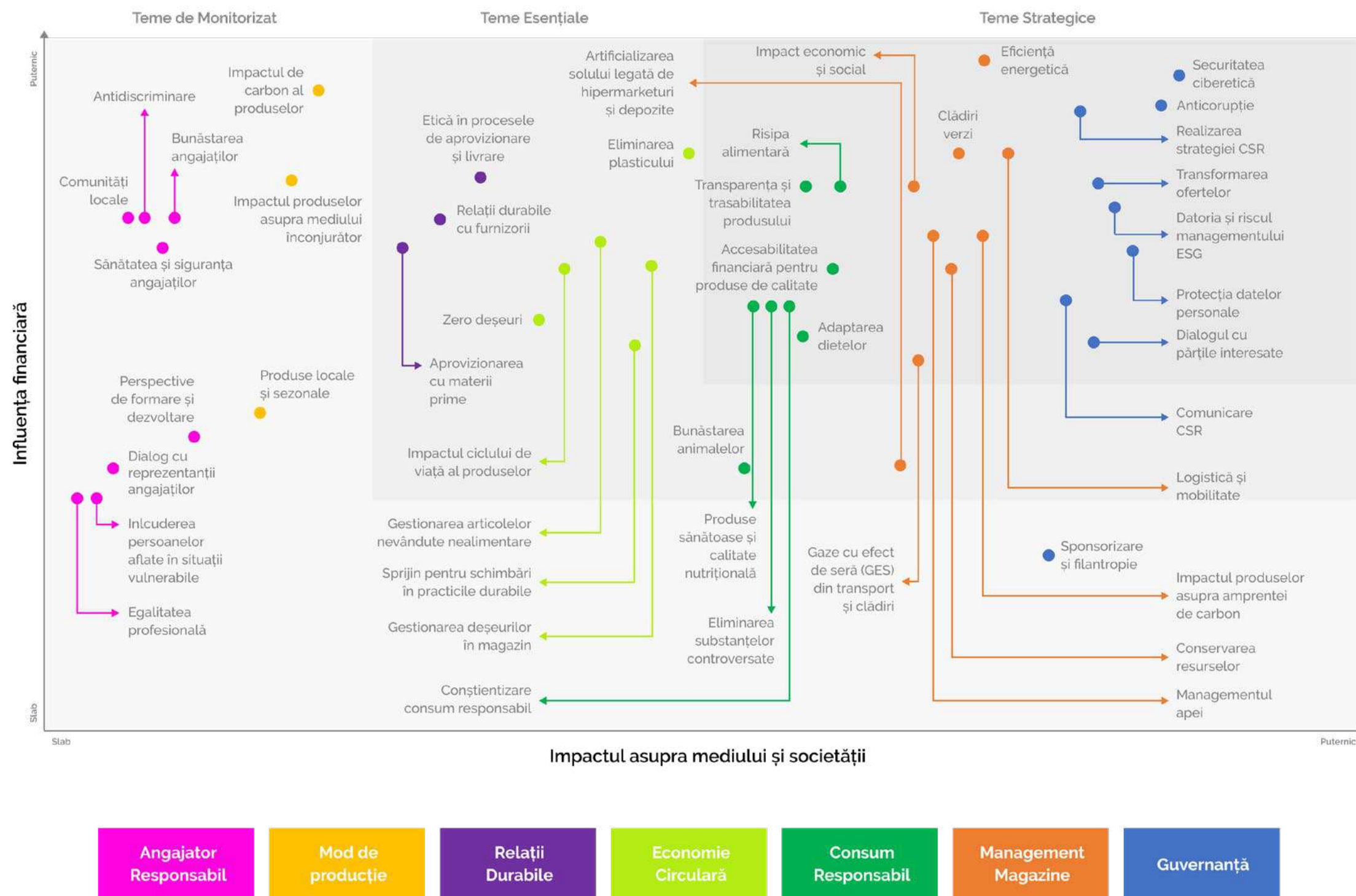
dintre răspunsuri indică faptul că Auchan este o companie transparentă și deschisă la dialog și **81,82%** indică faptul că este o companie care dă dovadă de corectitudine în afaceri.

80,51%

dintre respondenți consideră că Auchan oferă un raport bun calitate-preț iar **79,80%** că este o companie interesată, într-o mare și foarte mare măsură, de satisfacția clienților.



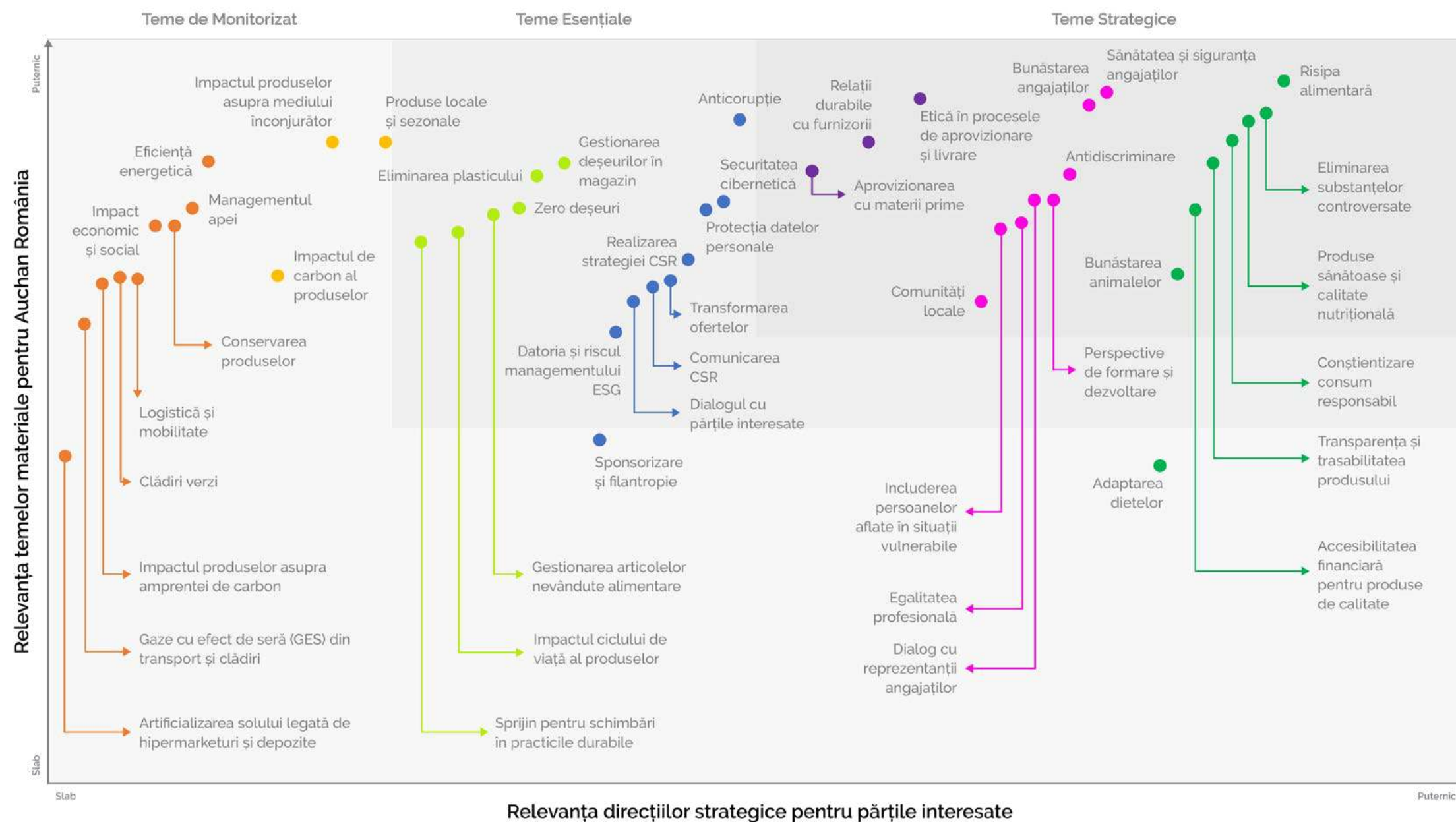
MATRICEA DE DUBLĂ MATERIALITATE DIN PERSPECTIVA STAKEHOLDERILOR CHEIE



ASPECTELE MATERIALE CONFORM ANALIZEI DE DUBLĂ MATERIALITATE DIN PERSPECTIVA STAKEHOLDERILOR CHEIE

Angajator responsabil	Mod de producție	Relații durabile	Economie circulară	Consum responsabil	Management magazine	Guvernanță
1. Perspective de formare și dezvoltare	1. Impactul de carbon al produselor	1. Etica în procesele de aprovizionare și livrare	1. Eliminarea plasticului	1. Risipa alimentară	1. Impactul produselor asupra amprentei de carbon	1. Securitatea cibernetică
2. Condiții de muncă atractive și bunăstarea angajaților	2. Impactul produselor asupra mediului înconjurător	2. Relații durabile cu furnizorii	2. Gestionarea deșeurilor în magazin	2. Transparența și trasabilitatea produsului	2. Eficiență energetică	2. Anticorupție
3. Sănătatea și siguranța angajaților	3. Produse locale și sezonale	3. Aprovizionarea cu materii prime	3. Sprijin pentru schimbări în practicile durabile	3. Accesibilitatea financiară pentru produse de calitate	3. Conservarea resurselor	3. Protecția datelor personale
4. Anti-discriminare și diversitate în cadrul companiei			4. Gestionarea articolelor nevândute nealimentare	4. Adaptarea dietelor	4. Logistică și mobilitate	4. Datoria și managementul riscului ESG
5. Comunități locale			5. Impactul ciclului de viață al produselor	5. Conștientizarea consumului responsabil și a impactului produselor asupra mediului	5. Gaze cu efect de seră (GES) din transport și clădiri	5. Transformarea ofertelor pentru a integra problemele sociale, societale și de mediu
6. Dialog cu reprezentanții angajaților			6. Zero deșeuri	6. Eliminarea substanțelor controversate	6. Impact economic și social	6. Realizarea strategiei CSR
7. Includerea persoanelor aflate în situații vulnerabile				7. Produse sănătoase și calitate nutrițională	7. Clădiri verzi	7. Dialogul cu părțile interesate
8. Egalitatea profesională între femei și bărbați				8. Bunăstarea animalelor	8. Managementul apei	8. Comunicare privind acțiunile și strategia CSR implementată
					9. Artificializarea solului legată de hipermarketuri și depozite	9. Sponsorizare și filantropie

MATRICEA DE MATERIALITATE AUCHAN

Management
MagazineMod de
producțieEconomie
circulară

Guvernanță

Relații
DurabileAngajator
ResponsabilConsum
Responsabil

ASPECTELE MATERIALE CONFORM ANALIZEI DE DUBLĂ MATERIALITATE DIN PERSPECTIVA TUTUROR STAKEHOLDERILOR

Management magazine	Mod de producție	Economie circulară	Guvernanță	Relații durabile	Angajator responsabil	Consum responsabil
1. Eficiență energetică	1. Impactul produselor asupra mediului înconjurător	1. Gestionarea deșeurilor în magazin	1. Anticorupție	1. Etica în procesele de aprovizionare și livrare	1. Sănătatea și siguranța angajaților	1. Risipa alimentară
2. Managementul apei	2. Produse locale și sezonale	2. Eliminarea plasticului	2. Securitatea cibernetică	2. Relații durabile cu furnizorii	2. Condiții de muncă atractive și bunăstare a angajaților	2. Eliminarea substanțelor controversate
3. Conservarea resurselor	3. Impactul produselor asupra amprente de carbon	3. Zero deșeuri	3. Protecția datelor personale	3. Aprovizionarea cu materii prime	3. Antidiscriminare și diversitate în cadrul companiei	3. Produse sănătoase și calitate nutrițională
4. Impact economic și social		4. Gestionarea articolelor nevândute nealimentare	4. Realizarea strategiei CSR		4. Perspective de formare și dezvoltare	4. Conștientizarea consumului responsabil și a impactului produselor asupra mediului
5. Impactul produselor asupra amprente de carbon		5. Impactul ciclului de viață al produselor	5. Transformarea ofertelor pentru a integra problemele sociale, societale și de mediu		5. Dialog cu reprezentanții angajaților	5. Transparența și trasabilitatea produsului
6. Logistică și mobilitate		6. Sprijin pentru schimbări în practicile durabile	6. Comunicare privind acțiunile și strategia CSR implementată		6. Egalitatea profesională între femei și bărbați	6. Accesibilitatea financiară pentru produse de calitate
7. Clădiri verzi			7. Dialogul cu părțile interesate		7. Includerea persoanelor aflate în situații vulnerabile	7. Bunăstarea animalelor
8. Gaze cu efect de seră (GES) din transport și clădiri			8. Datoria și managementul riscului ESG		8. Comunități locale	8. Adaptarea dietelor
9. Artificializarea solului legată de hipermarketuri și depozite			9. Sponsorizare și filantropie			

PRINCIPALELE ASPECTE MATERIALE ESG - MEDIU, SOCIAL, GUVERNANȚĂ

Mediu	Social	Guvernanță
» Risipa alimentară	» Sănătatea și siguranța angajaților	» Anticorupție
» Eficiență energetică	» Condiții de muncă atractive și bunăstare a angajaților	» Etica în procesele de aprovizionare și livrare
» Impactul produselor asupra mediului înconjurător	» Antidiscriminare și diversitate în cadrul campaniei	» Securitatea cibernetică

02 Povestea Auchan



2.1 DESPRE NOI, ÎN CIFRE



BUSINESS

440

magazine*

7.388.303.107

lei cifră de afaceri (cu TVA)**

321.878

clienți zilnici*

2.562.567

produse vândute zilnic*



MEDIU

100% ambalaje eco-friendly la
gastronomie și take-away**

26.000 tone de deșeuri generate,
11,972 de tone de deșeuri reciclate sau
valorificate*

Transport de marfă **100%** cu camioane cu
motor tip euro 5 și 6**



PRODUSE SUSTENABILE

775

produse de marcă proprie dezvoltate
în România*

97

produse de marcă proprie bio și
ecologice, dintre care **22** produse locale*

Peste **100**

de furnizori alimentari care
livrează la nivel local*



ANGAJAȚI

55%

femei în poziții de management*

103.180

ore instruire angajați*

7.806

angajați*



SOCIETATE

2.587.990

lei investiți în proiecte sociale**

93

proiecte sociale**

* în perioada 1 octombrie 2021 - 30 septembrie 2022

** în perioada 01 ianuarie - 31 decembrie 2022

2.2 VIZIUNEA NOASTRĂ

Schimbările și evenimentele globale din ultimii ani au generat numeroase transformări din punct de vedere alimentar, digital, economic și de mediu, distribuția de masă trecând la rândul ei printr-o perioadă de modificări semnificative. Toate acestea au generat o nevoie de adaptare a oamenilor și proceselor la noile așteptări ale cetățenilor și clienților noștri, context în care ne-am afirmat Viziunea pentru 2032, și anume "Măncăm mai sănătos & trăim mai bine, protejând planeta".

Sintetizând, la Auchan ne dorim să continuăm promovarea alimentației sănătoase prin oferta noastră exclusivă, să dezvoltăm mai multe filiere Auchan și să contribuim la o viață mai bună pentru clienții noștri și comunitățile în care ne desfășurăm activitatea, respectând și protejând în același timp planeta.

În urmă cu trei ani, am lansat ambițiosul proiect de companie „Auchan 2022”, cu obiective clare pentru a ne consolida poziția ca jucător de referință în domeniul produselor de calitate, sănătoase, locale, bazându-se pe o ofertă unică, corectă și responsabilă. Un alt scop important al acestui proiect a fost acela de a crea experiențe îmbogățite pentru clienți, contribuind astfel la îmbunătățirea calității vieții acestora.

Pentru a continua progresul și angajamentul său, compania și-a afirmat Viziunea 2032, intitulată „Măncăm mai sănătos & trăim mai bine, protejând planeta”. Prin această viziune, dorim să dăm un sens deplin profesiei de retailer și să ne reafirmăm angajamentul față de preservarea planetei și comunitate.

În cadrul acestui proiect, produsele Auchan și emoția sunt considerate elemente centrale ale strategiei. Compania a dezvoltat o abordare dedicată calității, sănătății și sustenabilității produselor locale, cu accent deosebit pe domeniul alimentar, unde se acordă



prioritate profesiilor și serviciilor alimentare locale. Produsele sub brandul „Filierea Auchan” sunt un exemplu elocvent al acestui efort, reprezentând angajamentul ferm al companiei față de respectul pentru mediu și bunăstarea animalelor.

Prin parteneriate agricole exigente și durabile, Auchan împărtășește valorile cu producătorii locali, sprijinind lanțurile de aprovizionare responsabile de producție agricolă (filieră). Numărul acestor parteneriate a crescut semnificativ, ajungând de la 13 în 2020 la aproape 41 în 2022. De asemenea, gama de produse nealimentare reprezintă un puternic factor de diferențiere pentru noi.

Pentru a asigura accesibilitatea și satisfacția clienților, am dezvoltat un sistem omnicanal, care îmbină cu succes cele mai bune aspecte ale experiențelor fizice și cumpărăturilor online. Astfel, răspundem nevoilor diversificate ale clienților, facilitând accesul la produsele preferate în mod flexibil și convenabil.

2.3 MISIUNEA AUCHAN ROMÂNIA

Misiunea noastră este să facem dorite și accesibile unui număr cât mai mare de oameni produsele și serviciile noastre bazate pe o alimentație sănătoasă și pe grija față de mediul înconjurător. Cei doi piloni esențiali și pe care construim zi de zi sunt produsele Auchan și emoția. Punem accent pe conexiunea umană, grija autentică deopotrivă față de angajat și nevoile personale și profesionale ale acestuia, dar și față de clienții și partenerii noștri. Credem cu tărie că fiecare dintre noi participă activ la îndeplinirea misiunii noastre dar și pentru a crea o experiență plăcută pentru clientul nostru ajutându-ne să ne îndeplinim ambiția de a deveni marca preferată a angajaților, clienților, partenerilor, cetățenilor și acționarilor noștri.

Ne dedicăm să aducem bucurie și sustenabilitate în viața cât mai multor oameni, oferind produse și servicii care

promovează o alimentație sănătoasă și respect pentru mediul înconjurător. Suntem mândri să contribuim la dezvoltarea unei comunități mai responsabile și mai conectate, prin intermediul valorilor noastre:

În 2022 ne-am conturat o nouă viziune, axată pe doi piloni fundamentali: Produsele și Emoția. Dorim să fim un partener de încredere și de înaltă calitate, care oferă produse variate și accesibile, susținând în același timp experiențe memorabile și emoționante pentru clienții noștri.

Ambiția noastră este să devenim marca preferată a angajaților, clienților, partenerilor, cetățenilor și acționarilor noștri. Construim relații etice și de durată cu toate aceste părți interesate și contribuim activ la dezvoltarea comunității din care facem parte.



ÎNCREDERE

Încrederea este cheia unei colaborări eficiente, binevoitoare și cu sens, pentru toți. Într-o lume aflată într-o evoluție constantă, încrederea conduce către construirea, în fiecare zi, a relațiilor puternice și durabile.



EXCELENȚĂ

ExceLENȚA în raport cu noi înșine și cu ceilalți. Pasiunea pentru produs, servicii, relaționare. ExceLENȚA ne ghidează, nu ne mulțumim doar să facem lucrurile mai bine, ci avem ambiția de a le face cel mai bine.



DESCHIDERE

Este o stare de spirit care face diferența și face posibilă schimbarea. Curiozitatea, entuziasmul, capacitatea de a ne repune în discuție pentru a inventa comerțul de mâine, comerțul care va schimba viața celor 8 miliarde de locuitori ai planetei.

2.4 BUSINESS-UL AUCHAN ROMÂNIA

2.4.1. Despre Auchan România

GRI 2-1

Compania Auchan România S.A. este parte a grupului Auchan Retail, împreună cu New Immo Holding (care include Foncière Ceetrus și Nhood), formând astfel grupul ELO. De asemenea, compania deține o investiție de capital de 49,9% în Oney Bank. Grupul ELO (fostul Auchan Holding) reunește două companii cu linii de afaceri complementare: un retailer alimentar (Auchan Retail) și o companie care furnizează servicii pentru toate liniile de afaceri imobiliare (New Immo Holding). Prin sprijinul ELO, fiecare linie de afaceri adoptă o abordare responsabilă pentru a-și consolida pozițiile pe piețele lor principale, efectuând transformări semnificative pentru a-și atinge viziunea.

Acest raport de sustenabilitate se concentrează exclusiv pe activitățile și acțiunile de sustenabilitate ale companiei Auchan România.

2.4.2. Lanțul nostru valoric

GRI 2-6

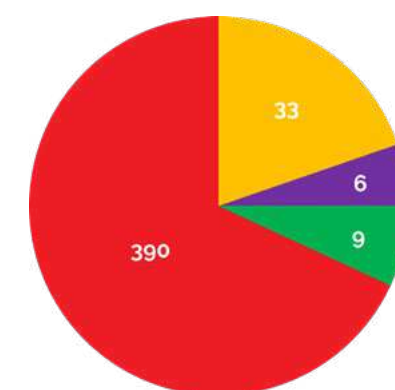
Modelul nostru de afaceri inovator „figital” (digital și fizic) ne permite să oferim clienților noștri flexibilitatea de a alege dintre diferite metode de cumpărături, combinând experiența tradițională de cumpărare în magazin cu opțiuni de cumpărare online. Clienții noștri pot alege să se bucure de experiența tradițională de cumpărare în magazinele noastre sau să opteze pentru o experiență complet online. Aceștia pot plasa comenzi pe platformele noastre digitale și le pot primi la ușă sau le pot prelua personal de la magazin sau de la punctele Drive din cadrul magazinele noastre. Astfel, ne asigurăm că putem satisface preferințele individuale ale clienților noștri.

Continuăm să menținem numărul de 32 de locații Auchan Drive și 34 de locații Click&Collect, pentru a oferi clienților o varietate de opțiuni convenabile și rapide de cumpărături.

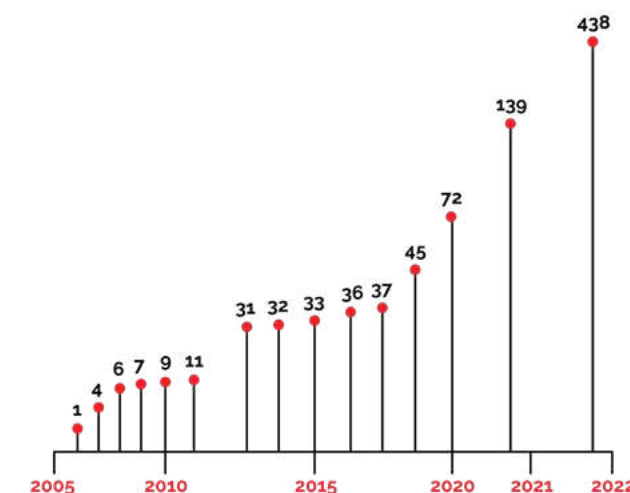
În ceea ce privește extinderea rețelei noastre de magazine, suntem mândri să raportăm o creștere semnificativă a numărului total de magazine Auchan România, care a crescut de la 139 la 438 magazine înregistrate până la data de 30 septembrie 2022. Acest succes se datorează în principal obiectivului nostru de

a extinde rețeaua de magazine MyAuchan din cadrul Stațiilor Petrom, 300 de noi unități fiind deschise în 2022. În plus față de acestea, am mai deschis două supermarketuri, un concept de mari dimensiuni - peste 2000 mp, demonstrând angajamentul nostru pentru a oferi o gamă variată de formate de magazine în funcție de necesitățile locale ale clienților noștri. Cu toate acestea, avem în vedere și optimizarea rețelei, iar în acest sens, un magazin MyAuchan (Obregia) a fost închis.

Din cele 438 de magazine deschise în România:



Evoluția numărului de magazine:



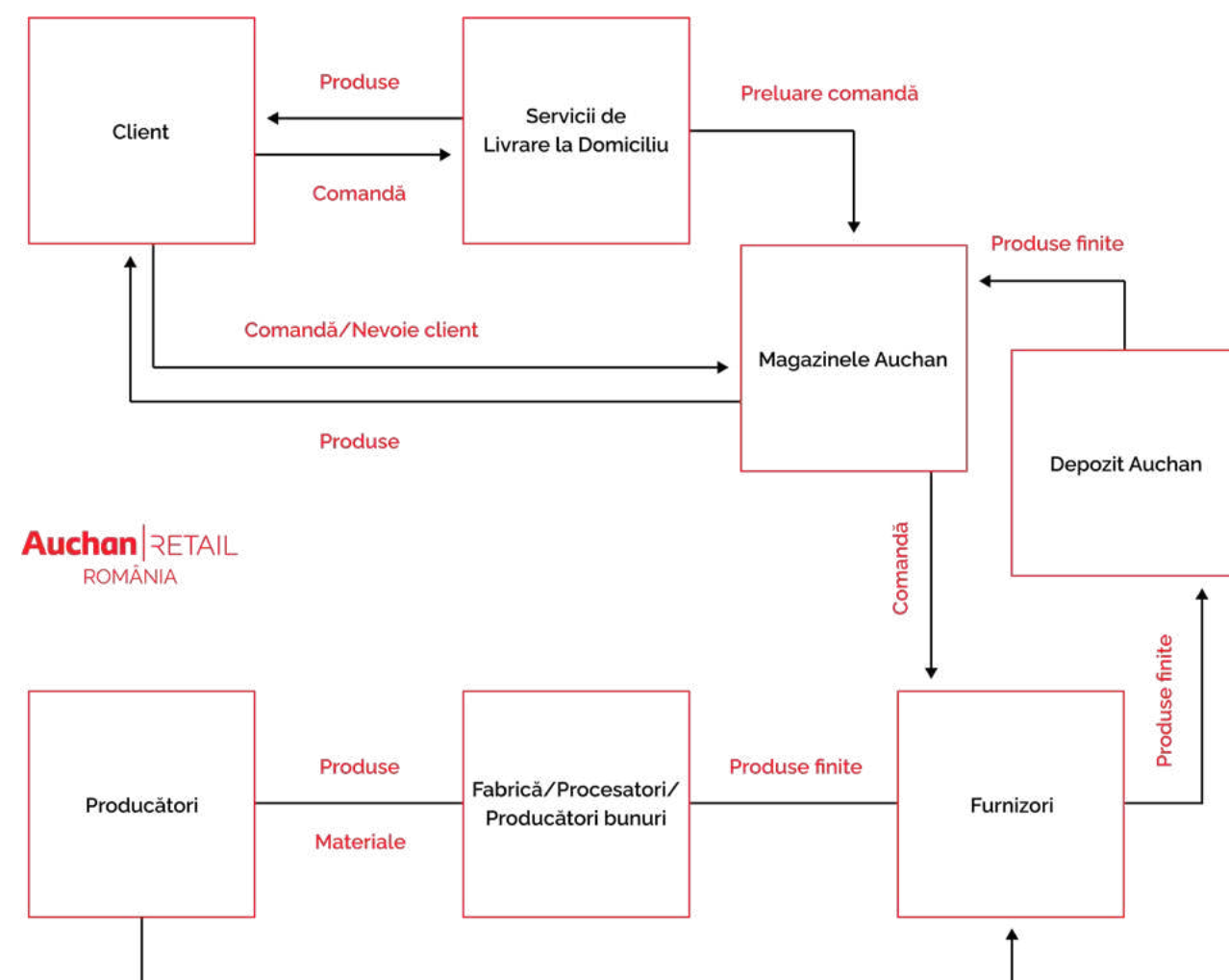
În perioada 1 octombrie 2021 - 30 septembrie 2022

În cursul anului 2022, ne-am intensificat eforturile de a oferi clienților o experiență de cumpărare mai accesibilă și convenabilă, prin intermediul colaborării cu diverse platforme de livrare. Ne-am asumat angajamentul de a răspunde nevoilor și preferințelor în continuă schimbare ale consumatorilor, adaptându-ne astfel la mediul dinamic al comerțului.

În cadrul acestei inițiative, am format parteneriate cu multiple platforme de livrare recunoscute, precum Glovo, Tazz, FAN Delivery și LolaMarket. Prin intermediul acestor parteneriate, am extins gama de opțiuni disponibile pentru clienții noștri, permițându-le să comande produsele noastre direct de pe platformele respective, cu livrare rapidă și sigură în locațiile lor preferate.

În prima parte a anului 2022, am avut o colaborare de succes și cu compania Takeaway. Această colaborare ne-a oferit oportunități valoroase de a ne extinde prezența pe piața de livrare, ceea ce a adus beneficii tuturor părților implicate. Însă, în luna iunie 2022, Takeaway a decis să se retragă de pe piața din România. Cu toate acestea, am învățat multe din această experiență și ne-am folosit cunoștințele acumulate pentru a îmbunătăți și optimiza colaborările viitoare cu alte platforme de livrare.

Colaborarea cu platforme de livrare implică și responsabilități suplimentare în privința sustenabilității și impactului asupra mediului. Suntem conștienți de importanța gestionării corecte a deșeurilor generate în urma acestui tip de livrare și căutăm să implementăm soluții eco-friendly, astfel încât să minimizăm amprenta noastră asupra mediului.



Auchan | RETAIL
ROMÂNIA

2.4.3. Furnizori sustenabili

GRI 308-1; GRI 408-1; GRI 409-1

Auchan România se angajează să protejeze mediul și societatea și ia toate măsurile necesare pentru a sprijini acest scop. De exemplu, de mulți ani, în practicile noastre de cumpărare „Codul de etică comercială” este obligatoriu semnat de fiecare partener de afaceri cu care lucrăm. Documentul conține clauze privind exploatarea prin munca minorilor, munca forțată, practicile de remunerare, antidiscriminarea, anticorupția și, de asemenea, clauze de mediu (asigurarea că partenerii noștri protejează resursele naturale).

De asemenea, începând cu 2021, am introdus clauze de mediu în contractele noastre cu furnizorii de logistică pentru a ne asigura că vehiculele folosite pentru aprovizionarea magazinelor Auchan sunt echipate cu motoare Euro 5 și Euro 6. În perioada de raportare*, 100% dintre furnizorii noștri de logistică au folosit acest tip de camioane.

Nu în ultimul rând, în 2022 am început să cerem tuturor furnizorilor companiei noastre să obțină certificarea Ecovadis, având până la finalul anului 72 de furnizori certificați.

2.4.4. Impact economic

GRI 201-1

PERFORMANȚA ECONOMICĂ A AUCHAN ROMÂNIA ÎN 2022** ȘI 2021

6.937.753.430 Lei	2022	Cifra de afaceri netă	2021	6.332.744.367 Lei
7.388.303.107 Lei	2022	Cifra de afaceri cu TVA	2021	7.214.344.619 Lei
97.014.682 Lei	2022	Producția vândută	2021	82.753.956 Lei
565.886.191 Lei	2022	Cheltuieli cu personalul	2021	511.748.013 Lei
35.186.590 Lei	2022	Cheltuieli cu impozite, taxe și vărsăminte asimilate	2021	37.570.640 Lei
6.988.419.925 Lei	2022	Venituri totale	2021	6.336.784.970 Lei
6.860.392.328 Lei	2022	Cheltuieli totale	2021	6.217.838.793 Lei
27.108.869 Lei	2022	Impozit pe profit	2021	33.056.990 Lei
100.321.597 Lei	2022	Profit net	2021	85.275.770 Lei

*în perioada 1 octombrie 2021 - 30 septembrie 2022

**01 ianuarie - 31 decembrie 2022

2.5 CERTIFICĂRI, ASOCIERI, PREMII

2.5.1. Certificări și recertificări

Re-certificare Safe guard

Pentru a continua să asigure siguranța achizițiilor clienților săi, Auchan România a efectuat o recertificare SafeGuard în anul 2022. Astfel, hipermarketurile și supermarketurile Auchan, magazinele MyAuchan, sediile și spațiile de birouri ale angajaților magazinului, precum și depozitele proprii, au fost etichetate ca spații de cumpărături sigure, beneficiind de marcajul SafeGuard.

În decembrie 2020, Auchan România a obținut certificarea inițială SafeGuard, realizată de către compania de audit Bureau Veritas, în decembrie 2020, pentru respectarea și implementarea corectă a celor mai bune practici de siguranță pentru prevenirea răspândirii COVID-19 în toate spațiile administrate de companie.

Prin obținerea și menținerea certificării SafeGuard, demonstrăm că ne preocupăm profund de siguranța și bunăstarea clienților și angajaților noștri. În plus, angajamentul nostru pentru siguranță nu se limitează doar la spațiile de cumpărături. Auchan România a implementat și măsuri adecvate în întreaga sa rețea logistică, asigurând că produsele ajung în magazine în condiții optime de siguranță și igienă.



⁶BREEAM (Building Research Establishment Environmental Assessment Method) este un standard global de sustenabilitate și un sistem de rating stabilit în Marea Britanie în 1990, care permite verificarea clădirilor individuale, a comunităților și a proiectelor de infrastructură. Este o marcă de încredere utilizată până în prezent la peste 500.000 de clădiri și aplicată în prezent în peste 83 de țări, certificând calitatea unei clădiri și performanța sa de mediu.

Certificarea BREEAM

În anul 2022, am obținut certificatul BREEAM - FOARTE BUN⁶ pentru construcția noului nostru Depozit Logistic din Deva-Călan. Procesul de certificare BREEAM a fost tratat cu o deosebită atenție în contractul de leasing dintre Auchan și Proprietarul Clădirii pentru depozitul logistic, fiind în acord cu strategia noastră de Sustenabilitate Auchan Retail România. Recunoașterea pe care o aduce certificarea BREEAM evidențiază valoarea construcțiilor noastre cu performanțe superioare pe întregul ciclu de viață, de la construcția propriu-zisă până la utilizare și renovare.

BREEAM nu este doar cea mai utilizată metodă de evaluare a clădirilor din lume din perspectivă ecologică, ci și o mărturie a angajamentului nostru pe termen lung de a fi un actor responsabil în domeniul sustenabilității.



Levente Gall
Director Campus Logistic Călan

Primirea acestei certificări este doar un aspect în demersul nostru de a face Campusul Logistic din Călan un loc recunoscut pentru sustenabilitate. Avem o zonă dedicată managementului de ambalaje: colectăm selectiv deșeurile în toate spațiile și zonele operaționale în pubele dedicate, colectăm, balotăm și trimitem spre reciclare ambalaje de carton și folie. De asemenea, avem o clădire cu multiple facilități pentru șoferi, săli de meeting și un open space generos pentru echipele operaționale. Aliniat cu viziunea Auchan, dorim să implementăm și sistemul de panouri fotovoltaice, care, pe lângă o clădire construită cu o clasă energetică A, va aduce un plus de sustenabilitate.



2.5.2. Colaborări și asocieri

Proiect pilot în parteneriat cu Poșta Română pentru vânzarea de produse în oficiile poștale

Împreună cu Poșta Română, am încheiat un parteneriat în 2022 pentru a testa vânzarea de produse alimentare și nealimentare în incinta oficiilor poștale din țară. Proiectul a debutat cu o etapă pilot în 4 oficii poștale din Pitești și a reprezentat o oportunitate atât pentru noi, cât și pentru compania națională de servicii poștale de a testa un model comercial inovator.

Inițial, gama de produse „by Auchan” pusă la dispoziție în oficiile poștale a constat din aproximativ 150 de produse, inclusiv produse de băcănie, dulciuri, băuturi, snacks-uri și articole nealimentare. Ulterior, gama de produse s-a extins la câteva sute de produse, acestea fiind expuse pe o suprafață de vânzare de 10-12 m2 în incinta oficiilor poștale.

Colaborarea noastră a început în 2020, în contextul izolării din timpul pandemiei. Primul parteneriat a constat în furnizarea de servicii de livrare la domiciliu la nivel național pentru comenzile plasate în magazinul online

auchan.ro, prin intermediul serviciului StaiAcasă Plus, o soluție de livrare door-to-door dedicată distribuției rapide, oferită de Poșta Română.

La un an distanță de la debutul programului pilot, cei doi parteneri au decis închiderea proiectului. Decizia luată a fost ca urmare a analizelor interne ale Poștei Române, care probabil au condus la concluzia că unele obiective interne ale companiei naționale nu au fost atinse. Cu toate acestea, atât pentru Auchan Retail România, cât și pentru partenerul nostru, a fost o oportunitate bună de a testa acest model comercial.

Din perspectiva companiei noastre, am validat încă o dată agilitatea cu care am reușit într-un timp foarte scurt să ne imaginăm și să punem în practică un nou model de comerț în parteneriat, desfășurat în spații neconvenționale, cu produse preponderent românești, reușind să aprovizionăm la timp produse utile pentru clienții de proximitate. Pe de altă parte, a trebuit desigur să ținem cont și de specificul activității și de complexitatea operațiunilor partenerului nostru.



Turul României

Din 2019, Auchan Retail România este partener principal al Turului României, ca parte a unei colaborări de lungă durată cu Federația Română de Ciclism. Prin acest parteneriat, ne implicăm activ în dezvoltarea sportului în România, continuând astfel programele de responsabilitate dedicate societății românești, și promovăm activ menținerea unui stil de viață sănătos prin mișcare și alimentație.

Turul României, una dintre cele mai prestigioase competiții de ciclism din sud estul Europei, s-a desfășurat

anul trecut în perioada 6-11 septembrie, pe un traseu fabulos de peste 800 km care a evidențiat numeroase zone turistice din România, caravana traversând orașe precum Bistrița, Târgu Mureș, Făgăraș, Curtea de Argeș, București.

Pentru prima dată în istoria competiției, ciclismul și peisajele românești au putut fi urmărite la nivel internațional, de peste 100 de milioane de oameni, Turul României 2022 fiind transmis în 50 de țări prin intermediul Eurosport.



2.5.3. Premii

Ne bucură recunoașterea eforturilor noastre și ne asumăm angajamentul de a continua să dezvoltăm proiecte și inițiative sustenabile.

Business Review Awards și Progresiv Awards Gala

Proiectul nostru „Zero Risipă” a fost apreciat și a devenit finalist în două categorii importante: „Proiectul de sustenabilitate al anului” și „Cea mai bună inițiativă de sustenabilitate”. În plus, Auchan România a obținut distincția de finalist în categoria „Cel mai bun retailer internațional”, pentru activitatea noastră din 2021.



Competiția Romanian CSR Awards 2022

Programul nostru de Sustenabilitate personală a obținut locul al II-lea în categoria „Campanii interne de CSR”⁷, recunoscând angajamentul nostru de a încuraja și sprijini implicarea angajaților în inițiative cu impact social.



Gala Sustainability in Business

Am obținut 3 distincții în cadrul galei, „Leadership în sustenabilitate”, „Brandul anului în sustenabilitate”, pentru întreaga noastră activitate, și „Proiectul anului”, în categoria „Managementul deșeurilor și al resurselor”, pentru programul nostru de colectare și reciclare a uleiului alimentar uzat.



Conferința „Ascensiunea în mediul de afaceri prin limbi străine”

În cadrul conferinței am obținut Trofeul „Business Without Borders” ca recunoaștere a eforturilor noastre de a oferi educație continuă angajaților noștri și de a facilita dezvoltarea profesională a acestora.



Premiile CCIFER

Proiectul nostru „ReShelf Solution” a fost nominalizat în categoria „Innovation & Technology”, recunoscându-se eforturile noastre de a implementa soluții inovatoare în cadrul activităților companiei.



Gala Dezvoltării Durabile

În cadrul galei organizate de Departamentul pentru Dezvoltare Durabilă din cadrul Guvernului României, Auchan România a fost desemnat câștigător la secțiunea societăți comerciale, indiferent de domeniul de activitate, pentru programul de colectare și reciclare a uleiului alimentar uzat, recunoscând contribuția noastră semnificativă în gestionarea responsabilă a deșeurilor și protejarea mediului înconjurător.



Ediția a 4-a a Community Index

Am fost onorați să primim două distincții de argint și o distincție de aur pentru proiectele implementate în ultimul an în diversitate și incluziune, reducerea, reutilizarea și reciclarea deșeurilor sau schimbările climatice. Astfel, campaniile „Castorul Titi” și „O nouă viață” au fost premiate cu argint, iar programul Zero Risipă cu distincție de aur.



În plus, în iunie 2022, suntem mândri să anunțăm că Exact Business Solutions ne-a acordat distincția **„Produsul Anului”** pentru Tigăile din aluminiu 100% reciclat din gama Actuel (tigaia adâncă, tigaia wok și tigaia pentru grătar), reconfirmând angajamentul nostru pentru produse inovatoare și sustenabile.

⁷Corporate Social Responsibility

03

**Guvernanța și
managementul
*organizației***



3.1 GUVERNANȚĂ CORPORATIVĂ

La Auchan România, gestionăm afacerea noastră într-un mod responsabil și etic, luând în considerare interesele nu doar ale companiei, ci și ale comunității în care activăm și impactul asupra planetei. Regulile noastre de guvernanță corporativă sunt fundamentale pentru asigurarea transparenței, integrității și respectului față valorile noastre și de reglementările în vigoare.

La nivelul companiei, puterile de decizie și reprezentare sunt exercitate în conformitate cu valorile noastre și cu angajamentul de a acționa responsabil. Avem un sistem de guvernanță corporativă bine definit și ne asigurăm că ne conformăm Regulilor de Guvernanță, menținând capacitatea de reprezentare implementată la nivelul Auchan Retail. Acest lucru ne permite să ne îndreptăm acțiunile în direcția corectă, să gestionăm riscurile și să ne utilizăm resursele cu responsabilitate.

Directorii noștri, aflați în subordinea Directorului General, sunt responsabili pentru asigurarea unui cadru operațional solid și unui control eficient, astfel încât să ne atingem obiectivele într-un mod sustenabil. Aceștia iau toate măsurile necesare pentru a implementa și respecta prevederile legislative relevante pentru domeniile de activitate pe care le supraveghează.

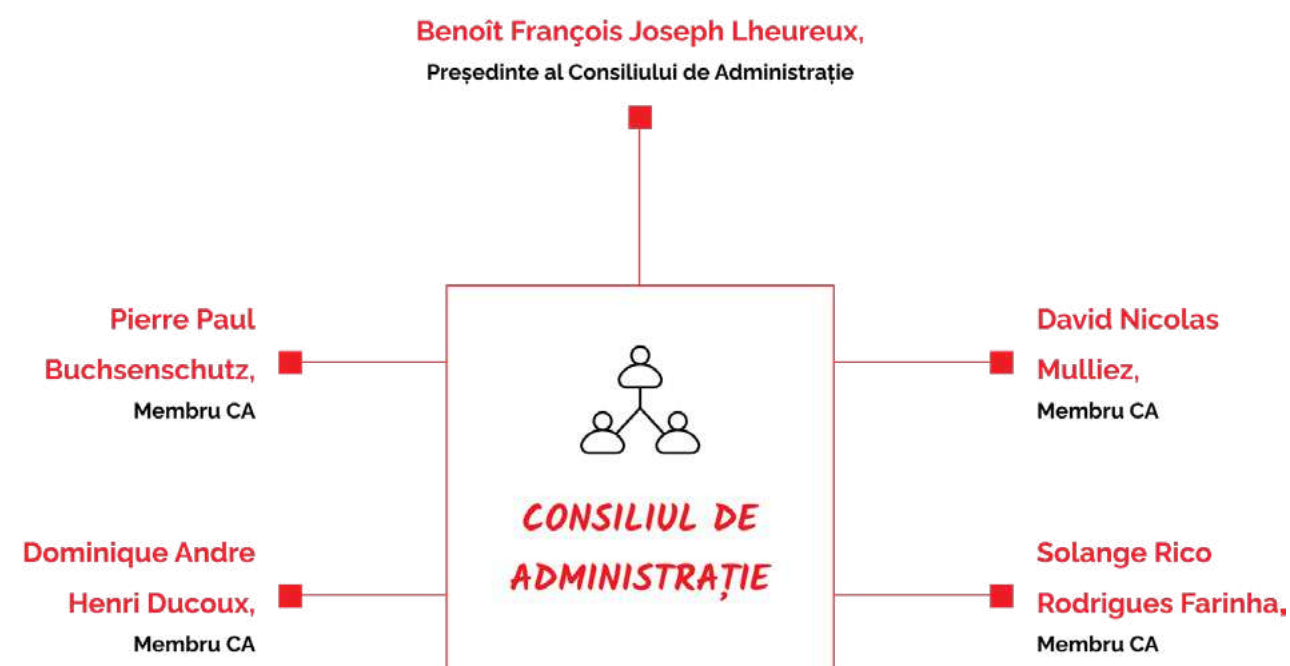
Structura și componența conducerii

GRI 2-9

Conducerea societății este asigurată de Consiliul de Administrație, format din 5 membri:

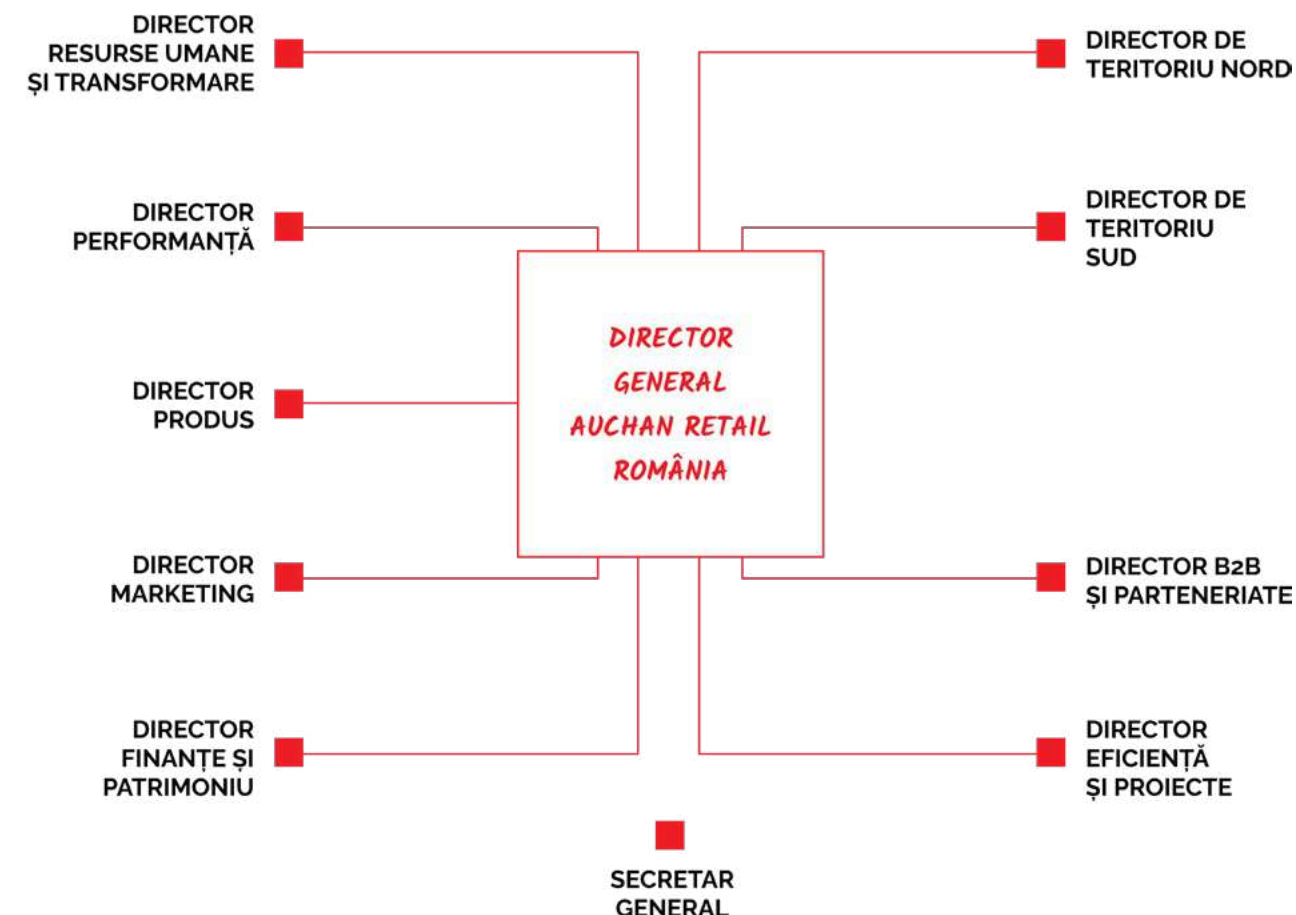
- » Benoît François Joseph Lheureux, Președinte al Consiliului de Administrație
- » David Nicolas Mulliez, membru CA
- » Solange Rico Rodrigues Farinha, membru CA
- » Pierre Paul Buchsenschutz, membru CA
- » Dominique Andre Henri Ducoux, membru CA

La nivelul Consiliului de Administrație nu au fost constituite comitete până în prezent.



Consiliul de Administrație și conducerea executivă (Directorul General și Membri Direcțiunii Generale) joacă un rol vital în implementarea strategiilor noastre, în atingerea obiectivelor și în gestionarea riscurilor. Directorul General, căruia i-au fost delegate atribuții de reprezentare, are responsabilitatea de a conduce operațiunile noastre de zi cu zi, asigurând desfășurarea optimă a acestora.

De asemenea, subdelegăm anumite atribuții către directorii care raportează Directorului General (Membri Direcțiunii Generale), pentru a facilita o abordare mai detaliată și eficientă a diferitelor domenii de activitate pe care le gestionăm. Pentru a asigura o conducere coerentă și responsabilă, autoritățile decizionale și de reprezentare subdelegate trebuie să acționeze în deplină conformitate cu interesele companiei, cu regulile noastre de guvernanță corporativă și cu toate cerințele legale relevante.



Nominalizarea și selecția celui mai înalt organism de conducere

GRI 2-10

Potrivit Actului Constitutiv, societatea este administrată de un Consiliu de Administrație, format din 5 membri* (dar poate cuprinde până la 7 membri), numărul acestora fiind întotdeauna impar, pentru o durată de 4 ani.

Administratorii pot fi realesi în această funcție pentru o nouă perioadă de 4 ani, fără limitarea numărului mandatelor acordate acestora. Oricare dintre administratorii societății pot fi persoane fizice sau juridice, române sau străine, acționari sau nu ai societății. Numirea administratorilor societății este hotărâtă de Adunarea Generală Ordinară a Acționarilor care desemnează, dintre aceștia, un Președinte.

*La 30 septembrie 2022

3.2 MANAGEMENTUL RISCULUI

Managementul riscului este o componentă crucială a abordării noastre integrate pentru asigurarea unei funcționări eficiente și durabile a companiei. Consiliul de administrație are un rol central în acest proces, fiind responsabil de asigurarea existenței unui sistem solid de control intern. Acest sistem are ca obiectiv evaluarea și abordarea riscurilor majore identificate, în conformitate cu strategia și obiectivele companiei noastre. În plus, se asigură că informațiile financiare oferite sunt fiabile și reflectă fidel rezultatele și activitățile Auchan Retail România.

Un risc este definit ca fiind un eveniment potențial care, dacă se materializează, poate avea un impact negativ asupra operațiunilor noastre, perturbând atingerea obiectivelor și funcționarea normală a afacerii. Pentru a preveni astfel de situații, am dezvoltat un program de management al riscului, având ca obiectiv principal identificarea, evaluarea și gestionarea celor mai semnificative riscuri pentru companie, folosind cele mai eficiente metode.

Principalele obiective ale programului nostru de management al riscurilor sunt de a reduce impactul și probabilitatea apariției principalelor riscuri. Aceasta se realizează prin definirea și implementarea unui mecanism robust de identificare, analiză, evaluare și control/monitorizare a acestora.

Pentru a gestiona eficient acest proces, avem un departament specializat în Risc și Control Intern, care

se concentrează pe administrarea sistemului de control intern și pe cartografierea și gestionarea universului de riscuri identificate la nivelul companiei.

În cadrul activităților noastre de management al riscurilor, analizăm cu atenție toate tipurile de riscuri cu care ne confruntăm, inclusiv cele strategice, operaționale, cibernetice, financiare și legate de conformitate. Departamentul de Risc și Control Intern colaborează strâns cu echipa de Audit Intern și alte servicii de asigurare și de gestionare a riscurilor de țară pentru a identifica și analiza aceste riscuri și pentru a actualiza în mod regulat cartografiile de riscuri.

Coordonăm implementarea planurilor de atenuare, care sunt definite de Comitetul de Directori al Auchan Retail România (CODIR), bazându-ne pe echipele corespondente din serviciile de suport, regiuni/teritorii și magazine/depozite.

În fiecare an, efectuăm exerciții de actualizare a cartografierii riscurilor, în conformitate cu direcțiile trasate de departamentul de Risc și Control Intern, iar rapoartele corespunzătoare sunt prezentate departamentului, în acord cu programul stabilit.

Prin eforturile noastre continue și implicarea strânsă a tuturor departamentelor relevante, ne asigurăm că riscurile sunt gestionate adecvat și că ne adaptăm constant strategiile pentru a face față cu succes oricăror provocări.



3.3 MANAGEMENTUL RISCURILOR DE MEDIU

Suntem dedicați protecției mediului și integrării unui sistem eficient de management de mediu în toate activitățile noastre. Procedurile operaționale reprezintă o componentă esențială a acestui sistem, documentând în detaliu activitățile noastre privind protecția mediului.

În cadrul companiei, există o structură bine definită pentru gestionarea riscurilor de mediu. Fiecare magazin are un responsabil desemnat pentru protecția mediului, numit de directorii de magazin. În plus, la sediul central, există un responsabil pentru protecția mediului, asigurând un control coordonat și eficient la nivelul întregii organizații. Acești responsabili pentru protecția mediului au roluri critice în implementarea politicilor de protecție a mediului. Îndeplinesc sarcini importante, cum ar fi întocmirea documentației necesare pentru obținerea Autorizației de Mediu și raportarea către Agenția pentru Protecția Mediului conform cerințelor impuse de autorizație. De asemenea, ei colaborează cu furnizori autorizați de colectare și reciclare a deșeurilor și aplică măsuri preventive și corective pentru gestionarea adecvată a deșeurilor, respectiv promovarea colectării selective.

La nivelul Sediului Central, responsabilul pentru protecția mediului are o misiune vitală în centralizarea și verificarea documentației primite de la responsabili pentru protecția mediului din magazine. Asigură un suport esențial pentru aceștia, cât și pentru departamentul de Contabilitate în identificarea și monitorizarea costurilor și cheltuielilor asociate acestui domeniu.

De asemenea, promovăm în mod constant formarea și instruirea angajaților noștri în privința protecției mediului, contribuind la dezvoltarea unei culturi organizaționale responsabile și orientate către sustenabilitate. Prin aceste măsuri și angajamente, ne asigurăm că managementul riscurilor de mediu este o prioritate strategică pentru Auchan România.



Pe parcursul perioadei de raportare* nu au fost înregistrate incidente de mediu.



*01 octombrie 2021 - 30 septembrie 2022

3.4 ETICĂ ȘI BUNE PRACTICI ÎN AFACERI

3.4.1. Etică și conformitate

Promovând cu hotărâre etica și responsabilitatea în afaceri, Auchan Retail își asumă un angajament continuu pentru a dezvolta un program de conformitate cuprinzător. Acest program, valabil pentru toate subsidiarele Auchan, este adaptat la specificul fiecărei țări. Structurat pe trei piloni puternici, a fost pus în aplicare începând din 2019 și până în 2022, fiind îmbunătățit constant cu ocazia evenimentelor relevante din domeniul conformității. Programul se sprijină pe trei piloni esențiali care au fost promovați și dezvoltați pe tot parcursul acestui interval de timp și sunt marcați în fiecare an cu diverse evenimente axate pe conformitate:

CARTA ETICĂ

Ne definim valorile fundamentale și angajamentele într-un mod clar și transparent prin Carta Etică.

Aceasta servește ca ghid pentru angajații noștri, stabilind standardele noastre morale și etice.

CODUL ETIC

Consolidăm comportamentul etic prin intermediul Codului Etic, care oferă orientări precise cu privire la atitudinea și comportamentul în mediul profesional. Acesta acoperă aspecte precum respectul, integritatea, diversitatea și prevenirea conflictelor de interese.

CODUL ETIC COMERCIAL

În cadrul relațiilor noastre comerciale, ne ghidăm după principiile definite în Codul Etic Comercial. Aceasta asigură relații de afaceri corecte, transparente și etice.

Un pas semnificativ pentru susținerea acestui efort a fost implementarea, în iunie 2022, a **Codului de Conduită Anticorupție**. Acest document a fost elaborat pentru a furniza angajaților un ghid clar cu privire la comportamentul etic și legal în situații specifice.

Scopul practic al Codului este să ofere angajaților resurse pentru a aborda situații care apar în exercitarea atribuțiilor profesionale, menținând integritatea și etica.

Sistemul de alertă „Speak Up” este funcțional și gestionat cu profesionalism și eficiență. Cu eforturi susținute de comunicare, am promovat acest canal în toate locațiile noastre, asigurându-ne că toți angajații sunt informați cu privire la modalitățile prin care pot semnală, anonim, fapte cu risc etic sau de nerespectare legii.

De asemenea, oferim multiple modalități de **colectare a feedback-ului de la clienți**. Din platforme online, cum ar fi chat-ul pe site, emailurile dedicate sau formularele de contact, până la serviciile Call Center și asistență în magazine, oferim modalități variate pentru a menține dialogul deschis cu clienții noștri.

În vederea armonizării procesului de consiliere cu mecanismul de alertă și în concordanță cu obiectivele noastre corporative de a întări poziția Auchan România ca un actor de seamă în ceea ce privește etica și implicarea socială, s-a implementat, la nivelul Auchan Retail România, funcția de **Director de Conformitate** începând cu data de 1 noiembrie 2021.

În ceea ce privește evoluția noastră, sfera de responsabilitate a **Directorului de Securitate Economică** a fost extinsă pentru a include și conformitatea. De asemenea, am creat poziția de **Ofițer de Conformitate**, începând cu 1 Mai 2022, pentru a sprijini integrarea legislației internaționale cu legislația locală, reflectând astfel angajamentul nostru pentru conformitate și respectarea normelor în toate operațiunile noastre.

Manifestăm în mod constant preocupare pentru respectarea strictă a legislației naționale și pentru conformarea la principiile și valorile fundamentale ale Grupului Auchan, care se reflectă în mod evident în comunicările noastre privind lupta împotriva corupției. Aceste comunicări au fost direcționate atât către cei 12 membri ai Consiliului Director la momentul lansării în cadrul Auchan Retail România, cât și către întregul Consiliu de Administrație la nivelul Auchan Retail.

În plus, în luna iunie 2022, Codul de Etică Anticorupție a fost distribuit întregului nostru personal activ. Numărul

beneficiarilor acestei informații a depășit cifra de 7.600, iar procesul de implementare este unul continuu, menit să includă și pe viitorii noștri colegi.

Dorința noastră de a preveni și combate corupția nu se limitează la membri și angajații din cadrul Auchan Retail România. Ne dorim ca toți partenerii noștri de afaceri să împărtășească aceeași angajare, motiv pentru care am introdus cerința semnării Codului Etic Comercial în relațiile noastre contractuale.

Suntem hotărâți să acționăm cu cea mai mare responsabilitate în ceea ce privește conformitatea cu legile, atât cele interne, cât și cele internaționale. Procesele noastre de implementare a principiilor legale sunt tratate cu promptitudine, urmate de eforturi constante de îmbunătățire. Prioritatea companiei noastre a fost găsirea celor mai eficiente metode de prevenire și reducere a riscurilor, iar aceste eforturi se reflectă în următorii indicatori:

- » Legea Sapin II și Legea Avertizorului sunt abordate cu seriozitate în cazurile de combatere a corupției și fraudei. În cadrul Auchan Retail România, nu au fost înregistrate controale din partea autorităților competente din Franța sau România în această privință.
- » Devoir de Vigilance este o preocupare pentru noi în ceea ce privește drepturile omului, bunăstarea animalelor și protecția mediului. Nu au existat controale din partea autorităților competente în aceste domenii la nivelul Auchan Retail România.
- » Respectarea legislației privind Concurența, precum și implementarea regulamentelor GDPR pentru protecția vieții private, sunt aspecte esențiale. Până în acest moment, nu au fost înregistrate controale din partea autorităților competente în aceste domenii. Totodată, compania noastră a comunicat în mod transparent autorității de supraveghere orice incident sau acțiune care putea afecta confidențialitatea unor persoane.
- » Ne asigurăm, de asemenea, de conformitatea și calitatea produselor pe care le comercializăm și acordăm o atenție deosebită sănătății și siguranței la locul de muncă.

3.4.2. Securitatea datelor

GRI 418-1

Auchan România a implementat un ansamblu de politici și proceduri la nivel intern pentru a reglementa modul în care se asigură securitatea și confidențialitatea datelor, fie ele încredințate sau generate în cadrul companiei. În conformitate cu cerințele legislative din domeniu, am desemnat un Responsabil cu Protecția Datelor, căruia i-a

fost atribuită responsabilitatea monitorizării respectării regulamentelor privind protecția datelor. Acesta trebuie consultat în ceea ce privește toate aspectele legate de protecția datelor personale.

În perioada de raportare a fost identificat un caz de prelucrare neautorizată de date cu caracter personal, care a fost raportat Autorității Naționale de Supraveghere a Prelucrării Datelor cu Caracter Personal. În urma acestui eveniment au fost revizuite procesele de instruire și conștientizare a personalului cu scopul minimizării riscului de apariție a unui eveniment similar.*

Astfel, cadrul normativ intern ce vizează prelucrarea datelor cu caracter personal a fost revizuit și completat cu elemente de noutate menite să sporească nivelul de securitate a datelor cu caracter personal.

De asemenea, au fost întreprinse 17 sesiuni de instruire a personalului cu focus pe ariile de activitate considerate cu risc crescut din perspectiva prelucrării datelor cu caracter personal, prin prisma volumului de date prelucrate și/sau datorită proceselor complexe de prelucrare.*

- » Au fost înregistrate și soluționate un număr 1534 de solicitări de ștergere de date (dreptul legal de a fi uitat) din partea persoanelor vizate.
- » Au fost înregistrate și soluționate 4 solicitări de punere la dispoziție de date cu caracter personal (dreptul de acces la date).
- » Numărul total de reclamații justificate primite cu privire la încălcări ale confidențialității clienților, clasificate după:

1.534

Plângeri primite de la părți externe și fundamentate de organizație

0

Plângeri din partea organismelor de reglementare

1

Numărul total de scurgeri de date identificate, furturi de date sau pierderi de date despre clienți

3

Numărul mediu de ore de formare pe an, per angajat, pentru aspecte legate de protecția datelor

*01 octombrie 2021 - 30 septembrie 2022

3.4.3. Evaluarea furnizorilor pe criterii sociale

GRI 414-1; GRI 414-2

Relația noastră cu furnizorii este una bazată pe respectul față de mediul înconjurător și față de comunitate, iar angajamentele noastre privind sustenabilitatea sunt implementate cu seriozitate și monitorizate cu atenție. În ceea ce privește evaluarea pe criterii sociale, aplicăm standarde înalte atât pentru furnizorii de marcă proprie, cât și pentru cei din lanțul de aprovizionare. Aceștia trebuie să fie certificați conform unor standarde internaționale recunoscute, cum ar fi SA8000, BSCI, SMETA, ICS, ICTI, sau să fie supuși unor evaluări riguroase, pe baza listei de verificare internaționale Auchan Retail.

Aceste evaluări sunt efectuate la intervale de 3 ani pentru produsele de marcă proprie și anual pentru furnizorii din lanțul de aprovizionare. În perioada de raportare*, au fost desfășurate 17 astfel de audituri. Ne bucurăm să anunțăm că nu am identificat impacturi sociale negative reale sau potențiale în rândul furnizorilor identificați sau pe tot parcursul lanțului de aprovizionare.

Săptămâna Conformității (Compliance Week) 2022, ediția a II-a

Unadintre inițiativele prin care promovăm conștientizarea eticii și conformității în cadrul companiei noastre este „Săptămâna Conformității” (Compliance Week). În anul 2022, aceasta a implicat un număr de 7.683 angajați ai Auchan Retail România, organizați în 61 de echipe. Aceștia s-au implicat activ într-o competiție interactivă care a gravitat în jurul principiilor de etică și conformitate. Această competiție nu doar a testat cunoștințele și angajamentul lor, dar a și creat o atmosferă interactivă și educativă. Implementarea proiectului a fost derulată în perioada lunie - Noiembrie 2022, sub egida departamentului Compliance și Securitate Economică, iar la construcția acestuia au participat actori din toate perimetrele companiei. Deschiderea evenimentului a fost realizată de personalități din top managementul Auchan Retail și Auchan Retail România.

Prin intermediul acestui demers, ne-am dorit să subliniem angajamentul nostru ca actor responsabil în comunitate și am dorit să evidențiem faptul că etica și conformitatea sunt valori centrale în cadrul organizației noastre. Rezultatele au fost impresionante, marcând un succes semnificativ în dezvoltarea unei culturi corporative fundamentate pe integritate și responsabilitate.

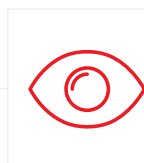
Subiectele prezentate în aceasta II-a ediția au fost :

- » Lupta împotriva corupției, subiect dezvoltat și prezentat de Ofițerul de Conformitate Auchan Retail
- » Datoria de vigilență privind selecția furnizorilor și produselor oferite de aceștia, subiect dezvoltat și prezentat de Ofițerul de Conformitate dedicat implementării legii extrateritoriale Devoir de Vigilance din cadrul Auchan Retail
- » Dezvoltarea filierelor locale de afine și pasăre conform standardelor legii Devoir de Vigilance, subiecte dezvoltate și prezentate de Coordonatorii de Grup din cadrul Auchan Retail România
- » Protecția datelor cu caracter personal, subiect dezvoltat și prezentat de Responsabilul cu Protecția Datelor Auchan Retail
- » Canalul de alertă Speak Up: rolul, dimensiunea și importanța alertelor în prevenirea și combaterea faptelor care pot avea un impact negativ în dezvoltarea unor practici în afaceri care nu sunt în concordanță cu etica și conformitatea stabilită și declarată în cadrul companiei, subiect ce a fost dezvoltat și prezentat de Directorul de Conformitate și Securitate Economică Auchan Retail Romania.



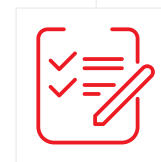
CIFRE CHEIE ALE COMPLIANCE WEEK 2022

7.683
angajați repartizați
în 61 de echipe



412
vizionări per articol

95,65%
grad de răspuns
la chestionar



45
fotografii distribuite
pe canalele interne

În cadrul proiectului nostru de companie, cu ambiția de a deveni un actor recunoscut pentru etică și angajamentele sale față de societate am adoptat și implementat cu aplicabilitate din Octombrie 2021 2 proceduri impuse la nivelul Grupului Auchan Retail, astfel:

- » Procedura „**Cadouri și invitații**” - comunicată pe 27 Septembrie 2021
- » Procedura „**Gestionarea și declarațiile de conflicte de interese**” - comunicată pe 27 septembrie 2021

Cele două proceduri asigură cadrul de formare, informare și reglementare privind etica în afaceri alături de:

- » **Codul de conduită anticorupție** – comunicat pe 22 iulie 2022

91% dintre angajați au citit și semnat documentul și și-au testat cunoștințele (>80% răspunsuri corecte) privind Codul de conduită anticorupție până la 31 iulie 2022.

Începând cu 1 August 2022, toți noii angajați din cadrul Auchan au obligația să citească acest Cod și să parcurgă testul urmând metodologia de la implementare.

Astfel, acest proces este asigurat de către departamentul de Resurse Umane care a integrat formarea obligatorie direct în modulele de „Induction”, pentru angajații nou veniți în companie.

În acest proces continuu de urmărire a parcurgerii formării, au fost introduși și angajații care nu au putut participa la campania de implementare.

*01 octombrie 2021 - 30 septembrie 2022

04 Strategia de *sustenabilitate*





Corina Dospinoiu
Director Sustenabilitate Auchan

Pentru noi, sustenabilitatea este modul de a ne defini scopul și impactul într-o lume în continuă transformare. Într-un prezent marcat de provocări complexe, am reevaluat și redefinit profund modul în care ne gestionăm afacerea. În acest sens, am conturat o strategie, în care sustenabilitatea este parte din fiecare decizie, perimetru și meserie.

Pentru noi, alimentația semnifică sursă de sănătate și bucurie pentru oameni și pentru crearea legăturilor sociale. De aceea, promovarea unei alimentații sănătoase și lupta împotriva risipei alimentare sunt aspecte centrale ale strategiei noastre de sustenabilitate. Prin inițiative precum proiectul nostru „Zero Risipă” cu scopul reducerii risipei alimentare, am reușit să aducem schimbări tangibile în obiceiurile de consum ale clienților și să contribuim la reducerea inechităților sociale legate de accesul la alimente sănătoase.

O altă direcție majoră din strategia noastră de sustenabilitate este combaterea poluării cu plastic. Ne-am luat angajamente semnificative pentru a reduce utilizarea plasticului în produsele noastre, promovând alternative sustenabile și prietenoase cu mediul. Știm că fiecare acțiune contează, iar noi suntem determinați să continuăm transformările în acest sens.

Dar poate cel mai ambițios obiectiv pe care ni l-am asumat este reducerea amprentei noastre de carbon. Știm că schimbările climatice sunt una dintre cele mai mari provocări ale vremurilor noastre, și de aceea am stabilit un obiectiv clar: să ne reducem emisiile de carbon cu 46%

pentru scope 1 și 2, respectiv cu 25% pentru scope 3 până în 2030.

În plus, angajamentele noastre sociale și societale sunt esențiale. Suntem parte din Pactul Global al ONU încă din 2016 și ne asumăm responsabilitatea față de comunitățile noastre, încorporând Obiectivele de Dezvoltare Durabilă în activitățile noastre. Sprijinim proiecte sociale și inițiative care aduc beneficii acestora, contribuind la bunăstarea tuturor.

Sustenabilitatea este unul dintre factorii cei mai importanți în transformarea modelului de business actual. Suntem o comunitate puternică, alcătuită din colegi pasionați și motivați să creeze un impact pozitiv și o cultură sustenabilă de companie. De aceea, suntem mândri să încurajăm implicarea activă a colegilor noștri în comunitate prin Programul de Sustenabilitate Personală (PSP). În 2022, peste 6.000 dintre noi s-au implicat în diverse proiecte de CSR.

Sustenabilitatea este o oportunitate de a crea valoare reală, tangibilă pe tot lanțul de aprovizionare dar și pentru comunități, asigurându-ne că generațiile viitoare vor avea resursele necesare pentru a trăi mai bine.

Acesta este drumul pe care suntem hotărâți să-l parcurgem, iar angajamentul nostru în această călătorie este mai puternic ca niciodată. Dar această călătorie nu este doar a noastră, ci a fiecărui coleg, partener și client Auchan.

Împreună, mâncăm mai bine, trăim mai sănătos și protejăm planeta!



4.1 STRATEGIA NOASTRĂ DE SUSTENABILITATE ÎN RELAȚIE CU OBIECTIVELE DE DEZVOLTARE DURABILĂ

Având în vedere importanța dezvoltării durabile, am conturat o strategie amplă care să orienteze eforturile noastre atât la nivel local, cât și la nivel de grup. Aceasta reprezintă un element esențial pentru succesul nostru continuu și pentru îndeplinirea viziunii noastre de a trai mai bine, de a mânca mai sănătos, protejând planeta. Strategia noastră de dezvoltare durabilă se sprijină pe piloni cheie, care ne ghidează eforturile de a aduce o schimbare pozitivă în comunitățile în care activăm.

- » Să fim actorul de referință pentru ceea ce este bun, sănătos și local prin selecția și conceperea unei oferte unice. Alegem cu grijă produsele pe care le oferim și ne concentrăm pe selecția celor care reflectă autenticitatea regiunii și promovează sustenabilitatea în lanțul de aprovizionare.
- » Să creăm relații și experiențe pentru a îmbunătăți calitatea vieții locuitorilor. Înțelegem că o viață mai bună înseamnă mai mult decât produse de calitate. Construim relații autentice cu comunitățile în care activăm și creăm experiențe valoroase care să aducă bucurie în viața oamenilor.

Prin semnarea Pactului Global al ONU, încă din 2016, ne-am asumat un angajament global față de sustenabilitate și responsabilitate socială. Ne aliniem cu Obiectivele de Dezvoltare Durabilă ale ONU și ne focalizăm pe încurajarea unor vieți sănătoase, combaterea risipei alimentare, reducerea poluării cu plastic și a amprentei de carbon.

Această strategie ne ghidează în direcția unei dezvoltări durabile și ne motivează să continuăm să creștem într-un mod responsabil și respectuos cu mediul și comunitățile în care activăm, prin urmarea unor direcții concrete, cu rezultate și impact măsurabile.

APROVIZIONARE RESPONSABILĂ

Lucrăm îndeaproape cu furnizorii pentru a asigura calitatea și sustenabilitatea produselor noastre. Promovăm produsele locale și ecologice pentru a reduce impactul asupra mediului.

EXPERIENȚE INOVATOARE

Dezvoltăm soluții inovatoare pentru a îmbunătăți experiența clienților noștri, promovând în același timp obiceiuri de consum durabile.

RESPONSABILITATE SOCIALĂ

Ne implicăm activ în comunitățile noastre, sprijinind proiecte sociale și inițiative care să aducă beneficii locuitorilor.

REDUCEREA AMPRENTEI DE CARBON

Implementăm practici sustenabile și adoptăm soluții pentru reducerea amprentei de carbon.

4.1.1. Cei 4 piloni

GRI 3-3

PILONII STRATEGIEI DE CSR ȘI SUSTENABILITATE			
Promovarea unei alimentații sănătoase și lupta împotriva risipei alimentare	Lupta împotriva poluării cu plastic	Reducerea amprentei noastre de carbon	Angajamente sociale și societale
			

OBIECTIVE DE DEZVOLTARE DURABILĂ CORESPONDENTE			
			
			

OBIECTIVELE PENTRU DEZVOLTARE DURABILĂ

4.2 TAXONOMIA UE

Taxonomia UE este un sistem de clasificare unic la nivelul Uniunii Europene, creat pentru evaluarea activităților economice din perspectiva sustenabilității și tranziției către o economie neutră în ceea ce privește emisiile de carbon. Aceasta furnizează un cadru de evaluare comun, sporind transparența și folosind un limbaj comun pentru participanții de pe piață. Taxonomia își propune să ajute la îndeplinirea obiectivelor de mediu și climă ale UE prin stabilirea unor criterii precise pentru a defini ce activități pot fi considerate sustenabile din punct de vedere ecologic.

Prevederile Regulamentului UE 2020/852, aplicabil pentru raportările financiare publicate începând cu 1 ianuarie 2022 pentru exercițiul financiar anterior (2021), introduc șase obiective tematice:

- » atenuarea schimbărilor climatice,
- » adaptarea la schimbările climatice,
- » utilizarea durabilă și protecția apei și a resurselor marine,
- » tranziția către o economie circulară,
- » prevenirea și controlul poluării,
- » protecția și refacerea biodiversității și a ecosistemelor.

Pentru a fi considerată durabilă, o activitate economică trebuie să contribuie semnificativ la cel puțin unul dintre aceste obiective, fără a prejudicia celelalte. De asemenea, trebuie să respecte garanții sociale și de guvernanță și să fie conformă cu criteriile tehnice stabilite de Comisia Europeană.

Acest sistem de clasificare are ca scop să ofere un mecanism pentru a orienta investițiile către activități mai durabile, inclusiv cele care contribuie semnificativ la combaterea schimbărilor climatice și la protecția mediului înconjurător. Aceasta este o componentă esențială a angajamentelor UE pentru combaterea schimbărilor climatice și pentru atingerea obiectivelor stabilite în Acordul de la Paris.

În perioada de raportare, criteriile specifice de raportare erau disponibile doar pentru primele două obiective de mediu din cele șase prezentate în Regulament. Începând cu anul 2024, raportarea va cuprinde toate

cele șase obiective de mediu.

Din această perspectivă, compania a analizat activitățile economice cu scopul de a atesta dacă acestea sunt durabile din punct de vedere al mediului.

Acest demers a presupus identificarea activităților companiei conform clasificărilor menționate în Taxonomie, verificarea dacă acestea sunt eligibile sau nu din punct de vedere al Taxonomiei din Regulament, examinarea dacă aceste activități îndeplinesc criteriile tehnice incluse în Taxonomie, respectiv:

- » Contribuția în mod substanțial la unul sau mai multe obiective de mediu
- » Respectarea principiului de „a nu aduce prejudicii semnificative” (Do No Significant Harm - DNSH) pentru celelalte obiective de mediu
 - » *Evaluarea DNSH presupune o evaluare de fond complexă, care include studii și date referitoare la diverse aspecte, precum amprenta de carbon (la nivel de produse/operațiuni), adaptarea la schimbările climatice, utilizarea durabilă și protecția resurselor de apă și marine, economia circulară (reutilizarea materialelor, eco-design), prevenirea și controlul poluării (evaluarea conformării cu legislația REACH, CLP, aer, ape, sol), protecția biodiversității și a ecosistemelor (demonstrarea respectării procesului de evaluare a impactului asupra mediului și/sau de evaluare adecvată - situri Natura 2000)*
- » Respectarea garanțiilor sociale minime
 - » *Evaluarea respectării garanțiilor sociale presupune evaluarea existenței politicilor și procedurilor care demonstrează conformitatea cu normele privind drepturile omului și principiile fundamentale la locul de muncă.*

Având în vedere complexitatea analizării activităților eligibile și aliniate din punct de vedere al Taxonomiei, examinarea criteriilor tehnice se va desfășura până la finalul anului 2023.

Ținând cont de activitățile eligibile conform Taxonomiei, am analizat cifra de afaceri, imobilizările corporale și necorporale, precum și cheltuielile de exploatare, pentru a determina proporția activităților durabile în cadrul bilanțului financiar.

⁸Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals

⁹Classification, Labelling and Packaging

CIFRA DE AFACERI

Analiza pentru determinarea ponderii cifrei de afaceri „verzi” a fost realizată centralizat pentru Grupul ELO. Ponderea veniturilor din activități eligibile a fost de 0,3% în cadrul Auchan Retail.

6.937.753.430 LEI

Cifra de afaceri totală pentru 2022

În cadrul Auchan România, aceeași proporție a fost aplicată la determinarea cifrei de afaceri pentru activitățile durabile la nivelul anului 2022.

20.813.260 LEI

Cifra de afaceri pentru activitățile eligibile

IMOBILIZĂRI CORPORALE ȘI NECORPORALE

Cheltuielile de capital (CapEx) au reprezentat costurile capitalizate pentru imobilizările corporale, necorporale și investițiile imobiliare în cursul anului. CapEx pentru activitățile eligibile au inclus achizițiile

care îmbunătățesc eficiența energetică sau care sunt legate de tehnologii regenerabile. Ponderile pentru activele durabile din cheltuielile de capital au fost:

Clădiri:

**21.624.812 LEI**

(61% din totalul achizițiilor de clădiri în 2022)

Echipamente:

**83.502.017 LEI**

(59% din totalul achizițiilor de echipamente în 2022)

CHELTUIELI DE EXPLOATARE

Cheltuielile de exploatare (Opex) reprezintă costurile directe necapitalizate, inclusiv cheltuielile de întreținere, reparații și alte cheltuieli necesare pentru funcționarea eficientă a activelor. Cheltuielile de exploatare s-au concentrat pe activitățile eligibile.

Valorile financiare utilizate în calcul au fost extrase din situațiile financiare pentru anul încheiat la 31 decembrie 2022.

Astfel, valoarea cifrei de afaceri, a cheltuielilor de capital și a cheltuielilor de exploatare sunt în concordanță cu situațiile financiare.

Ponderea cheltuielilor de exploatare legate de activitățile durabile în totalul altor cheltuieli a fost de **3%**, în valoare de **5.925.776 lei**.

Acestea au inclus:

- » mentenanță preventivă și corectivă HVAC,
- » abonamente pentru utilizarea aplicației de gestionare a deșeurilor,
- » cheltuieli de închiriere prese deșeuri - paletă carton și plastic,
- » servicii de gestionare, colectare și valorificare a deșeurilor (inclusiv ulei uzat),
- » servicii de reciclare a bateriilor uzate.

GRI 305-5

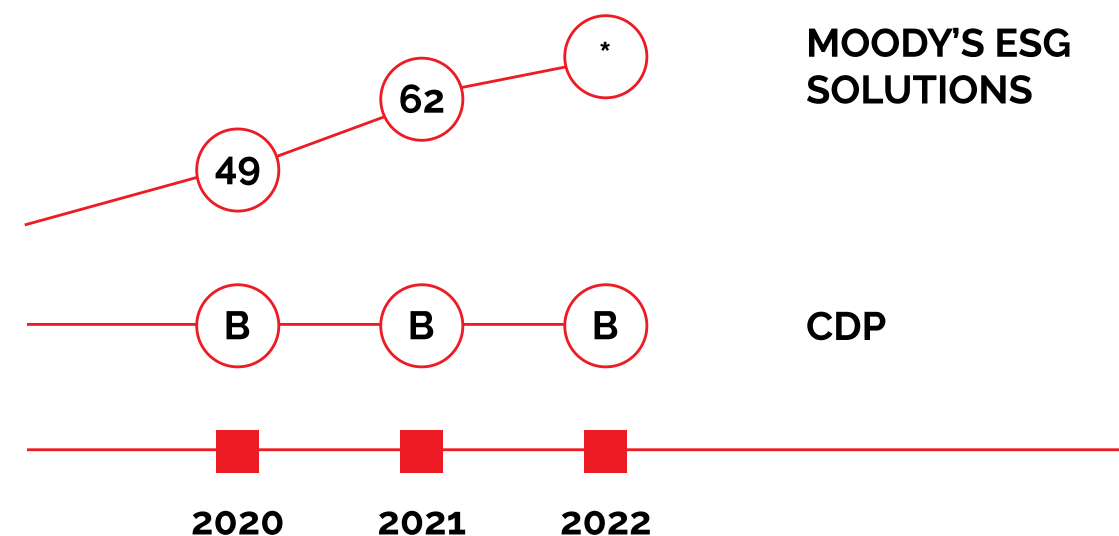
4.3 RATINGURI DE SUSTENABILITATE

Credem cu tărie că transparența și un plan onest de îmbunătățire permanentă a activității noastre reprezintă modalitatea de a aborda schimbările climatice, motiv pentru care măsurile de reducere a amprentei de carbon sunt încorporate în politica noastră generală de sustenabilitate, definită la nivelul Auchan Retail.

La nivelul ELO, (compania mamă care deține Auchan Retail), acțiunile întreprinse din 2021 au dus la o îmbunătățire a ratingurilor nefinanciare. În ceea ce privește performanța ESG, în urma evaluării independente a Moody's ESG Solutions, s-a obținut un rating de sustenabilitate A1 bazat pe un scor general de 62/100.

Scorul pe care l-am obținut în 2020 și 2021 în cadrul auditului efectuat de CDP¹⁰ a fost menținut și în 2022 (scor B), într-un context de criterii de evaluare mai stricte, dovedind astfel nivelul avansat de management al problemelor climatice în cadrul Auchan.

Astfel, la nivelul grupului s-a înregistrat o creștere de 13 puncte într-un an și 25 de puncte față de 2018. În 2021, această dinamică a plasat ELO Group în Top 150 al tuturor companiilor evaluate de Moody's ESG Solutions la nivel mondial și pe locul 3 în rândul distribuitorilor europeni de produse alimentare și nealimentare.



*Rezultatele vor fi publicate în cursul anului 2023.

¹⁰CDP (cunoscut anterior sub numele de Carbon Disclosure Project) este un cadru popular de raportare voluntară pe care companiile îl folosesc pentru a dezvălui informații de mediu părților interesate - fie ca parte a raportării ESG, fie dincolo de raportarea ESG. Evaluările CDP se realizează anual.

4.4 DIRECTIVA UE PRIVIND RAPORTAREA DE SUSTENABILITATE A COMPANIILOR (CSRD)

Pentru a răspunde la necesitatea de a îmbunătăți calitatea și comparabilitatea informațiilor publicate de companii, Comisia Europeană a propus Directiva privind raportarea sustenabilității corporative (CSRD). Această propunere, adoptată în aprilie 2021, modifică actuala Directivă privind Raportarea Non-Financiară (NFRD). În contextul acestei propuneri, Comisia are în vedere:

- » Extinderea domeniului de aplicare al obligațiilor de raportare la toate companiile mari și cele listate pe piețele reglementate din UE;
- » Introducerea unor cerințe de raportare mai detaliate și obligația auditării informațiilor raportate.

În vederea facilitării publicării informațiilor necesare conform CSRD și pentru a spori coerența și comparabilitatea acestor informații, Comisia Europeană a delegat Grupul Consultativ European pentru Raportare Financiară (EFRAG) să dezvolte standarde de raportare obligatorii la nivelul UE referitoare la sustenabilitate.

Primul set de standarde de bază a fost adoptat în a doua jumătate a anului 2022, iar un al doilea set cu detalii suplimentare este planificat să fie disponibil până în octombrie 2023. Standardele dezvoltate vor fi construite pe baza și vor contribui la inițiativele de standardizare la nivel global.

Se preconizează că organizațiile mari vor începe să aplice aceste standarde în rapoartele lor publicate în 2024, pentru exercițiul financiar 2023. Începând cu ianuarie 2027, toate companiile listate pe piețele reglementate din UE (cu peste 10 angajați) vor fi obligate să raporteze conform noilor cerințe CSRD.

În cadrul Auchan România, ne pregătim de implementarea noilor cerințe, introducând deja elemente specifice de raportare în rapoartele noastre de sustenabilitate.



4.5 ASIGURARE EXTERNĂ

Asigurarea externă a acestei ediții a Raportului de Sustenabilitate Auchan România fost realizată de către auditori independenți, o instanță neutră și obiectivă, confirmând nu doar selectarea criteriilor relevante, ci și prezentarea coerentă a indicatorilor cheie de performanță ai companiei.

Baza raportului de asigurare externă o reprezintă Standardul Internațional pentru Misiunile de Asigurare 3000 („ISAE 3000”) - Ghidul pentru Misiunile de Asigurare care nu sunt Audituri sau Revizuri ale Informațiilor Financiare Istorice, în varianta de asigurare limitată.

Acest standard stabilește metodologia pentru planificarea și implementarea misiunii de către auditorul independent, cu scopul de a furniza o asigurare externă asupra corectitudinii și prezentării Indicatorilor Cheie de Performanță în toate aspectele semnificative, în conformitate cu criteriile prestabilite¹¹.

Misiunea de asigurare limitată presupune realizarea de interviuri cu persoanele cheie responsabile de întocmirea Indicatorilor Cheie de Performanță și a informațiilor aferente. În plus, se aplică proceduri analitice și alte metode relevante pentru a valida faptele și pentru a asigura că procesele de calcul și raportare sunt conforme cu cerințele stabilite.

Responsabilitatea conducerii Auchan România este esențială în asigurarea unei baze solide pentru evaluarea performanței sustenabile. Aceasta implică stabilirea și menținerea de controale interne eficiente, care să minimizeze riscul de fraudă sau eroare în colectarea și

raportarea datelor. Evidențele adecvate sunt menținute pentru a susține fiecare etapă a procesului de calcul al indicatorilor cheie de performanță, în timp ce utilizarea estimărilor relevante aduce precizie și coerență în evaluarea acestora.

Pe de altă parte, responsabilitatea auditorului independent reprezintă o etapă crucială în validarea performanței sustenabile. Rolul acestuia este de a examina în detaliu indicatorii conform criteriilor și procedurilor stabilite în raportul de asigurare externă. Acest proces se finalizează prin furnizarea unei concluzii independente, sub forma unei asigurări limitate, bazată pe probatorii concrete obținute în timpul auditului.

Calculul Indicatorilor Cheie de Performanță a fost refăcut și reconciliat cu calculul Auchan România S.A. Pe baza unui eșantion au fost selectate cele mai semnificative cifre/sume și s-au reconciliat cu contractele aferente și/sau extrasele bancare sau alte documente justificative în care au fost reflectate sumele sau datele respective. De asemenea, pentru anumite aspecte au fost cerute documente mai detaliate.

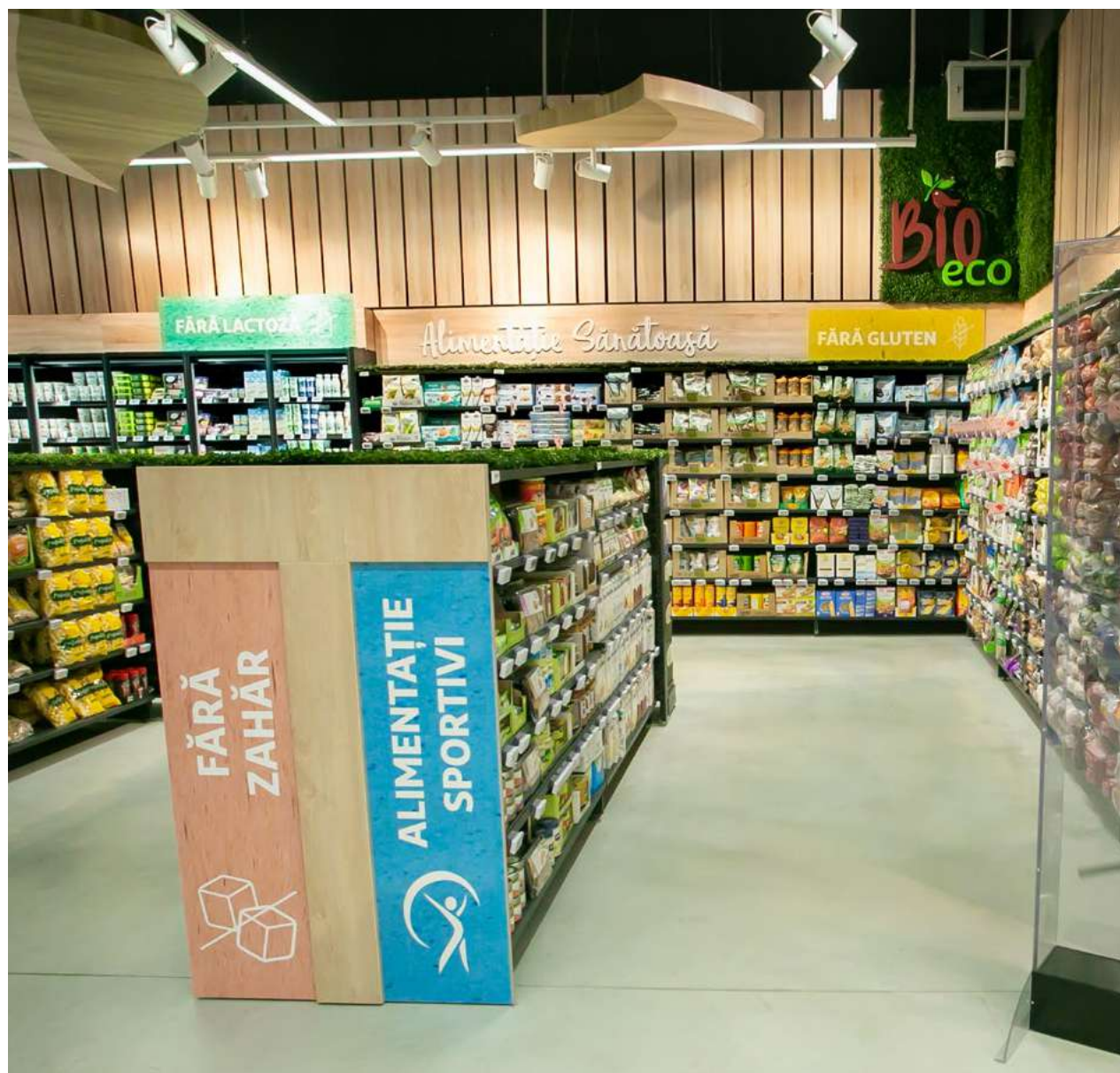
Concluzia a fost formată pe baza, și în legătură cu, aspectele prezentate. Probele obținute de instanța independentă care a condus misiunea de auditare au fost suficiente și adecvate pentru a constitui baza concluziei de asigurare limitată. În urma procedurilor efectuate și a probelor obținute, Indicatorii Cheie de Performanță prezentați în Raportul de Sustenabilitate al Auchan România S.A. pentru anul încheiat la 31.12.2022 au fost întocmiți în conformitate cu toate aspectele și criteriile semnificative.

¹¹Asigurarea externă poate fi furnizată fie la un nivel rezonabil, fie la un nivel limitat. Nivelul de acoperire reflectă extinderea și adâncimea procesului de asigurare. Un nivel de asigurare rezonabil indică un proces mai elaborat, care poate fi asemănat cu o revizuire a declarațiilor financiare. O asigurare la nivel limitat este mai succintă.

05

**Alimentație
sănătoasă și
combaterea risipei
alimentare**





Ținând cont de faptul că alegerile alimentare influențează nu doar starea noastră de bine, ci și viitorul planetei, Auchan România se angajează să promoveze alimentația sănătoasă și să combată risipa alimentară. La rândul său și raportul de sustenabilitate pentru anul 2022 reflectă eforturile noastre constante în această direcție.

Promovarea alimentației sănătoase este un pilon fundamental al strategiei noastre, întrucât suntem conștienți că alegerile noastre alimentare au un impact semnificativ asupra sănătății noastre. Cu un portofoliu extins de produse sustenabile, încurajăm clienții să opteze pentru o alimentație echilibrată și să se bucure de produse de înaltă calitate. Astfel, am dezvoltat proiecte și inițiative care încurajează consumul de produse proaspete, sigure, provenite de la furnizori locali.

În același timp, nevoia de a combate risipa alimentară este o prioritate în contextul global actual, unde resursele naturale sunt limitate, iar problema sărăciei persistă. În efortul nostru de a fi mai responsabili, am dezvoltat politici și programe prin care să reducem gradul de irosire al hranei și să donăm produsele necomercializate către persoanele vulnerabile.

Astfel, suntem alături de comunitățile noastre și contribuim la crearea unui viitor sustenabil și echitabil.

5.1 UTILIZAREA MATERIILOR PRIME SUSTENABILE

Consumatorii de astăzi manifestă un interes crescut pentru consumul responsabil și așteaptă din partea mărcilor un angajament în protejarea mediului. În acest context, au apărut numeroase inițiative pentru a aduce schimbări pozitive, cum ar fi reducerea plasticului, dezvoltarea pieței de produse second-hand, promovarea economiei circulare și încurajarea reciclării materialelor, pe măsură ce metodele de fabricație evoluează.

Pentru a furniza bunuri durabile, conform principiului „de la fermă la consumator”, la Auchan ne concentrăm pe utilizarea materiilor prime din surse responsabile.

Astfel, interzicem uleiul de palmier și comercializarea cărnii de rechin în rețetele noastre. În plus, am eliminat complet produsul pește pangasius din portofoliul nostru de produse încă din 2021.



¹²„From farm to fork” - În mai 2020, Comisia și-a prezentat Strategia „De la fermă la consumator”, care constituie una dintre acțiunile-cheie din cadrul Pactului verde european. Contribuind la îndeplinirea obiectivului de realizare a neutralității climatice până în 2050, strategia are în vedere evoluția actualului sistem alimentar al UE către un model durabil. Strategia prevede o serie de inițiative și de propuneri legislative privind, printre altele, agricultura ecologică, etichetarea nutrițională pe partea frontală a ambalajului și etichetarea alimentelor durabile sau reducerea risipei alimentare.

5.2 CALITATEA ȘI SIGURANȚA PRODUSELOR

Pentru a continua să furnizăm produse de înaltă calitate, adaptate nevoilor pieței, am dezvoltat o strategie de calitate pe termen lung, ce vizează răspunderea față de clienți, selecția atentă a partenerilor și creșterea nivelului de exigență pentru furnizori și produse. Totodată, ne axăm pe promovarea produselor de marcă proprie, dezvoltând o gamă variată de produse, inclusiv opțiuni fără zahăr adăugat, vegane și ecologice.

În 2022, am dedicat eforturi semnificative în dezvoltarea Strategiei de Calitate Auchan Retail România pentru perioada 2022-2026. Axată pe trei piloni strategici, respectiv produse, operațiuni și control, aceasta impune cerințe ridicate în selecția partenerilor și promovează responsabilitatea întregii organizații în privința duratei de viață a produselor noastre, cu obiectivul final de a garanta siguranța și satisfacția clienților noștri.

OBIECTIVELE STRATEGIEI DE CALITATE 2022-2026:



OBIECTIVE COMUNE CU STRATEGIA DE SUSTENABILITATE

- » Reducerea amprente de carbon;
- » Reducerea risipei alimentare;
- » Reducerea ambalajelor din plastic;
- » Promovăm calitatea - Reguli și proceduri de control;
- » Life Zone – actualizarea laboratoarelor și re tehnologizarea lor;
- » Retrageri/Rechemări: Realizare în 24h; Transparență client;
- » Îmbunătățirea procesului pe baza feedback-ului clienților;
- » Reducerea amprente de carbon și sprijinirea furnizorilor locali;
- » Înlocuirea ambalajelor produselor exclusive cu ambalaje reutilizabile, reciclabile sau compostabile;
- » Reducerea risipei alimentare prin proiecte de prevenire și eliminare;
- » Maparea activităților și echipamentele de calitate, definirea rolurilor, a responsabilităților și a training-urilor;
- » Implementarea unui sistem electronic de trasabilitate și digitizare a proceselor de calitate.



PRINCIPALELE ACȚIUNI

- » Implementarea cadrului de dezvoltare pentru produsele noastre exclusive (filieri, producție proprie, marcă proprie);
- » Maparea furnizorilor în vederea implementării auditurilor în conformitate cu planul de vigilență al Auchan Retail România;
- » Definirea de roluri și responsabilități și implementarea de programe de instruire adaptate colaboratorilor cu privire la ciclul de viață al produselor noastre exclusive;
- » Crearea și implementarea unei autorități de control pentru raportare;
- » Actualizarea conținutului, reproiectarea și implementarea noii liste de verificare a auditului calității magazinului cu un nivel crescut de exigență;
- » Crearea și implementarea grilelor de control CN1 și CN2 pentru magazine, folosind aceeași listă de verificare pentru controale și audituri.



OBIECTIVE

- » Răspunderea la nevoile clienților noștri cu produse adaptate pieței și cu cerințe de înaltă calitate;
- » Cerințe ridicate în selecția partenerilor;
- » Responsabilitatea întregii organizații în ceea ce privește durata de viață a produsului;
- » Siguranța și satisfacția clienților;
- » Creșterea nivelului de exigență pentru: Furnizori, Produse, Operațiuni;
- » Reducerea riscului de penalități;
- » Îmbunătățirea continuă a procesului.

Mărci proprii Auchan

În cadrul strategiei noastre de sustenabilitate ne concentrăm pe dezvoltarea produselor de marcă proprie, oportunitate care ne permite să ne diferențiem față de competitori și să oferim clienților noștri o experiență unică. Încrederea în calitatea acestor produse și aplicarea unei strategii puternice de poziționare ne permite să ne consolidăm poziția pe piață și să construim o bază solidă de clienți loiali.

Din totalul produselor disponibile, aproximativ 60% sunt marca proprie, adică un total de 98.948 de produse (inclusiv articole textile). În plus, 97 dintre produsele alimentare sunt bio și ecologice. Dintre acestea, 22 provin de la producători locali, în timp ce 75 sunt importate*.

Suntem mândri de eforturile noastre în crearea unor produse de înaltă calitate, care răspund nevoilor clienților noștri și care contribuie la protejarea mediului.

În același timp, continuăm să identificăm noi oportunități pentru a inova și a aduce mai multe soluții sustenabile în gama noastră de produse de marcă proprie. Spre exemplu, în perioada de raportare am avut o lansare specială a unei game de jeleuri „ursuleți” marcă proprie, care se remarcă prin absența zahărului adăugat.

De asemenea, am întreprins o inițiativă importantă prin crearea unei „Liste negre a ingredientelor”, aplicată în întregime produselor noastre de marcă proprie, în conformitate cu standardele impuse la nivel de grup.

Mărcile proprii de destinație Auchan

Inextenso

Qilive

âctuel[®]
by Auchan

gardenstar

cosmia

cosmia
bio[®]
by Auchan

CUP's

Airport[®]
Travel design

ONE TWO FUN

*01 octombrie 2021 - 30 septembrie 2022

5.3 ALIMENTE ȘI FURNIZORI LOCALI

În cadrul activităților noastre, am dezvoltat o legătură puternică cu furnizorii locali din România și suntem încântați să anunțăm că am semnat peste 100 de contracte cu aceștia până la finalul perioadei de raportare*. Mai mult, începând cu anul 2022, ne-am concentrat pe elaborarea unui protocol de colaborare între magazinele noastre și Departamentul Produs, pentru a ușura procesul de listare pentru noii furnizori locali.

Prin programul „Filieră”, care se bazează pe parteneriate strânse cu producători locali atent selecționați, asigurăm calitatea, siguranța, diversitatea și prospețimea produselor pentru clienții noștri. Totodată, ne concentrăm și pe oferte competitive, inovație și fidelizarea acestora pentru a le răspunde cerințelor,

cu responsabilitate și atenție la detalii. Sub umbrela acestui program, construim parteneriate pe termen lung cu producători mici și medii, oferind clienților o transparență completă a procesului de producție.



În perioada de raportare**, am dezvoltat 30 de filiere în România, iar obiectivul nostru pentru 2023 este să ajungem la încă 15 filiere noi, urmând să atingem un total de 100 de filiere până în 2024.

Produse de filieră Auchan România:

FILIERE DEZVOLTATE	
Fructe și legume	» Fructe roșii (afine, căpșuni, zmeură, mure), mere, cartofi, țelină, ceapă, usturoi, roșii, dovlecei, pepeni verzi, mix de plante, varză murată.
Produse proaspete	» Fructe de mare (midii din Marea Neagră), ouă bio (Galina Bio) carne de vită bio și cârnați

Filierele dezvoltate includ diverse categorii de produse, precum fructe și legume (inclusiv produse ecologice pentru roșii și afine), produse proaspete (precum fructe de mare din Marea Neagră și ouă bio), dar și carne de vită bio și cârnați. În octombrie 2022, am introdus în oferta noastră midiile din Marea Neagră și varză murată, ambele furnizate de producători locali. La finalul aceluiași an, am lansat și o nouă filieră pentru cârnați.

În mod constant, promovăm produsele noastre de filieră prin intermediul mass-media, rețelelor sociale și a site-ului web, prin intermediul cărora prezentăm comunităților noastre povestea producătorilor locali din filierele Auchan, precum și informații concrete despre modul în care produsele de filieră sunt crescute, cultivate, recoltate. Ne angajăm să continuăm să dezvoltăm și să susținem aceste parteneriate locale pentru a oferi clienților noștri produse de cea mai bună calitate, din surse sigure și responsabile.

*La 30 septembrie 2022

**01 octombrie 2021 - 30 septembrie 2022



5.4 PRODUSE ECOLOGICE ȘI VEGANE

Acordăm o atenție deosebită produselor ecologice și vegane, fiind conștienți de importanța alimentației sănătoase pentru clienții noștri. Într-un efort constant de a oferi opțiuni gustoase și proaspete, inovăm și să ne îmbunătățim rețetele.

În același timp, ne dorim să educăm clienții cu privire la consumul de produse pe bază de plante, promovând grija pentru mediu și sănătate.

În anul 2022, am început să lucrăm la politicile noastre de Bunăstare a Animalelor și Pescuit Durabil, care se aflau în stadiul de proiect și urmează a fi implementate în 2023 și 2024.

De asemenea, în gama de produse disponibile la vânzare, am inclus 323 de produse vegane și vegetariene, inclusiv iaurturi vegane de marcă proprie*.



AȚIUNILE DE TRANSFORMARE A OFERTELOR ÎN 2022

- » Lansarea gamei fără zahăr adăugat în raionul patiserie
- » Lansarea a 20 de noutăți pentru produsele vegane
- » Lansarea cartofilor de filieră, produs utilizat în 16 rețete de producție proprie Auchan
- » Operațiunea „Ziua Alimentației”, campanie care promovează consumul moderat de produse de origine animală
- » Relansarea gamei de produse „Fresh” cu 18 produse noi
- » Îmbunătățirea a 51 de rețete de panificație și patiserie

*La 30 septembrie 2022

**În perioada 1 octombrie 2021 - 30 septembrie 2022



Ana-Maria Deaconescu (Balan)
Coordonator Marcă Proprie &
Filieră Auchan

„Urmărind atent tendințele de consum ale clienților, dar și tendințele pieței, în 2022 am adăugat în gama noastră de produse iaurturile vegane de cocos. Această hotărâre a fost motivată de dorința de a oferi consumatorilor opțiuni vegane și, în același timp, produse sănătoase și delicioase. Ne-a captivat în mod special gustul unic al iaurturilor și povestea fascinantă a producătorului, care a început să dezvolte astfel de produse pentru a le consuma el și familia sa, și apoi și-a extins producția pentru a servi și un retailer. Succesul înregistrat de noile produse din gamă ne-a făcut să lucrăm la dezvoltarea de noi produse vegane. Astfel că, avem în plan ca pentru anul 2023 să adăugăm în oferta noastră deserturi vegane din cocos cu topping de fructe, iaurt vegan pentru sportivi și iaurt vegan cu granola.”

Pornind de la această preocupare, am lansat și primele prăjituri fără zahăr adăugat, disponibile în patru sortimente diferite: cremă de unt și ciocolată, vanilie, magiun și beza de nucă, mousse de ciocolată neagră și cremă de vanilie. Aceste noi prăjituri pot fi achiziționate din raionul de cofetărie din toate hipermarketurile Auchan. În plus, am îmbunătățit alte 51 de rețete de panificație și patiserie**.

5.5 EDUCAREA CLIENȚILOR ȘI ANGAJAȚILOR

Unul dintre obiectivele noastre este să aducem o schimbare pozitivă în viețile clienților noștri, promovând alimentația sănătoasă și oferind informații valoroase despre nutriție. Credem că educarea reprezintă cheia unei alimentații sănatoase și a unui stil de viață echilibrat. Suntem mândri să fim un retailer care își asumă responsabilitatea de a educa clienții și angajații în domeniul alimentației sănatoase și de a crea un impact pozitiv asupra comunității noastre.

Dorim să fim mai mult decât un simplu retailer de produse alimentare. Ne propunem să fim un partener în călătoria spre o viață sănătoasă pentru clienții noștri, furnizându-le informații relevante și accesibile privind alegerile alimentare inteligente.

Pentru a realiza acest obiectiv, am creat un mediu în care educația ocupă un loc la fel de important ca și calitatea produselor noastre. Angajații noștri participă la sesiuni de instruire și workshop-uri regulate, pentru a dobândi noțiuni de bază despre alimentație sănătoasă dar și pentru a fi la curent cu cele mai recente cercetări și tendințe în nutriție.

În 2022, am organizat aproape 700 de astfel de sesiuni de instruire. Clienților noștri le punem la dispoziție materiale informative, cărți de bucate cu rețete sănatoase și broșuri cu sfaturi de nutriție.

Ne dorim să contribuim la o viață mai sănătoasă și echilibrată pentru întreaga noastră comunitate. Astfel, în perioada 2021-2022, am desfășurat următoarele campanii de promovare a unei alimentații sănatoase:



#BIOJOI

O campanie desfășurată exclusiv în social media, prin care promovăm produsele BIO în fiecare săptămână, oferind și rețete cu aceste produse;

PROGRAMUL ZERO RISIPĂ

Am furnizat sfaturi și trucuri pentru gestionarea resturilor de mâncare, rețete și modalități de menținere a prospețimii fructelor și legumelor;

REȚETE SĂNĂTOASE

Am promovat un stil de viață sănătos prin utilizarea unei varietăți mari de rețete, inclusiv rețete vegane, vegetariene, pentru persoanele cu intoleranță la lactoză, fără zahăr etc. Am creat rețete pentru toate mesele zilei, inclusiv gustări sănatoase și deserturi;

PROMOVAREA FRUCTELOR ȘI LEGUMELOR DE SEZON

Am promovat consumul fructelor și legumelor de sezon pe tot parcursul anului, oferind și rețete și băuturi sănatoase pe bază de fructe și legume, precum și informații despre beneficiile acestora;

FILIERELE AUCHAN

Am promovat produsele din filiera Auchan provenite de la producătorii și fermierii locali, oferind informații despre beneficiile acestor produse, rețete și sugestii de consum.

5.6 COMBATEREA RISIPEI ALIMENTARE

În efortul nostru de a combate risipa alimentară, am încheiat în 2021 un parteneriat durabil cu Federația Băncilor de Alimente din România, care operează o rețea formată din 9 bănci regionale. Ca parte a acestui parteneriat, atât magazinele cât și depozitele noastre donează produse alimentare apropiate de data de expirare sau surplusul de produse, ajutând astfel la asigurarea hranei pentru cei în nevoie.



În timpul perioadei de raportare*, am reușit să donăm un total de 48 de tone de produse către Băncile de Alimente, care le-au distribuit către 123 de ONG-uri partenere. Aceste organizații sprijină peste 100.000 de persoane vulnerabile din România, precum bătrâni, persoane cu dizabilități, copii fără îngrijire familială, victime ale violenței domestice și familii sărace.

Un alt proiect important, implementat încă din 2021 în magazinele noastre, se numește „Zero Risipă”. Acesta a fost demarat prin echiparea tuturor magazinelor noastre de tip supermarket, supermarket și MyAuchan cu o zonă special dedicată prevenirii risipei alimentare. Un aspect esențial al acestui proiect a fost introducerea unui algoritm de inteligență artificială care analizează separat comportamentul fiecărui magazin în ceea ce privește ratele de vânzări, reținerea valorii și schimbările de volum din ultimele săptămâni, propunând reduceri adecvate fiecărei situații.



*01 octombrie 2021 - 30 septembrie 2022

REZULTATELE OBȚINUTE* PRIN PROIECTUL „ZERO RISIPĂ”



55 MIL
produse salvate;



4,2 MIL
mese salvate;



5.331 TONE
emisii de CO2 evitate.

Ne concentrăm constant pe pregătirea angajaților noștri pentru reducerea risipei alimentare în magazine, înregistrând în perioada de raportare* un total de 2.135,8 ore de instruire în domeniul combaterii risipei alimentare.

De asemenea, comunicăm constant despre acest subiect atât pe canalele interne cât și pe rețelele sociale, unde avem postări periodice sub eticheta „Zero Risipă”, pentru a crește gradul de conștientizare asupra consumului responsabil.

06

Lupta împotriva *poluării cu plastic*



6.0 LUPTA ÎMPOTRIVA POLUĂRII CU PLASTIC

Recunoaștem că plasticul este omniprezent în ciclul de viață al produselor, începând de la producție și transport, până la ambalare și distribuție, iar acțiunile noastre au ca scop concret minimizarea deșeurilor de plastic și promovarea economiei circulare în toată rețeaua noastră de aprovizionare.

Un pas semnificativ în această direcție a fost făcut în 2022, când am inițiat dezvoltarea unei soluții de trasabilitate pentru toate tipurile de ambalaje din plastic asociate produselor noastre, inclusiv cele primare, secundare și terțiare. Această inițiativă se aplică întregii noastre game de produse și furnizori, generând o înregistrare detaliată a impactului poluării cu plastic pe întregul lanț de aprovizionare. Prin această măsură practică și concretă, lucrăm să aducem mai multă transparență și responsabilitate în ceea ce privește gestionarea plasticului în industria noastră.

Referitor la produsele din plastic de unică folosință, suntem dedicați respectării reglementărilor și standardelor de mediu. Începând cu 1 mai 2021, în conformitate cu interdicțiile aplicate în România, nu am mai comercializat aceste produse în magazinele noastre. Astfel, ne aliniem cu decizia de a elimina treptat produsele din plastic de unică folosință, contribuind la reducerea impactului asupra mediului.

Gama noastră de produse de marcă proprie este produsă în Franța, respectând cu strictețe standardele și reglementările Uniunii Europene în ceea ce privește utilizarea plasticului. Aceasta reprezintă o măsură semnificativă pentru a asigura că produsele noastre sunt conforme cu cerințele de mediu și susțin tranziția către un model durabil.



GRI 301-3

6.1 REDUCEREA PLASTICULUI ÎN MAGAZINE

Ambalaje secundare și terțiare, accent pe deșuri în magazine și depozite

În perioada de raportare*, am adoptat soluții permanente de reciclare în magazinele și depozitele noastre. Am utilizat balotarea deșeurilor de ambalaje secundare și terțiare din plastic, rezultând într-o remarcabilă cantitate de peste 800 de tone de plastic reciclat.

Campania națională de colectare de PET-uri

În parteneriat cu Coca-Cola HBC România și GreenPoint Management, am lansat în ianuarie 2022 campania „PETcolectezi și câștigi”. Scopul acestei inițiative a fost creșterea gradului de conștientizare în rândul consumatorilor cu privire la importanța colectării separate a ambalajelor PET. În cadrul acestei campanii, am amenajat zone speciale de colectare în toate hipermarketurile și supermarketurile Auchan din țară. Aceasta a marcat **începutul unui parteneriat strategic pentru protejarea mediului**.



Corina Dospinoiu
Director Sustenabilitate Auchan

Am demarat această inițiativă ca parte a Programului de Sustenabilitate Personală. Campania a implicat peste 7000 de angajați și clienți Auchan. Acest efort a pus în evidență importanța acțiunilor mici care, la un nivel colectiv, contribuie la schimbările importante de care mediul înconjurător are nevoie în acest moment.

Această campanie este una dintre acțiunile noastre strategice pe termen lung privind reducerea utilizării plasticului și o promisiune de a ne extinde forțele pentru a crește gradul de conștientizare și de a accelera procesul de colectare separată, premergătoare SGR.



Participanții la campanie au avut oportunitatea de a câștiga lunar premii, totul fiind bazat pe colectarea ambalajelor PET în coșurile inteligente amplasate în spațiile Auchan. Fiecare ambalaj PET colectat oferea o șansă la tragerea la sorți pentru premii. Participanții au câștigat lunar unul dintre cele 15 vouchere de cumpărături la Auchan, în valoare de 100 lei fiecare. La finalul campaniei, primii trei participanți care au colectat cele mai multe PET-uri au primit câte un coș cu produse marca Auchan, în valoare de 500 lei fiecare.



La finalul campaniei peste 85.000 de PET-uri au fost colectate și reciclate. Peste 1.500 de consumatori s-au alăturat campaniei naționale „PETcolectezi și câștigi” și au reciclat aproximativ 2 tone de PET-uri.

*01 octombrie 2021 - 30 septembrie 2022

Prima campanie de colectare a ambalajelor cosmetice

În colaborare cu Garnier, Auchan a inițiat o campanie menită să informeze oamenii despre valoarea reciclării și importanța reducerii deșeurilor de plastic, încurajându-i să adopte practici mai sustenabile.

În cadrul acestei campanii, clienții au putut aduce ambalaje cosmetice din plastic în hipermarketurile Auchan pentru reciclare. Aceasta a inclus recipiente goale de diferite tipuri, excluzând sticlele folosite pentru cosmetice și parfumuri. Clienții responsabili au fost recompensați cu gel dezinfectant Garnier în schimbul ambalajelor aduse.



GRI 301-3

6.2 REDUCEREA PLASTICULUI ÎN LOGISTICĂ

Parteneriat CHEP¹³

În cadrul magazinelor și depozitelor noastre din întreaga țară, am adoptat utilizarea de folii reciclabile pentru paleții noștri, ca parte a strategiei noastre de a minimiza utilizarea plasticului în operațiunile logistice.

Împreună cu CHEP, partenerul nostru pe termen lung, am dezvoltat un model logistic sustenabil, transportul de mărfuri utilizând paleți reutilizabili, ceea ce ne permite să reducem în mod semnificativ deșeurile și emisiile de carbon, protejând astfel resursele naturale valoroase.



¹³Commonwealth Handling Equipment Pool

6.3 REDUCEREA PLASTICULUI PENTRU PRODUSELE MARCĂ PROPRIE

Pentru produsele noastre marcă proprie, avem ca obiectiv pe termen scurt ca 100% dintre ambalaje să fie reutilizabile, reciclabile sau compostabile. Luăm în considerare întregul lanț valoric al produselor, de la producție până la distribuție, pentru a aborda problema poluării cu plastic într-un mod cuprinzător.

Pentru a atinge aceste obiective, am pus în practică măsuri concrete, precum reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră prin optimizarea echipamentelor frigorifice, creșterea utilizării de energie regenerabilă și optimizarea proceselor de transport.

În ceea ce privește ambalajele din plastic, am inițiat numeroase acțiuni pentru a reduce utilizarea acestora. De exemplu, în cadrul perimetrului Gastro, ne concentrăm pe introducerea și promovarea ambalajelor alimentare reutilizabile.

- » În sectorul Patiserie, am reușit să reducem cu 70% plasticul din ambalaje, implementând cu succes noi tipuri de ambalaje.
- » În perimetrul Gastro & Takeaway, utilizăm exclusiv ambalaje 100% eco-friendly începând cu 2022.
- » De asemenea, în sectoarele Măcelărie, Pescărie și Fructe & Legume, oferim pungi biodegradabile încă din 2021, pentru a reduce impactul plasticului.



*1 octombrie 2021 - 30 septembrie 2022

¹⁴Dark Store este un magazin fizic care a fost închis și transformat în depozit pentru operațiuni de onorare comenzi. Acesta oferă clienților alternative de livrare, cum ar fi comandă online, livrare în aceeași zi și ridicare din magazin.

Întrucât am observat o cerere în creștere pentru pungi din hârtie, provenită din surse sustenabile, am introdus astfel de ambalaje în anumite sectoare.

- » În zona Inextenso, am pus la dispoziția clienților pungi de hârtie certificate FSC pentru nevoile de ambalare (~30.000 buc)*.
- » În plus, pentru comenzile online procesate în magazinele Dark Stores¹⁴, folosim pungi de hârtie FSC pentru a întruni cerințele clienților*.

Pentru a susține aceste eforturi, am inclus o listă de ambalaje de plastic interzise în cerințele noastre pentru dezvoltarea de produse noi marca proprie.

De asemenea, continuăm să colectăm informații de la furnizorii noștri privind componentele ambalajelor produselor noastre marca proprie, pentru a asigura coerența și sustenabilitatea în abordarea noastră.



07

Reducerea
amprente de
carbon



În fața amenințării imediate reprezentate de schimbările climatice, generate de nivelul crescut al emisiilor de carbon rezultate din activitatea umană, combaterea acestui fenomen devine o prioritate imperativă.

Din această perspectivă, Auchan își asumă angajamentul ferm de a diminua amprenta sa de carbon, atât la nivel individual, cât și în sfera industrială. Acțiunile noastre sunt concentrare pe reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră și pe atenuarea impactului schimbărilor climatice. Ne-am propus obiective ambițioase pentru a diminua amprenta de carbon, prin promovarea surselor regenerabile și a energiei cu emisii reduse de carbon, incluzând:

Reducerea cu **20%** a emisiilor de gaze cu efect de seră generate de transportul mărfurilor;

Asigurarea ca **50%** din energia utilizată să provină din surse cu emisii reduse de carbon sau din surse regenerabile;

Reducerea consumului energetic al magazinelor cu **25%**, luând ca bază de calcul anul 2014 și un perimetru constant.

Începând cu anul 2022, am orientat eforturi semnificative către conturarea unei strategii solide și ambițioase, cu scopul de a diminua impactul activităților noastre asupra schimbărilor climatice.

Central în demersul nostru de decarbonizare a ofertei de produse se află o serie de măsuri concrete, îndreptate asupra reducerii emisiilor de carbon:

- » Promovarea dietei flexitariene, încurajând consumul de produse pe bază de plante;
- » Reducerea dependenței de defrișări prin sporirea achizițiilor de materii prime din surse controlate;
- » Prioritizarea produselor cu certificate de durabilitate MSC/RSPO/Low CO2/No CO2 etc.

Prin aceste acțiuni integrate și angajamentul nostru de a adopta practici durabile și responsabile din punct de vedere ecologic, ne propunem nu doar să reducem amprenta de carbon, ci și să avem un impact pozitiv semnificativ în lupta împotriva schimbărilor climatice.



GRI 305-1; GRI 305-2; GRI 305-3

7.1 STRUCTURA AMPRENTEI DE CARBON – DOMENIILE DE APLICARE 1, 2 ȘI 3

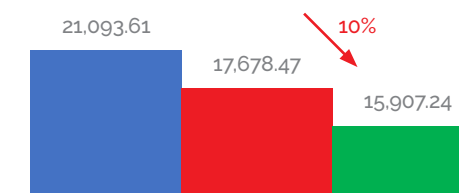
În anul 2022, emisiile naționale de CO₂ ale Auchan România au scăzut cu 7% față de anul anterior, fiind înregistrate 83.323 de tone echivalent.

Aceste cifre au fost elaborate în conformitate cu definițiile și limitele celor trei domenii de aplicare, respectiv:

DOMENIUL DE APLICARE 1

Auchan a înregistrat o scădere semnificativă a emisiilor de CO₂ de 10% față de anul 2021, cuantificând 15.907,24 tone provenite din consumul de gaze și refrigeranți.

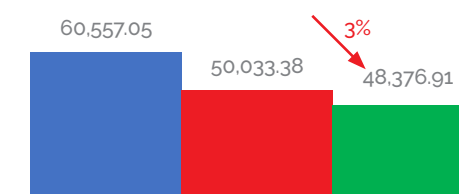
Emisii Totale de Gaze cu Efect de Seră pentru Domeniul de aplicare 1



DOMENIUL DE APLICARE 2

Emisiile rezultate din consumul de electricitate și încălzire au resimțit o diminuare de 3% în comparație cu anul precedent, totalizând 48.376,91 tone CO₂.

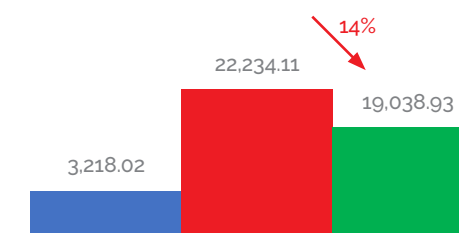
Emisii Totale de Gaze cu Efect de Seră pentru Domeniul de aplicare 2



DOMENIUL DE APLICARE 3

Pentru fluxurile logistice între depozitele din țară și magazine, emisiile totale de CO₂ au fost reduse considerabil cu 14% în comparație cu 2021 și au fost calculate la 19.038,93 tone.

Emisii Totale de Gaze cu Efect de Seră pentru Domeniul de aplicare 3



Legendă: 2020 2021 2022

O contribuție majoră la reducerea amprentei de carbon a fost adusă prin eficientizarea sistemului de transport. În 2022, am înregistrat o creștere cu 22,36% a coletelor livrate, în comparație cu anul precedent (2021-2022), dar cu o scădere de 12% a numărului de camioane utilizate. În continuare, avem în vedere optimizarea procesului de livrare prin implementarea următorilor pași:

- » Standardizarea volumului per palet sau rollbox, cu un număr optim de cutii pentru fiecare tip de suport
- » Creșterea numărului de paleți în funcție de tipul de client (Magazine de Proximitate, Supermarketuri, Hipermarketuri, B2C și B2B) și pe fiecare tip de camion (bitemperaturi, temperatura ambientală unică; 3,5t; 12t; 15t sau 20t)
- » Rutarea eficientă prin magazinele și destinațiile din Zonele de Viață geografice.

În colaborare cu furnizorii logistici, am inclus clauze în contractele noastre pentru a controla impactul asupra mediului și pentru a promova îmbunătățirea continuă.

În vederea reducerii emisiilor de CO₂ asociate transportului, examinăm împreună cu partenerii de transport planurile acestora de reducere a amprentei de carbon și programele de instruire pentru șoferi, inclusiv tactici de anticipare a traficului și menținerea vitezei constante, pentru a minimiza accelerările și frânările bruște. Ponderea furnizorilor care utilizează vehicule Euro 6 este de 90%, iar restul de 10% utilizează vehicule Euro 5.

Pentru magazinele de proximitate, există un furnizor care utilizează combustibil GNC și vehicule electrice, contribuind astfel la reducerea impactului asupra mediului.



GRI 201-2; GRI 201-3; GRI 203-2; GRI 305-5

7.2 PROIECTUL CLIMAT

Din anul 2015, Auchan Retail a inițiat o serie de măsuri și planuri de acțiune pentru a reduce emisiile directe provenite din magazinele sale din toate țările în care activează. În cadrul Conferinței COP21 de la Paris, Auchan Retail și-a asumat angajamentul de a diminua consumul său de energie cu 20%, un obiectiv atins în întregime în anul 2019.

În anul 2022, implicarea Auchan Retail în combaterea schimbărilor climatice a cunoscut o accelerare semnificativă prin definirea unei strategii globale valabile pentru toate țările în care compania este prezentă. Rezultatele conferinței COP27 desfășurate la Sharm el-Sheikh au confirmat necesitatea sporirii relevanței strategiilor companiei în această direcție.

În anul 2021, compania a conturat o traiectorie de decarbonizare care acoperă întregul său spectru de activități, inclusiv Domeniile de aplicare 1, 2 și 3. Aceste obiective au fost prezentate către SBTi (Science Based Targets Initiative)⁴⁵ pentru validare, cu termen în anul 2023.

Această traiectorie se întemeiază pe următoarele direcții principale:

- » Reducerea emisiilor directe din magazine cu 46% până în anul 2030 (cuprinzând Domeniile de aplicare 1 și 2, în comparație cu anul 2019). Aceasta implică măsuri proactive privind echipamentele energetice și frigorifice. Angajamentele și planurile de acțiune plasează Auchan Retail pe o traiectorie SBTi de 1,5°C.
- » Scăderea emisiilor asociate lanțului valoric cu 25% până în anul 2030 (referitor la Domeniul de aplicare 3, comparativ cu anul 2020). Această abordare ia în considerare atât emisiile ulterioare, cât și cele anterioare ale lanțului de aprovizionare.

Sub numele de „Planul pentru Climat 2030”, Auchan Retail a definit la nivel de grup o strategie ce se angajează să reducă emisiile de gaze cu efect de seră în acord cu obiectivele stabilite în Acordul de la Paris pentru limitarea încălzirii globale. Acest plan pune în lumină patru perimetre majore de acțiune: energia, echipamentele frigorifice, transportul și gama de produse.

⁴⁵Inițiativa Science Based Targets (SBTi) oferă companiilor o cale clar definită către o creștere adecvată pentru viitor, specificând cât de mult și cât de repede trebuie să-și reducă emisiile de gaze cu efect de seră. SBTi este un parteneriat între CDP, Global Compact al Națiunilor Unite, World Resources Institute (WRI) și World Wide Fund for Nature (WWF).



În paralel, Auchan Retail România și-a propus instalarea de panouri fotovoltaice pe acoperișul a 16 magazine până la sfârșitul anului 2025, ca parte a inițiativei sale de generare de energie din surse regenerabile.



În ceea ce privește emisiile asociate echipamentelor frigorifice și consumului de gaz natural (Domeniul de aplicare 1), Auchan Retail își propune o reducere de 90% a emisiilor asociate scurgerilor de gaze refrigerante și o diminuare de 20% a amprentei de carbon legate de consumul de gaz natural până în anul 2030.

În Domeniul de aplicare 2, care se referă la consumul de energie electrică, compania urmărește să-și reducă amprenta de carbon provenită din energia consumată în magazine cu 20%, în timp ce până în anul 2030 intenționează să utilizeze exclusiv energie electrică regenerabilă.



Pentru Domeniul de aplicare 3, strategia se concentrează pe ciclul de viață al produselor și soluțiile de transport logistic. În cadrul acestuia, Auchan Retail se angajează să reducă emisiile de-a lungul lanțului său valoric cu 25% până în anul 2030.

Această abordare presupune o serie de măsuri, inclusiv dezvoltarea produselor pe bază de proteină vegetală, certificarea produselor sustenabile, optimizarea proceselor de producție și implementarea de soluții inovatoare pentru transportul logistic. În plus, este vizată dezvoltarea unui program de implicare a tuturor furnizorilor în acest efort comun de reducere a emisiilor de gaze cu efect de seră. De asemenea, dezvoltarea filierelor și a relațiilor cu producătorii locali pe care compania o are în vedere va contribui indirect la o amprentă de carbon redusă a produselor, prin prisma unui lanț de aprovizionare mai scurt.

Auchan acordă o atenție deosebită informării și responsabilizării clienților în ceea ce privește alegerile sustenabile, reprezentând un pilon semnificativ al Planului pentru Climat, care completează acțiunile desfășurate de Auchan atât independent, cât și în colaborare cu furnizorii săi.

În sfera produselor non-alimentare, Auchan se angajează să contribuie la obiectivele stabilite în Planul pentru Climat prin intermediul unor proiecte solide de economie circulară, atât prin optimizarea resurselor deja implementate, cât și prin dezvoltarea unor noi proiecte similare până în 2030. Aceste inițiative au ca scop principal extinderea ciclului de viață al produselor și promovarea unui model de consum circular, în armonie cu principiile durabilității.

În ceea ce privește reducerea emisiilor provenite din transportul logistic, strategia Auchan se bazează pe o serie de măsuri inovatoare.

Aceasta include modificarea mixului de transport existent, cu accent pe modalitățile maritime și feroviare, optimizarea eficientă a spațiului de transport și a traseelor prin implementarea soluțiilor digitale avansate și o tranziție treptată de la combustibilii fosili către surse alternative, promovând astfel o mobilitate mai sustenabilă.



În cadrul operațiunilor din România, Auchan a demarat procesul de eficientizare a rutelor de transport pentru camioane, iar transportul către magazinele de proximitate este realizat cu ajutorul camioanelor pe bază de gaz natural comprimat, reducând astfel impactul asupra mediului.

Mai mult, inaugurarea depozitului logistic din Călan contribuie semnificativ la scăderea emisiilor de CO2 prin optimizarea rutelor de aprovizionare și reducerea distanțelor de transport. În perspectivă, Auchan are în plan o serie de inițiative care să sprijine procesul de decarbonizare a transportului și să asigure atingerea obiectivului de reducere a emisiilor cu 25% în cadrul domeniului de aplicare 3.



Pentru a asigura o implicare la nivel larg în această direcție, angajații cheie au participat la trainingul „Planul pentru Climat” în anul 2022, care a inclus aspecte precum comunicarea internă și externă a schimbărilor climatice, adaptarea proceselor de dezvoltare a produselor pentru a reflecta preocupările legate de schimbările climatice și informarea clienților în direcția alegerilor sustenabile. În total, s-au desfășurat 512 sesiuni de formare în cadrul proiectului pe parcursul anului 2022.

Campania „Luna Climatului”, desfășurată în octombrie 2022, a reprezentat un efort amplu de conștientizare și mobilizare cu privire la schimbările climatice. Cu o serie de inițiative orientate către angajați și clienți, Auchan a căutat să crească gradul de înțelegere a impactului alimentelor asupra mediului, a efectelor schimbărilor climatice și a măsurilor ce pot fi luate pentru a contracara aceste tendințe.

Prin activități precum sesiuni de informare pentru clienți, campanii de promovare a alimentelor ecologice și vegane, precum și programul de eficientizare a rutelor de transport pentru a reduce amprenta de carbon a produselor, Auchan Retail demonstrează un angajament concret în direcția unei activități mai durabile și responsabile față de mediul înconjurător.

La nivel intern, angajații noștri au luat parte la formări de tip „frescă climatică”, un instrument educativ accesibil și interactiv, menit să explice elementele științifice ce stau la baza schimbărilor climatice, pentru o mai bună înțelegere a impactului pe care activitatea umană o are asupra mediului înconjurător.

În perioada 14-16 octombrie, cu ocazia Zilei Alimentației, clienții au putut achiziționa din zona Gastro a fiecărui hipermarket Auchan din țară unul dintre cele patru meniuri vegane. Meniurile au fost dezvoltate de Răzvan Exarhu, prezentator radio & TV și realizator al show-ului culinar Farfuria lui Exarhu (disponibil exclusiv pe canalele de comunicare Auchan), cu scopul de a încuraja consumul de alimente pe bază de proteină vegetală, ca măsură de reducere a amprentei de carbon.

Toate veniturile generate din vânzarea acestor meniuri au fost donate către ONG-ul partener Banca pentru Alimente.

SUSTENABILI ÎNTR-O LUNĂ CÂT ÎN FIECARE LUNĂ

**LUNA
CLIMATULUI**
OCTOMBRIE 2022

ÎMPREUNĂ FACEM DIN
AUCHAN CEA MAI IMPLICATĂ
MARCĂ ÎN PROTEJAREA
PLANETEI!

**DIRECȚIILE DE
ACȚIUNE AUCHAN**

ENERGIE

Reducerea cu 40% a consumului de energie al magazinelor;
Utilizarea a 100% energie electrică regenerabilă

ECHIPAMENTE FRIGORIFICE

Reducerea cu 90% a emisiilor de gaze cu efect de seră asociate scurgerilor de gaze refrigerante

TRANSPORTURI

Optimizarea umplerii și traseelor camioanelor;
Noi soluții digitale;
Surse de energie mai puțin poluante (biocombustibili, hidrogen etc.);
Mobilitate sustenabilă

PRODUSE

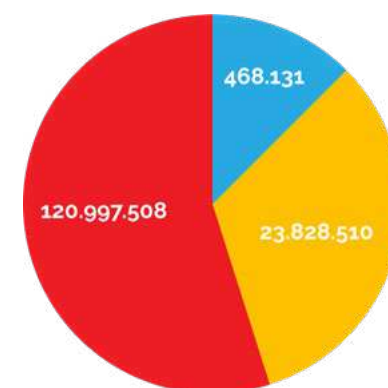
Construirea, împreună cu furnizorii, a unui eco-design al produselor, dezvoltarea de energii regenerabile, promovarea unei agriculturi sustenabile;
Informarea și implicarea clienților noștri pentru un consum mai responsabil.

www.auchan.ro

GRI 302-1; GRI 302-4; GRI 303-5

7.3 GESTIONAREA CONSUMULUI

Consumurile de gaz, electricitate și apă în 2022



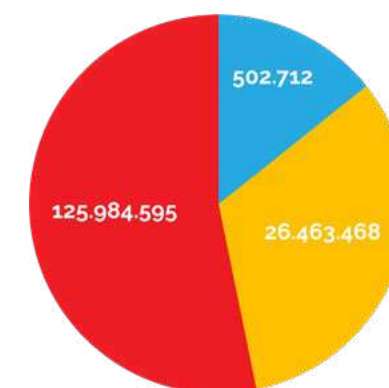
Electricitate (kWh)
Gaz (kWh)
Apă (m³)

Auchan își asumă angajamentul de a reduce consumul de energie prin intermediul unei strategii ample, ce implică îmbunătățiri la nivelul echipamentelor de producție, sistemelor frigorifice și reabilitării clădirilor. Aceste măsuri de economisire a energiei sunt planificate pe termen atât lung, cât și scurt, pentru a asigura o eficiență durabilă.

Pe termen lung, au fost identificate o serie de inițiative semnificative:

- » Instalarea iluminatului LED în zonele de vânzări și birouri, contribuind la eficiența energetică
- » Înlocuirea în totalitate a echipamentelor: Centralele frigorifice și vitrinele frigorifice, de la agenți de tip R404 la CO2. Această acțiune strategică se bazează pe considerente de mediu, deoarece R404 are un potențial ridicat de încălzire globală (GWP - potențial de încălzire globală) de 3.920, în timp ce CO2 are un GWP de doar 1
- » Îmbunătățirea eficienței energetice prin schimbarea membranei acoperișurilor, asigurând o impermeabilitate mai bună și reducând pierderile de energie
- » Actualizarea echipamentelor de ventilație, încălzire și climatizare (HVAC) cu modele noi și mai performante din perspectivă energetică.

Consumurile de gaz, electricitate și apă în 2021



Electricitate (kWh)
Gaz (kWh)
Apă (m³)

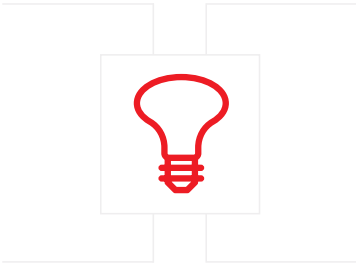
Pe termen scurt, Auchan a implementat acțiuni eficiente:

- » Inițierea unui program orar de iluminare în funcție de lumina exterioară cu funcționare 33%, 66%, 100% în magazine, optimizând astfel consumul de energie.
- » Reducerea iluminării în depozitele cu temperatură controlată și în zonele de parcare în timpul nopții, contribuind la diminuarea consumului în afara orelor de funcționare.
- » Efectuarea de verificări pe timp de noapte a echipamentelor de producție, echipamente de răcire etc, pentru a identifica și dezactiva echipamentele neutilizate pe timp de noapte, consolidând economiile energetice.
- » Efectuarea de audituri energetice pentru mai multe locații pentru a identifica alte posibile savinguri de energie. Un proiect de înaltă importanță demarat în 2022, este reprezentat de instalarea panourilor fotovoltaice pe Depozitul Logistic din Ștefănești. Aceasta va genera energie regenerabilă, contribuind la reducerea amprentei de carbon a companiei. Finalizarea acestui proiect este programată pentru 2023.

* în perioada 1 octombrie 2021 - 30 septembrie 2022

PLANUL DE INVESTIȚII PENTRU ECHIPAMENTELE FRIGORIFICE, BECURI LED, ECHIPAMENTE HVAC ȘI ACOPERIȘURI (Implementare demarată în 2022)

Proiect de schimbare iluminare de tip fluorescent cu iluminare tip LED, pentru suprafața de vânzare



3 locații
(Pitești Bradu, Bacău, Drumul Taberei)

Proiect de schimbare iluminare de tip fluorescent cu iluminare tip LED, pentru iluminatul de evacuare în caz de incendiu



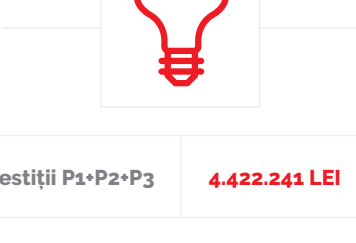
3 locații
(Timișoara Nord, Iași, Timișoara Sud)

Proiect de schimbare iluminare de tip fluorescent cu iluminare tip LED, pentru zona de birouri



30 de locații Auchan
(Berceni, Cotroceni, Titan, Vitan, Crângași, Pallady, Ploiești, Pitești Găvana, Pitești Bradu, Galați, Brașov Vest, Brașov Coresi, Timișoara Iulius, Timișoara Nord, Timișoara Sud, Constanța Sud, Constanța Nord, Târgu Mureș Sud, Târgu Mureș Mall, Iași, Bacău, Suceava, Deva, Cluj Nord, Satu Mare, Craiova Craiovița, Craiova Electroputere, Sibiu, Oradea, Militari)

Sistem de reglare a intensității iluminatului în suprafața de vânzare



2 locații
(Titan și Militari)

Valoare Investiții P1+P2+P3	4.422.241 LEI
-----------------------------	----------------------

Schimbarea echipamentelor HVAC



6 locații
(Pitești Bradu, Constanța Sud, Craiova Electroputere, Sibiu, Crângași, Galați)

Valoare Investiții P4	3.620.642 LEI
-----------------------	----------------------

Schimbarea instalației frigorifice din freon R404 în instalație frigorifică cu CO2



17 locații
(Timișoara Nord, Timișoara Sud, Constanța Sud, Constanța Maritimo, Sibiu, Craiova Electroputere, Sibiu, Cluj Iris, Suceava, Târgu Mureș Mall, București Pallady, Deva, Oradea, București Berceni, Brașov Vest, Craiova Craiovița)

Valoare Investiții P5	108.709.370 LEI
-----------------------	------------------------

Valoare Totală Investiții	116.752.253 LEI
---------------------------	------------------------

GRI 306-2; GRI 306-3; GRI 306-5

7.4 MANAGEMENTUL DEȘEURILOR

Procedura noastră de Gestionare a Deșeurilor stabilește responsabilități clare în colectarea selectivă, înregistrarea și raportarea deșeurilor din toate aspectele activităților noastre, de la magazine și platforme logistice până la sediul central. Pentru a asigura o reducere eficientă a deșeurilor și pentru a garanta trasabilitatea acestora în toate etapele operaționale, am implementat cu succes mecanisme specifice de colectare.

Educația și conștientizarea sunt esențiale pentru noi, motiv pentru care ne concentrăm pe programe de educare privind practicile corecte de gestionare a deșeurilor, atât pentru echipa noastră, cât și pentru clienții noștri. Am demarat numeroase proiecte și activități pentru a crește nivelul de conștientizare al clienților noștri cu privire la importanța colectării separate a deșeurilor. În toate magazinele și la sediu, am implementat spații și containere clar marcate pentru colectarea selectivă.

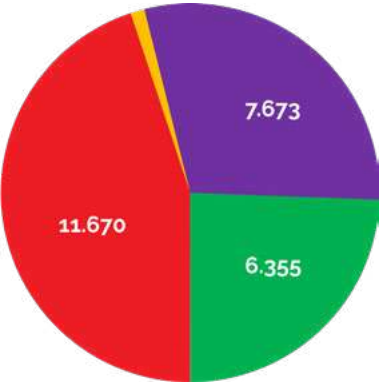
În 2022, la nivelul magazinelor noastre, am reușit să reciclăm sau să valorificăm energetic 11.972 de tone de deșuri, reprezentând o scădere cu 13% față de anul precedent. În total, am generat 26.000 de tone de deșuri la nivelul magazinelor*.

Dintre acestea:

- » 7.673 de tone de deșuri nepericuloase au fost incinerate pentru recuperarea de energie, în special subproduse de origine animală nedestinate consumului uman (SNCU)
- » 11.670 de tone de deșuri nepericuloase, precum hârtie, plastic, metal, lemn și ulei, au fost eficient reciclate
- » 302 tone de deșuri periculoase, reprezentate de DEEE și baterii, becuri și cartușe, au fost reciclate
- » 6.355 de tone de deșuri nepericuloase au fost direcționate către depozitele de gunoi, în principal deșuri menajere

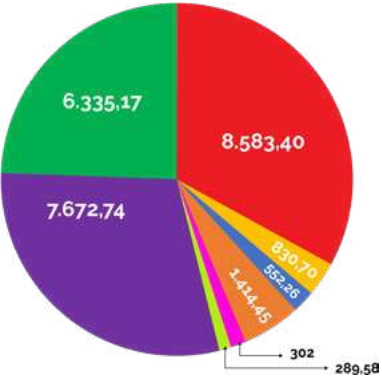
* în perioada 1 octombrie 2021 - 30 septembrie 2022

Cantitatea de deșuri generată:



- Deșuri nepericuloase (44,9%)
- Deșuri nepericuloase (29,5%)
- Deșuri nepericuloase (24,4%)
- Deșuri nepericuloase (1,2%)

Repartiția deșeurilor pe tipologie:



- Hârtie (33,0%)
- SNCU (29,5%)
- Menajer (24,4%)
- Plastic (3,2%)
- Metal (2,1%)
- Lemn (5,4%)
- DEEE (1,1%)
- Ulei (1,3%)

Mai mult, punem la dispoziția clienților locații de reciclare pentru electronice și articole de casă în întreaga țară. Colaborăm cu colectori autorizați pentru a asigura reciclarea sau transformarea obiectelor scoase din uz în produse noi și inovatoare. În plus, desfășurăm campanii de răscumpărare sezoniere, oferind clienților noștri cupoane de reducere în schimbul produselor DEEE aduse pentru reciclare.

7.5 ECONOMIA CIRCULARĂ

O Nouă Viață by Auchan

În 2021, am devenit primul retailer local care a lansat o inițiativă axată pe economia circulară pentru îmbrăcăminte, fundamentată pe principiile reducerii, reutilizării și reciclării. În magazinele noastre, am creat zone special dedicate comercializării produselor textile la „a doua viață”. Inițiativa a continuat să aibă succes și în 2022, cu un total de 430.000 de articole vândute, dublu față de anul precedent, reprezentând 287 de tone de material textil. Aceasta a generat o economie echivalentă cu 1.033 tone de CO₂, contribuind astfel la reducerea impactului asupra mediului.



2021	2022
200.000 produse vândute	430.000 produse vândute
480 de tone de CO ₂ salvate	1.033 de tone de CO ₂ salvate

Campania „Și mama reciclează”

Auchan, în colaborare cu Can Pack Recycling și Asociația Alucro, derulează campania „Și mama reciclează” încă din 2016. Scopul proiectului este de a-i încuraja pe clienți să-și recicleze dozele de aluminiu. Inițiativa rulează în 21 de magazine Auchan de peste 5 ani, iar până în prezent au fost colectate 7,1 milioane de doze (89 de tone de aluminiu reciclat). Pe parcursul perioadei de raportare* au fost colectate 1,4 milioane de doze (17 tone de aluminiu reciclat).



	BUCĂȚI	NR. TOTAL VOUCHERE OFERITE	STONE
TOTAL 2021	1.200.000	1.200.000	5
TOTAL 2022	1.426.000	1.389.573	17,8
TOTAL 2021-2022	2.626.000	2.589.573	22,8

* în perioada 1 octombrie 2021 - 30 septembrie 2022

Campania de colectare și reciclare textile

Dezvoltată în colaborare cu Crucea Roșie Română și Textrade, campania a debutat în octombrie 2020, având un impact semnificativ de-a lungul timpului.

Până la sfârșitul perioadei de raportare (30 septembrie 2022), am reușit să colectăm aproape 65 de tone de îmbrăcăminte în zona de vest a țării (12 magazine), folosind o metodă eficientă de colectare și sortare. Îmbrăcăminte și încălțăminte uzate sunt colectate în pubele special amenajate amplasate în parcurile magazinelor.

Cu ajutorul Textrade, articolele sunt colectate și duse la unitatea de sortare, unde sunt împărțite în două categorii: articole de îmbrăcăminte utilizabile (igienizate și donate Crucii Roșii Române) și articole uzate/deteriorate pentru reciclare.

Această inițiativă a permis nu doar salvarea resurselor, ci și evitarea emisiilor de CO₂ în cantitate de 388 tone.



	CANTITATE 2021	CANTITATE 2022
Tone	53	108
Tone CO2 evitate	190	388

Campanie de colectare și reciclare a uleiului uzat

Inițiativa de colectare și reciclare a uleiului uzat, lansată în 2019, a continuat să inspire participarea activă a clienților noștri în susținerea unui viitor mai durabil.

În perioada de raportare*, am reușit să colectăm 481.000 de litri de ulei uzat în magazinele noastre participante (33 hipermarketuri, 3 supermarketuri, 1 MyAuchan) pentru a fi ulterior reciclați în biodiesel, rezultând în 481.000.000.000 de litri de apă salvați de la contaminare.

Aproximativ 345.000 de persoane au răspuns apelului Auchan.



2021	2022
253.700 litri ulei colectat	481.000 litri ulei colectat
253.700.000.000 litri de apă salvați	481.000.000.000 litri de apă salvați
175.000 clienți implicați	345.000 clienți implicați

* în perioada 1 octombrie 2021 - 30 septembrie 2022

Campanie de reciclare a tigăilor uzate

Pentru a proteja mediul înconjurător, am desfășurat o nouă ediție a campaniei de reciclare a tigăilor uzate, oferind clienților noștri posibilitatea de a beneficia de reduceri semnificative la tigăi noi în schimbul celor vechi. În cadrul acestei inițiative, am reușit să reciclăm eficient și responsabil o cantitate considerabilă de tigăi uzate.

Pentru o tigaie veche adusă la Auchan, clienții au beneficiat de 50% reducere la gama de tigăi Tefal Easy Plus, în perioada 15 aprilie - 15 iunie 2022.

Acțiunea s-a derulat în 37 de magazine Auchan (33 hipermarketuri și 4 supermarketuri)*.

Tefal

Auchan

Tefal SE IMPLICĂ www.tefal.ro

100% SIGUR **0% PPSU CARBON PLUMB**

#nuepreatarziu PSP

1. Predă tigaia veche la Serviciul Clienți și primești voucherul cu reducere 50%.

2. Alege produsul din gama Tefal Easy Plus din magazin.

3. Folosește voucherul când plătești orice produs din gama Tefal Easy Plus și primești pe loc reducerea de 50%.

#NUEPREATARZIU, RECICLEAZĂ!

50% REDUCERE

La gama de tigăi **Tefal Easy Plus** dacă aduci tigaia veche

*Campanie valabilă în perioada 15 aprilie - 30 iunie 2022, în limita stocului disponibil. Perioada de preluare tigăi: 15 aprilie - 15 iunie 2022. Voucherul de reducere stampilat se primește de la Serviciul Clienți, în momentul predării unei tigăi vechi (indiferent de tipul tigăii și marca). Un voucher se poate folosi doar pentru achiziția cu reducere de 50% a unui singur produs Tefal Easy Plus. Detalii și regulamentul în magazine și pe www.auchan.ro. Organizatorul își rezervă dreptul de a refuza primirea unor tigăi murdare.

* în perioada 1 octombrie 2021 - 30 septembrie 2022



Votat produsul anului 2022

În perioada de raportare*, trei dintre produsele din gama Actuel, dedicată îngrijirii casei, au fost premiate în cadrul competiției „Votat Produsul Anului 2022”, la categoria Vase de gătit.

Tigăile Actuel, cu bază din aluminiu reciclat, au impresionat prin rezistența lor sporită și siguranța deosebită pe care o oferă în timpul utilizării. Fiecare tigaie din această gamă a fost realizată prin reciclarea a nu mai puțin de 43 de doze de aluminiu, un gest responsabil pentru mediu, în armonie cu valorile noastre de sustenabilitate.

Caracterizate de un design ingenios, interiorul tigailor este acoperit cu un strat antiaderent, facilitând gătirea cu o cantitate redusă de ulei sau grăsime. În plus, stratul protector suplimentar cu microcristale aplicat la exterior întărește și sigilează întreaga suprafață, oferind o durabilitate remarcabilă. Cu un design adaptat, aceste tigăi sunt compatibile atât cu plitele clasice, cât și cu cele cu inducție.

Această recunoaștere este o dovadă a angajamentului nostru constant în promovarea economiei circulare și oferirea de produse de calitate superioară, sustenabile și eficiente.

VOTAT PRODUSUL ANULUI 2022 PENTRU INOVAȚIE
ÎN CATEGORIA VASE DE GĂTIT

Tigăile āctuel[®] by Auchan
PRODUSUL ANULUI 2022

100% ALUMINIU RECICLAT BPA

Studiu realizat online, de Exact Business Solutions pe 23 de categorii. În categoria "Vase de gătit", eșantionul a fost de 530 respondenți din mediul urban, utilizatori de internet, între 18 și 65 de ani. Eroarea maximă de eșantionare este +/- 4.3%. Studiul a avut loc în perioada 10.03.2022 - 18.04.2022. Criteriile de evaluare au fost: inovație, atractivitate, intenție de cumpărare. Criteriile de evaluare nu au avut în vedere calitatea, compoziția, disponibilitatea ori alte caracteristici ale produsului în afara celor anterior indicate. Produsele câștigătoare au fost votate de către consumatori dintre produse similare în categorie. Detalii pe www.produsulanului.com.

* „Votat Produsul Anului” este o competiție internațională ce apreciază produsele inovatoare, desfășurându-se în prezent în peste 40 de țări. Studiul a fost efectuat online, în perioada 10.03.2022 - 18.04.2022, de Exact Business Solutions și a acoperit 23 de categorii de produse.

Campanie de colectare și reciclare a brazilor naturali

În luna decembrie 2022, în peste 30 de magazine Auchan din 17 orașe au avut loc târguri de brazi naturali. Brazilii au provenit din pepiniere gestionate în mod sustenabil și responsabil.

De asemenea, am demarat și un program de colectare a brazilor naturali după sărbători, în efortul de a promova utilizarea responsabilă a resurselor și reciclarea acestora, în special a lemnului.

Așadar, am îndemnat oamenii să participe activ la efortul de salvagardare a mediului, returnând brazi uscați, astfel încât aceștia să poată fi transformați în bunuri ecologice.

Indiferent de locul de achiziționare, toți brazilii naturali au putut fi duși la punctele de colectare Auchan. Printr-un partener desemnat, întreaga cantitate de brazi adunați a fost transformată în compost sau peleți.



Comercializarea telefoanelor utilizate

În baza colaborării Auchan - Recommerce Group, smartphone-urile recondiționate sunt vândute în 30 de hipermarketuri Auchan aflate în București, Cluj, Craiova, Sibiu, Timișoara, Constanța, Brașov, Suceava, Bacău, Baia Mare, Deva, Galați, Oradea, Pitești, Satu Mare și Târgu Mureș, dar și online pe auchan.ro. Telefoanele costă cu până la 50% mai puțin decât dispozitivele noi, au o garanție de 12 luni, sunt 100% funcționale și perfect estetice. Recommerce Group vinde în România peste 20 de modele de smartphone-uri recondiționate.

Auchan a fost primul retailer care a integrat în oferta sa și smartphone-uri recondiționate, fiind pionier în România în domeniul economiei circulare și al produselor electronice sustenabile. Primul parteneriat pentru distribuția smartphone-urilor recondiționate a fost încheiat de Auchan în anul 2020 cu start-up-ul românesc Fenix, specializat în recondiționarea smartphone-urilor.



Potrivit studiului Recommerce, impactul asupra mediului al unui nou iPhone 7,32GB este de 58,2 kg CO₂. Prin comparație, un iPhone recondiționat a generat doar 7,35 kg.

Așadar, cu fiecare smartphone recondiționat, ajutăm la reducerea impactului nostru asupra mediului cu 50 kg de emisii de CO₂.

În perioada de raportare am comercializat **2.163** de smartphone-uri recondiționate*.

Jucării sustenabile

Pentru a îndeplini nevoile și cerințele consumatorilor noștri pentru produse sustenabile, în ultimii ani am pus accent pe dezvoltarea a aproximativ 50 de produse durabile, în încercarea de a diminua impactul produs de jucării asupra mediului și de a identifica opțiuni prietenoase cu mediul. În această direcție, întreaga noastră gamă de jucării din lemn este certificată FSC, utilizând lemn provenit din păduri gestionate durabil. În plus, jucăriile pentru plajă conțin 15-20% bioplastice, iar cele din pluș sunt fabricate din 100% poliester reciclat, gama de jucării de pluș „Castorul Titi” fiind realizată din PET-uri reciclate.



InExtenso - Produse textile certificate OEKO-TEX® Auchan Retail a devenit primul distribuitor francez care a obținut prestigioasa etichetă OEKO-TEX®¹⁷, având toată gama de produse textile pentru casă sub marca Actuel și două treimi din îmbrăcăminte InExtenso certificate conform acestui standard. Eticheta STANDARD 100® devine astfel un semn de încredere și calitate pentru clienți, asigurându-i că fiecare componentă a produselor (țesătură, material, fir, nasture și alte accesorii) a fost testată și certificată fără substanțe dăunătoare pentru sănătatea umană.



¹⁷Una dintre cele mai recunoscute etichete pentru textilele certificate fără substanțe nocive în întreaga lume este Standardul 100 al OEKO-TEX®.



* 1 octombrie 2021 - 30 septembrie 2022

O altă inițiativă a Auchan pentru produsele sustenabile constă în gama de articole pentru călătorit, ce include trolere, genți de voiaj, genți de cosmetice și rucsaci fabricați din materiale reciclate, precum PET și poliester.



Rechizite sustenabile

Anual, oferta de rechizite școlare include o gamă eco marca Auchan, formată din numeroase produse necesare copiilor și studenților fabricate și care provin din surse cât mai sustenabile.

Ghiozdane pentru grădiniță

- » Certificare FSC a ambalajului
- » Eticheta poate fi reutilizată drept ecuson
- » Garanție 3 ani



Ghiozdane pentru școala primară

- » Certificare FSC a ambalajului
- » Eticheta poate fi reutilizată drept ecuson
- » Ghiozdanul este fabricat din poliester reciclat
- » Garanție 3 ani



Ghiozdane pentru liceu și facultate

- » Certificare FSC a ambalajului
- » Eticheta poate fi reutilizată drept semn de carte
- » Garanție 3 ani



Ghiozdane ECO concept

- » Fabriци de producție selectate
- » Construcția optimizată a rucsacului
- » Transportat fără celofan
- » Rezistent la ploaie în termen de 1 oră
- » Certificare FSC a ambalajului
- » Fabricat din 80% materiale reciclabile
- » Garanție 5 ani



Pixuri cu gel

- » Design nou al stiloului
- » Ambalaje reciclate și certificate FSC
- » Rata de utilizare de două ori mai mare



Gama de papetărie din PET reciclat: pixuri, evidențitoare, carioci, pixuri colo

- » Ambalaje din plastic sau din carton reciclate, capace din plastic reciclat
- » Carton folosit certificat FSC sau reciclat
- » Rezerve de cerneală incluse



Gama de lipici

- » Lipici dreptunghiular: compus din material natural 93% cu tub realizat din material reciclat 85% și ambalaj certificat FSC, disponibil și în gama vrac
- » Lipici la tub și benzi/betișoare adezive: Ambalaje de plastic reciclate în proporție de 90% și din carton certificat FSC
- » Adeziv fără solvent
- » Tub reciclat pentru betișoarele adezive



Creioane

- » Eliminarea ambalajului din plastic
- » O parte din noul ambalaj ar putea fi folosită drept decor pentru creioane



Calculatoare de birou

- » Eliminarea ambalajului din plastic
- » Ambalaj nou certificat FSC



Vopseluri și acuarele

- » Eliminarea ambalajului din plastic
- » Ambalaj fabricat din materiale reciclate în proporție de 90%



Rigle și instrumente de măsurat

- » Eliminarea ambalajului din plastic



Organizator de birou

- » Produs fabricat din material reciclat
- » Ambalaj certificat FSC



¹⁰În plus față de garanțiile oferite de certificarea OEKO-TEX 100®, eticheta „Made in Green” garantează că produsele textile sau din piele au fost fabricate cu respectarea mediului înconjurător și în condiții de muncă responsabile.

7.6 BIODIVERSITATE

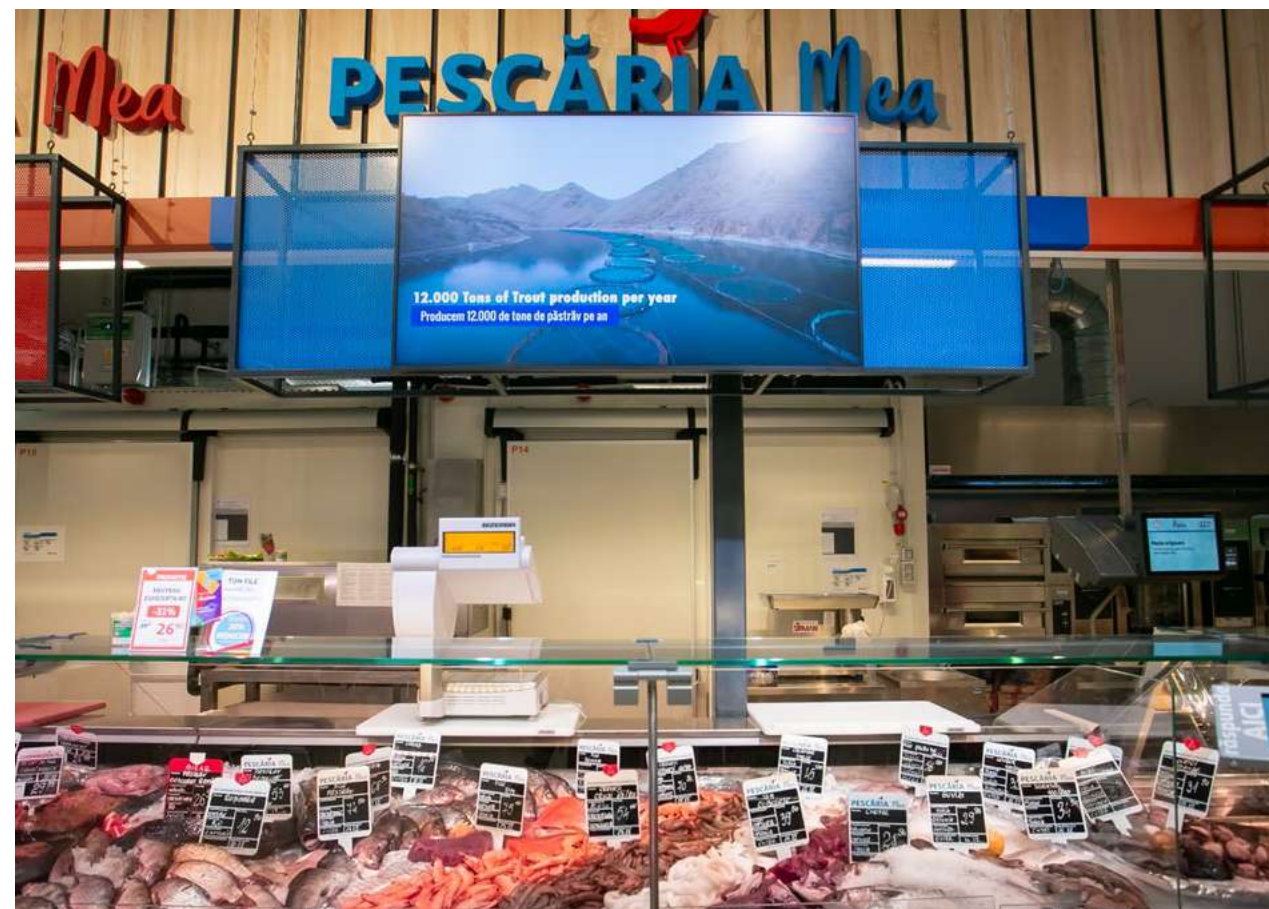
În 2022, am avut 46.820 de brazi naturali puși spre vânzare în magazinele noastre din toată țara, provenite din pepiniere comerciale sustenabile, de la doi furnizori. Plantațiile sunt destinate exclusiv coniferelor și pomilor de Crăciun, iar pomii sunt cultivați pe terenuri agricole, fără legătură cu defrișările.

Una dintre valorile noastre fundamentale este selectarea atentă a materiilor prime, orientată spre etică și sustenabilitate, inclusiv protejarea biodiversității globale. Pentru a atinge acest obiectiv, am luat măsuri importante, cum ar fi interzicerea utilizării uleiului de palmier în rețetele noastre gastronomice și de panificație/patiserie, sau utilizarea exclusivă a uleiului de palmier certificat RSPO, în cazul în care este necesar.

Această inițiativă a fost implementată pentru toate produsele de marcă proprie și a fost aplicată în sectoarele noastre de producție proprie, garantând astfel că ne aducem contribuția la conservarea planetei și a diversității sale.

În continuarea eforturilor noastre de a susține practicile sustenabile și de a proteja mediul marin, ne-am menținut hotărârea de a nu comercializa carne de rechin în magazinele noastre.

De asemenea, am luat decizia de a elimina produsul pangasius din oferta noastră începând cu anul 2021, astfel consolidându-ne angajamentul de a promova pescuitul responsabil și de a sprijini biodiversitatea acvatică.



08 Oameni



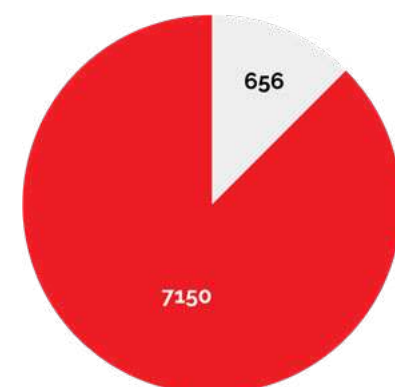
8.1 ECHIPA NOASTRĂ



Oamenii sunt cea mai importantă componentă în dezvoltarea și succesul Auchan Retail.

Oamenii reprezintă componenta centrală în evoluția și succesul Auchan Retail, fiind o companie care promovează o politică de responsabilitate și implicare de peste 60 de ani la nivel global și 17 ani în România. În acest timp, am valorificat creativitatea și inovația angajaților noștri, încurajând schimbul de cunoștințe și rezultate.

7806 angajați



Part time

Full time

Fiind unul dintre cei mai mari angajatori din România, cu o prezență extinsă în întreaga țară, suntem conștienți că angajații noștri reprezintă cea mai de preț resursă a companiei. Cu un număr total de 7.806 de angajați*, ne bazăm pe experiența și dedicarea lor pentru a ne atinge obiectivele.

Promisiunea noastră față de angajații noștri, aliantă cu viziunea noastră de a trăi mai bine este „Te bucuri de viață”. Sub umbrela acestei promisiuni, valorile noastre de încredere, deschidere și excelență prind viața iau forma tuturor proceselor și proiectelor noastre, prin care îmbunătățim zi de zi experiența angajaților Auchan, de la angajare până la ieșirea din companie.

Întreaga noastră forță de muncă, în proporție de 100%, este protejată de contractul colectiv de muncă, asigurând astfel condiții echitabile și avantajoase pentru toți angajații noștri.



În cursul anului 2022, am inițiat o serie de provocări și competiții menite să stimuleze spiritul de echipă și camaraderia în rândul angajaților noștri.

Aceste evenimente au avut dublă funcționalitate, contribuind la întărirea legăturilor dintre membri echipei și la recunoașterea meritelor și implicării lor în atingerea obiectivelor companiei.



* La 30 septembrie 2022

8.2 ANGAJATOR RESPONSABIL

În cadrul grupului Auchan, am dezvoltat un proces riguros de recrutare a noilor angajați, respectând cele mai înalte standarde etice. Prin aceasta, ne asigurăm că valori fundamentale, precum deschiderea, egalitatea de șanse și diversitatea, sunt integrate în toate aspectele activităților noastre de recrutare, atât în procedurile interne, cât și în activitățile zilnice ale colegilor responsabili cu gestionarea angajărilor, fie acestea interne sau externe.

În ceea ce privește încheierea colaborării, Auchan acordă angajaților un preaviz de 20 de zile lucrătoare, pentru pozițiile de execuție, și de 45 de zile lucrătoare, pentru pozițiile de conducere. De asemenea, angajații au opțiunea de a demisiona fără preaviz în cazul în care compania nu își respectă obligațiile asumate.



8.3 DIVERSITATE, EGALITATE ȘI INCLUZIUNE



Diversitatea, egalitatea și incluziunea se află în centrul culturii noastre.

Promovarea diversității, egalității și incluziunii este o componentă fundamentală a culturii noastre organizaționale. De-a lungul anilor, am creat un mediu de lucru incluziv și care oferă tuturor angajaților șanse egale de avansare și dezvoltare. Astfel, formăm echipe care aduc valoare pe termen lung și susținem valorile diversității și egalității. Aceste principii sunt reflectate în Codul nostru de etică și sunt monitorizate de Comitetul de Etică, asigurându-ne că sunt integrate în toate operațiunile noastre zilnice.

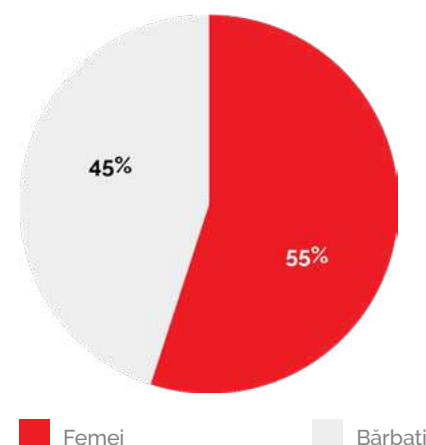
În cadrul Auchan, ne angajăm să respectăm diversitatea și să o transformăm într-un factor de îmbunătățire a performanțelor. Fiecare comunitate locală este unică, iar pentru a satisface nevoile variate ale clienților noștri, ne bazăm pe o forță de muncă diversă, care reflectă această varietate. În special în România, femeile joacă un rol semnificativ, reprezentând 68% din totalul angajaților, iar în ceea ce privește funcțiile de conducere, cel puțin 55% sunt ocupate de femei*.

În plus, ne mândrim cu faptul că pe parcursul perioadei de raportare **nu au fost înregistrate incidente de discriminare** în cadrul Auchan România. Acest lucru demonstrează că rămânem fideli angajamentului nostru ferm de a promova un mediu de lucru nediscriminatoriu și incluziv, susținut de politicile noastre solide.

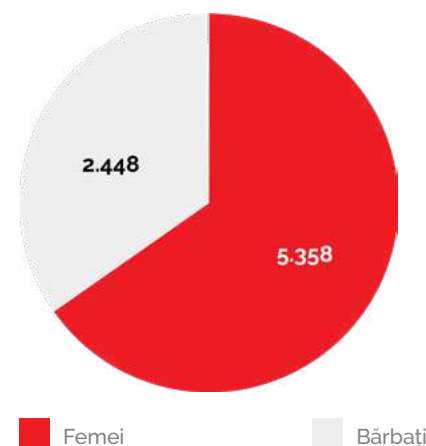


111 angajați cu dizabilități

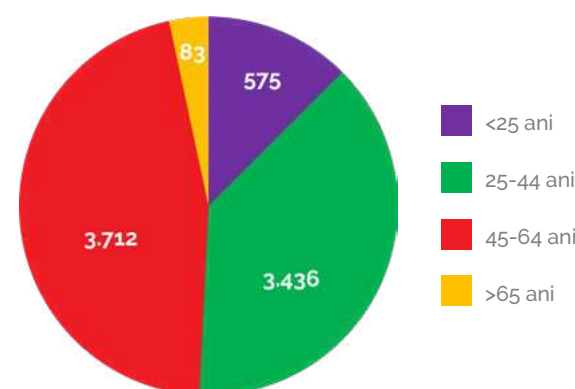
Distribuția în funcție de gen în management



Distribuția în funcție de gen



Distribuția în funcție de vârstă



* în perioada 1 octombrie 2021 - 30 septembrie 2022

8.4 SATISFAȚIA ȘI BUNĂSTAREA ANGAJAȚILOR

Procesul de remunerare

GRI 2-19; GRI 2-20

Politica noastră de remunerare are la bază satisfacția angajaților, fiind un element esențial în strategia noastră. Valorificăm remunerația pentru a stimula comportamentul pozitiv, pentru a motiva și dezvolta resursa umană, contribuind la consolidarea unui brand de angajator atractiv.

Pachetul nostru de remunerare este format din trei componente esențiale:

- » Componenta fixă
- » Componenta variabilă
- » Alte componente financiare și non-financiare

Principiile noastre de remunerare sunt centrate pe performanță, contribuție la rezultate, nivel de profesionalism și importanța muncii individuale:

- » Performanța și rezultate angajaților – atingerea obiectivelor individuale și colective, precum și eficiența în acest proces
- » Contribuția și importanța muncii – participarea individuală la atingerea rezultatelor, pasiunea, implicarea și asumarea responsabilității
- » Nivelul de profesionalism – standardul ridicat de lucru al angajaților, nivelul de exigență și autonomia acestora

Beneficii

GRI 2-21; GRI 401-2

Angajații noștri se bucură de avantaje multiple:

- » tichete de masă,
- » bonus de vacanță,
- » asigurare medicală, dentară și de viață,
- » bonus de fidelitate și cadouri pentru diverse evenimente (Paște, Crăciun),
- » zile libere și bonusuri pentru ocazii speciale,
- » zile libere plătite pentru efectuarea acțiunilor de voluntariat și donare de sânge,
- » colțul Bookster,
- » decontare transport și parcare (în anumite condiții),
- » discount-uri la parteneri externi,
- » programe de calificare și dezvoltare profesională,
- » programe de wellbeing,
- » programe de dezvoltare personală,
- » program de lucru flexibil.

Raportul anual dintre compensația totală anuală pentru cel mai bine plătită persoană din cadrul organizației și compensația totală anuală mediană pentru toți angajații (excluzând persoana cel mai bine plătită) este de **27**. Raportul dintre creșterea procentuală a compensației totale anuale pentru persoana cel mai bine plătită din cadrul organizației și creșterea procentuală medie a compensației totale anuale pentru toți angajații (excluzând persoana cel mai bine plătită) este **-0.98%**.

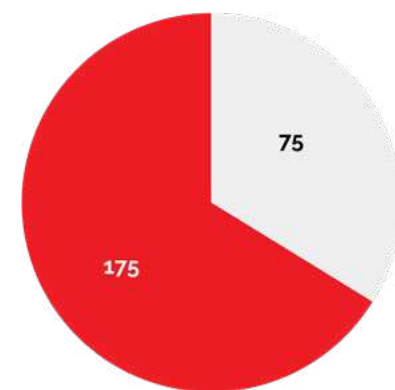


Concediu parental

GRI 401-3

Un aspect important al angajamentului nostru față de echilibrul între viața profesională și cea personală este concediul parental, pe care îl oferim egal pentru femei și bărbați. Considerăm că promovarea egalității de gen și a valorilor familiei sunt cruciale în cadrul organizației noastre. În ultimul an*, un număr semnificativ de angajați au beneficiat de acest concediu și s-au întors cu succes la muncă după acesta.

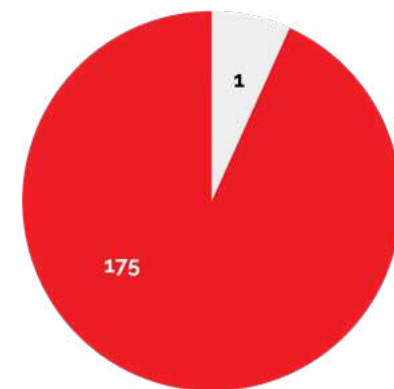
Numărul total de salariați care au avut dreptul la concediu pentru creșterea copilului



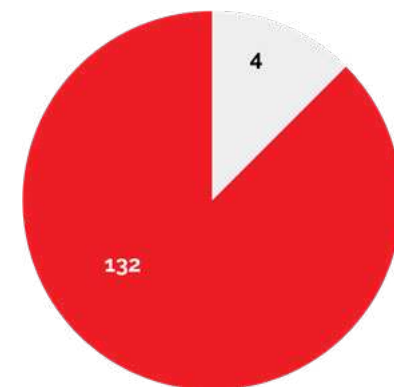
Legendă:

- Femei
- Bărbați

Numărul total de angajați care au beneficiat de concediu pentru creșterea copilului



Numărul total de angajați care s-au întors la muncă în perioada de raportare (1/10/2021 - 30/09/2022) după încheierea concediului pentru creșterea copilului



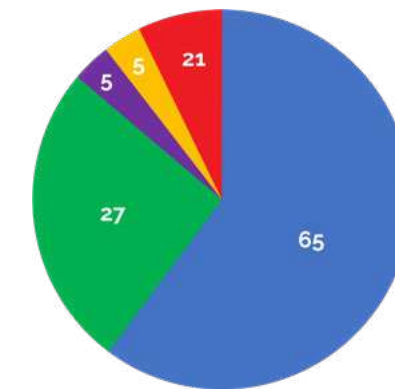
* în perioada 1 octombrie 2021 - 30 septembrie 2022

Barometrul de Angajament și Satisfacție (BES)

Evaluarea angajamentului și satisfacției angajaților este o componentă esențială a strategiei noastre. Prin Barometrul de Angajament și Satisfacție (BES), realizăm sondaje periodice pentru a măsura și monitoriza nivelul de satisfacție și angajament al echipei noastre. Prin intermediul sondajelor periodice personalizate, ne asigurăm că vocea angajaților noștri este ascultată și că luăm măsuri concrete pentru a îmbunătăți mediul de lucru.

Rezultatele acestor sondaje reflectă faptul că majoritatea angajaților noștri sunt mândri să facă parte din echipa Auchan și apreciază eforturile noastre de a fi un angajator responsabil și preocupat de bunăstarea lor.

Auchan acționează ca o companie responsabilă (pe plan social, de mediu, etc.)



Legendă:

- Total de acord
- Acord parțial
- Dezacord puternic
- Dezacord parțial
- Nu știu

Rezultatele Barometrului de Angajament și Satisfacție (BES) 2022

REZULTATE DEFALCATE BES 2022		
2022	2020	Item
91%	90%	» dintre respondenți s-au declarat mândri să lucreze pentru Auchan Retail România
86%	90%	» ar recomanda Auchan ca angajator și ca retailer
81%	>80%	» au spus că dacă ar avea ocazia, ar aplica din nou pentru un loc de muncă la Auchan Retail România
92%	94%	» au spus că Auchan își asumă rolul de companie responsabilă și își dezvoltă oferta luând în considerare provocările de protecție socială și de mediu
89%	95%	» au răspuns că Auchan este o companie care acordă atenție sănătății și siguranței colaboratorilor săi
92%	94%	» consideră că își pot lua angajamentul împreună cu Auchan să facă față provocărilor sociale și de protecție a mediului (alimentație sănătoasă, reducerea ambalajelor și a plasticului, precum și a amprente de carbon)
89%	>90%	» dintre respondenți au declarat că se simt sprijiniți, încurajați și înțeleși de managerul lor
88%	>85%	» au declarat că lucrează într-un mediu de lucru plăcut și consideră Auchan un mediu de lucru incluziv
74%	70%	» dintre respondenți consideră că salariul lor reflectă performanța pe care o au

8.5 INTEGRĂM, EVALUĂM, FORMĂM ȘI DEZVOLTĂM OAMENI

Pentru noi, angajații reprezintă o comoară de expertiză, competență și potențial de creștere. Ei sunt motorul performanței, competitivității și dezvoltării continue a organizației noastre. Ne-am asumat misiunea de a oferi procese și programe de atragere, integrare, evaluare, formare și dezvoltare la cele mai înalte standarde etice și metodologice. Obiectivitatea, egalitatea de șanse, diversitatea, încrederea și spiritul de echipă sunt principiile ce ne ghidează în toate acțiunile noastre.

Pentru a recruta și integra capitalul uman, ne bazăm pe conceptele de incluziune și accelerare. Abordarea incluzivă ne ajută să integrăm o paletă cât mai largă de profiluri diverse în echipele noastre și să susținem persoanele cu dizabilități sau care provin din medii defavorizate. Prin accelerare, oferim etape intensive de integrare, formare și dezvoltare adaptate fiecărei categorii de talent.

Auchan StarTalents

Sub umbrela programului Auchan StarTalents, ne propunem să aducem împreună programele noastre menite să atragă și să dezvolte într-un mod incluziv talentele din diverse categorii, contribuind astfel la consolidarea echipelor noastre și la promovarea dezvoltării rapide a persoanelor dedicate și talentate.

Prin intermediul programelor noastre, am reușit să oferim oportunități de lansare în carieră unor tineri prin programele de practică, internship și stagii de pregătire. Totodată, am implementat programe intensive de dezvoltare pentru manageri în stadiile incipiente ale carierei lor. Mai mult, ne-am asumat responsabilitatea de a aduce diversitate în echipele noastre prin integrarea persoanelor aflate în pragul pensionării sau chiar pensionate, dar și a celor cu diverse dizabilități.

De asemenea, am susținut tineri aflați în situații dificile, oferindu-le sprijin și oportunități de angajare. Suntem convinși că fiecare individ are potențialul de a străluci și de a deveni o stea în constelația de meserii oferite de Auchan.



În cadrul programelor noastre StarTalents, am inițiat parteneriate strategice cu organizații specializate în identificarea și integrarea persoanelor cu dizabilități. În plus, am fost în strânsă colaborare cu mai multe instituții academice și am lansat programe inovatoare de învățământ dual.

Prin parteneriatele cu școli din întreaga țară, am oferit programe de practică, punând bazele dezvoltării viitoare a tinerilor. Aceste inițiative nu doar că sprijină dezvoltarea personală și profesională, dar și promovează un mediu de lucru incluziv și echitabil.

PARTENERIATE ÎN CADRUL AUCHAN STARTALENTS*	
Contracte învățământ dual	1
Număr copii învățământ dual	31
Contracte practica școlară	27
Număr elevi în practică (2021-2022)	455
Contracte firma recrutare persoane cu dizabilități	1
Angajări persoane cu dizabilități	22
Contracte cu universități	2



* în perioada 1 octombrie 2021 - 30 septembrie 2022

Auchan Refresh – susținem saltul fiecărui angajat la următorul nivel

La Auchan, ne-am asumat misiunea de a crea oportunități pentru ca fiecare angajat să-și atingă potențialul maxim într-o lume aflată în continuă schimbare. Prin programul Auchan Refresh, aducem această viziune la viață, oferind angajaților noștri resursele și sprijinul de care au nevoie pentru a face față cu succes evoluțiilor profesionale și pentru a-și croi drumul către succesul personal și profesional.

Auchan Refresh este centrul nostru de excelență, unde implementăm programe complexe de diagnoză, analiză, formare și dezvoltare. Atunci când o meserie se schimbă în termeni de responsabilități, competențe, tehnologii și instrumente, fiecare angajat afectat este

subiectul unei evaluări riguroase pentru a determina compatibilitatea sa cu noul profil cerut. Pe baza acestei evaluări, angajații urmează programe personalizate de formare pentru a-și dezvolta abilitățile necesare pentru succesul în noua lor poziție sau pentru a-și orienta cariera către roluri compatibile cu profilul și aspirațiile lor.



REZULTATE PROGRAM AUCHAN REFRESH*

329
angajați participanți



5.922

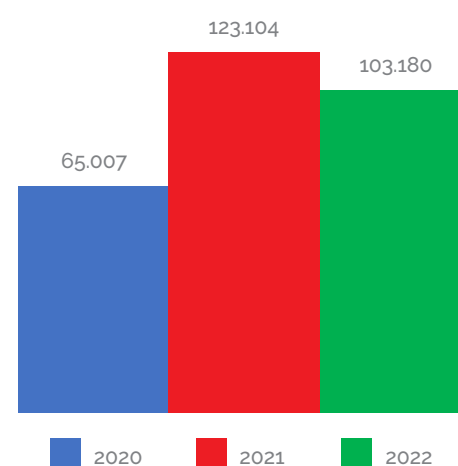
ore în cadrul programului Auchan Refresh (proiecte de evaluare, formare, acompaniere și dezvoltare personalizată a angajaților)

Formare continuă

Am continuat să investim în formarea personalului nostru, oferind oportunități semnificative de dezvoltare și avansare în carieră. Astfel, fiecare membru al echipei noastre beneficiază de programe de instruire menite să contribuie la dezvoltarea sa profesională.

În perioada de raportare*, am oferit un total de 73.561 ore de formare. În plus, 29.479 de ore de formare sunt alocate pentru cursurile de inducție ale noilor angajați, rezultând un total de 103.040 ore de instruire. De asemenea, am atins cu succes obiectivul nostru de a asigura o medie de 1,1 ore de formare pe lună pentru fiecare angajat, comparativ cu 1 oră înregistrată în 2021 și 0,91 ore în 2020.

Evoluția totalului de ore de formare



* în perioada 1 octombrie 2021 - 30 septembrie 2022

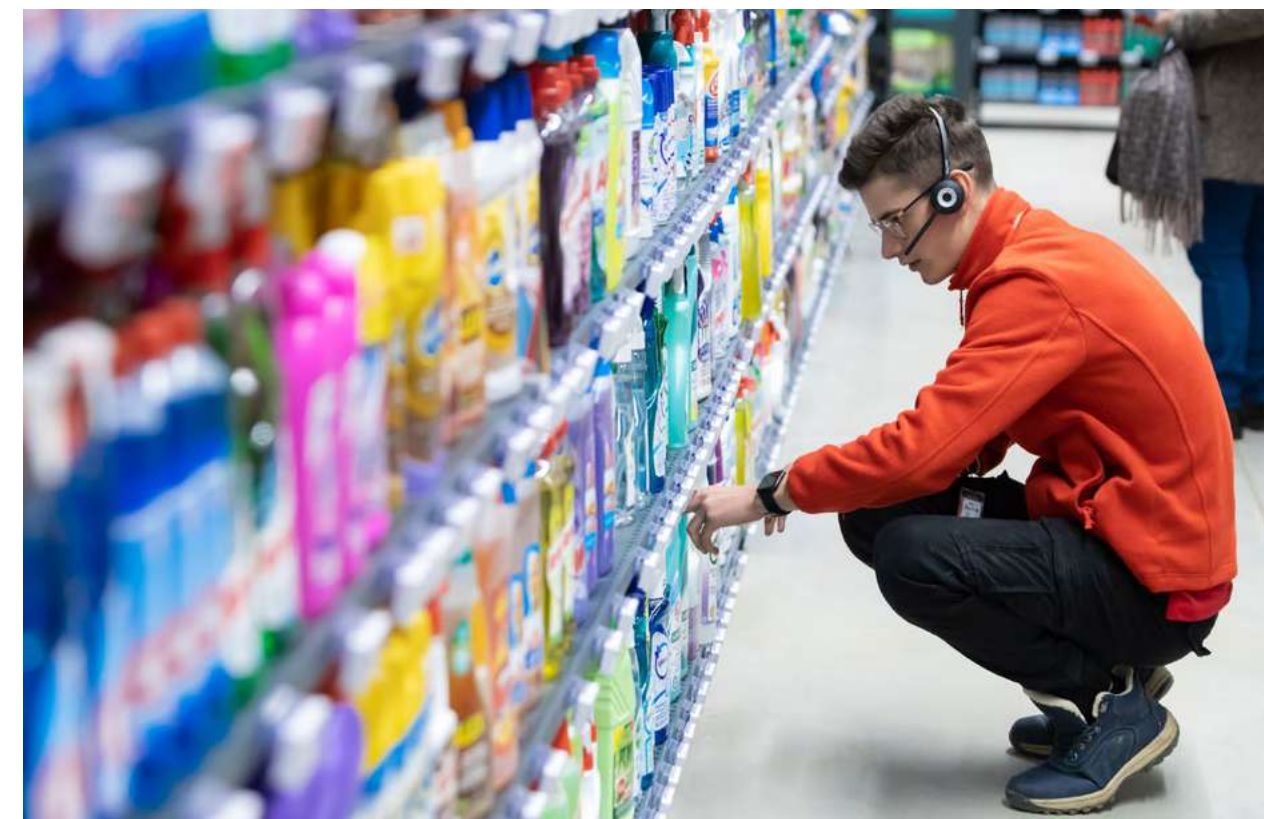
În ceea ce privește tipurile de formare, ne-am concentrat pe lângă formarea pe meserii, pe teme legate de sustenabilitate, conformitate și dezvoltare personală. În cadrul evenimentului „Luna Climatului” din 2022, angajații noștri au avut ocazia să participe la sesiuni de formare inovatoare numite „frescă climatică”. Aceste formări interactive au oferit o explicație detaliată a conceptelor științifice fundamentale legate de schimbările climatice. Scopul a fost să îmbunătățim înțelegerea impactului activității umane asupra mediului înconjurător și să contribuim la responsabilizarea echipei noastre în privința acestui aspect vital.



98,71% dintre angajații noștri au participat la cel puțin o formare în anul 2022, reflectând dorința lor de a se dezvolta și de a-și îmbunătăți competențele.

TIPURI DE SESIUNI DE FORMĂRE DESFĂȘURATE ÎN 2022

Tip de formare	Nr. de ore alocate
Formări la distanță (online, e-learning)	35.548
Formări pentru combaterea risipei alimentare și poluării cu plastic	2.134
Formări pentru conștientizarea importanței unei alimentații sănătoase	697
Formări despre impactul și schimbările climatice	512
Formări despre compliance, etică, GDPR, obligatorii din punct de vedere legal și organizațional	31.404



Susținem aspirațiile înalte de carieră

La Auchan, încurajăm angajații cu aspirații înalte și suntem conștienți că cei care fac performanță și cei care demonstrează un potențial de creștere ierarhică au nevoie de oportunități de dezvoltare ale competențelor și abilităților.

Pentru aceasta, am creat programe și trasee de formare specializate, care îi motivează și angajează activ în dezvoltarea lor profesională. Aceste inițiative nu sunt doar o parte esențială a culturii noastre organizaționale, ci contribuie, de asemenea, la pregătirea liderilor de succes pentru viitorul Auchan.

	Management Journey	66 participanți în 2022	1.712 ore de formare/dezvoltare
	Leadership Journey	51 participanți în 2022	1.320 ore de formare/dezvoltare
	Programul Auchan International Management	2 participanți în 2022	300 ore de formare/dezvoltare
	Executive MBA	1 participant în 2022	program desfășurat între Noiembrie 2022 - Aprilie 2024

Bursa EMBA

În conformitate cu una dintre valorile noastre fundamentale, EXCELENȚA, și promisiunea noastră, „Te bucuri de viață”, ne-am asumat responsabilitatea de a contribui la formarea viitorilor lideri ai organizației noastre prin intermediul unor programe de dezvoltare de excepție. Aceste programe nu doar că sprijină dezvoltarea personală a participanților, dar au și un impact direct asupra performanței departamentelor și liniilor de business pe care aceștia le conduc.

În acest context, în luna iunie a anului 2022, am inaugurat cu mândrie prima ediție a competiției pentru obținerea **Bursei Executive Master of Business Administration (EMBA) Auchan România**. Prin intermediul acestei competiții, ne propunem să oferim șansa de a urma un program de înaltă calitate, de tip EMBA, unui angajat pe an. Alegerea câștigătorului se face în urma unui proces riguros de evaluare și selecție, ținând cont de competențele și potențialul fiecărui candidat. Competiția se adresează în mod specific angajaților Auchan România care ocupă poziții la nivel de conducere (director).

Printre programele noastre premium se numără **Management Journey, Leadership Journey, Programul Auchan International Management și Bursa Executive MBA**. Aceste programe oferă participanților oportunitatea de a învăța prin experiență, într-un mod accelerat, sub îndrumarea unor formatori calificați și în colaborare cu instituții de învățământ prestigioase. Astfel, aceștia sunt expuși la provocări de complexitate și amploare crescute, pregătindu-se pentru noi etape în cariera lor. Programele includ adesea nu doar formări, ci și evaluări psihometrice sau de tip 360 de grade, parcursuri de coaching, implicarea în proiecte transversale, naționale sau internaționale.

Bursa acordată acoperă în întregime toate costurile implicate în participarea la un program EMBA, organizat de o instituție de învățământ de prestigiu. Acest program va avea loc în perioada noiembrie 2022 - iunie 2024, oferind astfel posibilitatea beneficiarului să se angajeze într-o experiență de învățare profundă și cuprinzătoare.

În anul 2022, în urma unei selecții riguroase, bursa EMBA a fost acordată domnului **Andrei Anușca**, care ocupă poziția de **Director al Centrului de Servicii Partajate - RUN IT**.



Andrei Anușca
Director al Centrului de Servicii Partajate - RUN IT

Sunt emoționat pentru că este prima dată în carieră când primesc un asemenea suport pentru dezvoltarea mea profesională. Ultima dată când am fost sprijinit ca să învăț a fost în timpul facultății și ajutorul a venit din partea familiei mele. Mulțumesc!

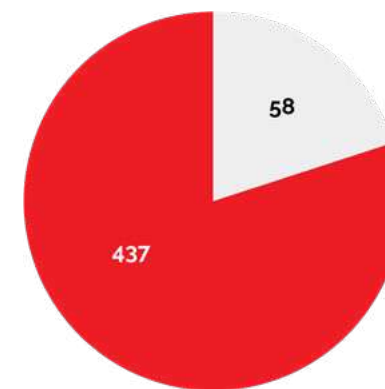


GRI 403-9; GRI 403-10

8.6 SĂNĂTATEA ȘI SECURITATEA ÎN MUNCĂ

Sănătatea și securitatea în muncă reprezintă elemente cruciale în cadrul operațiunilor noastre. Prin eforturile continue de a identifica, evalua și preveni riscurile, ne asigurăm că fiecare angajat se bucură de un mediu de lucru sigur și sănătos.

2021:

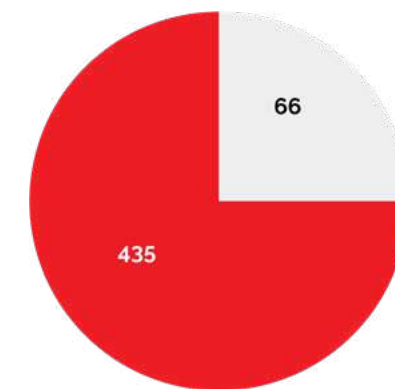


Zile de concediu de odihnă
Accidente de muncă

Indicatori de Sănătate și Securitate în Muncă

În perioada de raportare* am înregistrat un total de 66 de accidente de muncă, comparativ cu 58 în anul precedent. Cu toate acestea, numărul de zile de concediu medical asociate accidentelor a scăzut de la 437 în 2021 la 435 în 2022.

2022:



Zile de concediu de odihnă
Accidente de muncă

Sistem de Management al Sănătății și Securității în Muncă

Deși nu am implementat încă un sistem de management al securității ocupaționale conform ISO 45001, siguranța angajaților rămâne o prioritate. Am pus în aplicare proceduri care abordează siguranța și sănătatea în muncă evaluând regulat riscurile asociate și adaptând măsurile de prevenție în funcție de feedback și rezultate.

Servicii de Sănătate a Muncii

GRI 403-4

Serviciile de sănătate a muncii reprezintă un factor esențial în identificarea și eliminarea pericolelor la locul de muncă. Prin examinări medicale periodice, evaluarea mediului de lucru și instruirea lucrătorilor privind măsurile de prevenire, ne asigurăm că riscurile pentru sănătate și siguranță sunt minime. Asigurăm calitatea acestor servicii prin reglementări clare pentru prestatorii de servicii medicale, instruirea adecvată a personalului și monitorizarea constantă a programelor.

* 1 octombrie 2021 - 30 septembrie 2022

Formarea Lucrătorilor în Domeniul Sănătății și Securității în Muncă

GRI 403-5

Oferim o varietate de instruiți legate de sănătate și securitate ocupațională, personalizate pe baza locului de muncă și a riscurilor specifice. Acestea includ instruirea introductivă generală, instruirea la locul de muncă și instruirea suplimentară, asigurându-ne astfel că angajații noștri sunt conștienți de riscuri și măsurile de prevenire.

Promovarea Sănătății Angajaților

GRI 403-6

Am introdus beneficii de asigurare medicală colectivă, asigurând accesul angajaților la servicii medicale. De asemenea, facilităm accesul la servicii de asistență medicală neocupațională prin programe de wellness, asistență psihologică și stomatologică.

8.7 PROGRAMUL DE SUSTENABILITATE PERSONALĂ

La Auchan, angajații sunt încurajați să se implice activ în comunitate prin acordarea a unei zile pe an pentru proiecte de CSR și/sau două zile pentru activități de voluntariat, în conformitate cu prevederile Contractului Colectiv de Muncă.

Compania coordonează proiecte de CSR în magazinele sale și în sediul Serviciilor Centrale, iar angajații sunt încurajați să participe la aceste activități și să înregistreze prezența lor prin intermediul unei aplicații online.



În perioada acoperită de ediția curentă a raportului*, numărul angajaților implicați în acțiuni de CSR a atins cifra impresionantă de 6.334, aproape dublu față de anul precedent, 2021, când 3.901 de angajați s-au implicat în 55 de acțiuni de CSR.



TIPURI DE ACȚIUNI ȘI REZULTATE

2021		2022
Donare sânge	576 persoane	856 persoane
Voluntariat	22 zile	39 zile
Proiecte CSR Companie	3.303 persoane	5.439 persoane

* 1 octombrie 2021 - 30 septembrie 2022

Principalele cauze susținute prin acțiunile de CSR ale companiei și angajaților săi au fost:

924 DE COLEGI IMPLICAȚI

Protecția/conservarea mediului (acțiuni de curățare sau de îmbunătățire a zonelor naturale degradate)

1.075 DE COLEGI IMPLICAȚI

Promovarea alimentației sănătoase/reducerea risipei alimentare (conștientizarea dietelor nutriționale echilibrate, practicarea sportului; evidențierea moștenirii culinare locale, sezonabilitatea produselor)

861 DE COLEGI IMPLICAȚI

Solidaritate alimentară/ajutor pentru persoane defavorizate (angajați implicați în colectarea de alimente pentru rețeaua de bănci de alimente din România; angajați implicați în sprijinul refugiaților ucraineni)

3.977 DE COLEGI IMPLICAȚI

Diversitate și incluziune (evenimente sportive pentru persoane în dificultate sau cu dizabilități; activități în spitale; donarea de sânge; facilitarea accesului fizic și social al persoanelor cu dizabilități; asistență pentru integrarea profesională)



09

Comunități *sustenabile*



9.1 ANGAJAMENT COMUNITAR

Sușinim bunăstarea comunității prin inițiative responsabile și solidare, aliniindu-ne obiectivelor ONU de dezvoltare durabilă pentru a sprijini aceste idealuri. Unul dintre pilonii centrali ai strategiei noastre de sustenabilitate este „Angajamente Sociale și Societate”. Această strategie încurajează angajamentul responsabil în rândul angajaților noștri, oferindu-le un sentiment autentic de mândrie pentru contribuția lor.

i

În perioada de raportare*, am susținut 93 de proiecte sociale, cu o valoare totală de 2.587.990 de Lei, demonstrând angajamentul nostru comunitar.

De asemenea, am continuat colaborarea cu Banca pentru Colectarea și Distribuția Alimentelor pentru promovarea donațiilor alimentare, donând un total de 121.391,72 kg de alimente cu o valoare de 1.463.758,47 Lei.

De asemenea, am participat la proiecte sociale care au sprijinit elevii români și au lucrat pentru prevenirea abandonului școlar, au ajutat tinerii din grupuri defavorizate să intre în câmpul muncii și au adus bucurie copiilor bolnavi care petreceau mult timp în spitale.

Ne îndreptăm atenția înspre sprijinirea comunităților și ajutorarea celor defavorizați, concentrându-ne pe prioritățile noastre fundamentale. Colaborăm cu parteneri, clienți și angajați pentru a sprijini o varietate de oameni. Încurajăm protejarea mediului înconjurător, promovarea alimentației sănătoase, reducerea risipei alimentare și furnizarea de ajutor social prin toate inițiativele noastre.

* în perioada 1 ianuarie - 31 decembrie 2022



Responsabili & Solidari

Auchan Retail pledează pentru pace și face toate eforturile să-și perpetueze misiunea. La nivelul grupului, situația este urmărită zilnic, iar prioritatea o reprezintă siguranța echipelor, a clienților și a activităților.

În Ucraina, echipele Auchan dau dovadă de curaj și fac tot ceea ce este posibil pentru a păstra magazinele deschise și a asigura astfel acoperirea nevoilor de bază ale populației locale.

În paralel, mai multe țări din grupul Auchan Retail s-au mobilizat pentru a veni în ajutorul refugiaților. În ceea ce privește România, a existat un efort colectiv cu o mare implicare din partea populației pentru a sprijini persoanele care ajungeau din Ucraina în țara noastră, iar Auchan Retail România nu a stat deoparte.

Suport la graniță

Colegii din magazinele apropiate de granițe s-au organizat pentru a ajuta cu transport, soluții de încălzire și acoperirea nevoilor de bază.

Magazinele Auchan din Constanța, într-un proiect derulat în colaborare cu Salvați Copiii, au donat lunar, începând din luna martie 2022, produse alimentare în valoare de 20.000 de lei, pentru cantina socială organizată în vama Isaccea. Produsele au fost utilizate pentru pregătirea de mese calde.

Ajutor pentru refugiații care ajung în București

Hipermarketul Auchan Crângași a donat și transportat la Gara de Nord, produse alimentare ready-to-eat, precum și produse de igienă, pentru cei care veneau din vamă cu trenul în București.

Ajutor pentru colegii Auchan din Ucraina

Într-o acțiune rapidă de donare organizată la sediul central și în magazine, la care angajații Auchan din România au răspuns prompt, au fost colectate în doar 3 zile 722 de colete - în total 46 de paleți, incluzând haine și încălțări calduroase pentru bărbați, femei și copii, saci de dormit și pături, precum și produse de igienă și veselă de unică folosință.

Ne mobilizăm clienți

Împreună cu Banca de Alimente am organizat o campanie de colectare de produse, sub numele **Ajutor umanitar pentru refugiații din România**. Cu această ocazie, clienții noștri au avut posibilitatea de a dona produse alimentare ambalate și neperisabile precum și produse nealimentare. Campania s-a desfășurat, în același timp și în mediul online.

i

10.264 refugiați, beneficiari prin 123 de ONG-uri, au fost sprijiniți prin această campanie cu un total de 39,2 tone de produse.*

În plus, încă de la începutul crizei umanitare, magazinele Auchan au fost și vor continua să rămână în permanent contact cu autoritățile, punând la dispoziție resurselor necesare pentru a răspunde nevoilor punctuale.

i

Rămânem alături de refugiații din Ucraina cu orice tip de ajutor umanitar pe care îl putem pune la dispoziție.

Auchan În parteneriat cu: **Banca pentru alimente**

AJUTOR UMANITAR
PENTRU REFUGIAȚII DIN ROMÂNIA

DONEZI PRODUSE ALIMENTARE și/sau **DONEZI PRODUSE NEALIMENTARE**

DOAR
Preparate ambalate gata de mâncat, la temperatura ambientală, conserve cu mâncare, snacks, dulciuri, băuturi etc.

DOAR
Saci de dormit, saltele pentru camping, pilote, pături, perne de voiaj, truse de prim ajutor, articole pentru camping, seturi de gătit, veselă unică folosință, lămpi, lanterne, baterii de rezervă.

ATENȚIE:

NU produse de băcănie pentru gătit (ex: făină, ulei, zahăr, etc.)
NU produse proaspete, ultraproaspete sau congelate (ex: lactate, carne, pește, legume, fructe, pâine sau patiserie neambalate, gastronomie etc.)
NU haine sau alte produse nealimentare.

NU Îmbrăcăminte, detergenți, electrocasnice, etc.

RESPONSABILI ȘI SOLIDARI

* în perioada 1 octombrie 2021 - 30 septembrie 2022

9.2 IMPACTUL SOCIAL - DONAȚII CĂTRE PARTENERI



În anul 2022*, am continuat să ne implicăm în susținerea proiectelor sociale, crescându-ne semnificativ impactul comparativ cu anul precedent. Astfel, am sprijinit un total de 93 de proiecte sociale, în comparație cu cele 42 din anul 2021. Cu un efort financiar în creștere, valoarea totală a donațiilor noastre a atins cifra de 2.587.990 RON (echivalentul a 517.598 EUR), înregistrând o creștere semnificativă de 95% față de anul precedent.

În cadrul acestui efort susținut, am derulat campanii de solidaritate extrem de importante, cu impact major asupra comunităților noastre:

Apel de proiecte pentru alimentație sănătoasă

Fundația Auchan a adoptat o abordare mai coerentă și vizibilă în cadrul acțiunilor în fiecare țară în care suntem prezenți. Astfel, am contribuit la realizarea viziunii noastre de a transforma Auchan într-o companie recunoscută pentru deschiderea și angajamentul față de societate. În special, am direcționat eforturile către promovarea accesului la mâncare de calitate și sănătoasă, cu o atenție deosebită acordată categoriilor defavorizate. Aceasta a implicat mai mult decât simplul proces de hrănire, ci și aspecte esențiale precum:

- » Plăcerea de a mânca;
- » Păstrarea identității culinare și a rețetelor tradiționale;
- » Susținerea interacțiunii sociale;
- » Promovarea nutriției sănătoase.

Misiunea noastră constă în sprijinirea proiectelor dedicate alimentației sănătoase și accesibile, care să joace și un rol de coeziune socială. În acest sens, am inițiat un apel internațional pentru proiecte, desfășurat în perioada 20 octombrie 2021 - 31 ianuarie 2022.



Organizațiile neguvernamentale, asociațiile școlare și universitățile care aveau în desfășurare sau în plan proiecte legate de „Alimentația sănătoasă” au avut oportunitatea să se înscrie pentru un grant de până la 100.000 de euro.

În cadrul acestui apel, 45 de organizații non-guvernamentale și instituții din România au propus proiecte către Fundația Auchan. Cele 3 proiecte câștigătoare au fost:

- » Asociația Ana și Copiii, care a obținut fonduri pentru dotarea noului centru educațional cu echipamente de bucătărie necesare pregătirii meselor calde zilnice pentru cei 100 de beneficiari ai săi;
- » Asociația de Ajutor Amurtel, cu proiectul „Școala din Livadă”, concentrându-se pe oferirea de suport educațional și alimentar pentru comunitățile defavorizate;
- » Fundația FARA, care a obținut sprijin pentru implicarea copiilor, tinerilor și familiilor vulnerabile în cultivarea unor grădini de legume, sere și a unei livezi, promovând astfel atât sustenabilitatea cât și incluziunea socială.



* în perioada 1 ianuarie - 31 decembrie 2022

“



Didi Ananda Devapriya

Președinte Asociației de Ajutor
Amurtel

Finanțarea de la Fundația Auchan Franța pentru „Școala din Livadă” a venit într-un moment critic în Grădina Bio AMURTEL și pentru cei 39 de copii de la Familia AMURTEL și Fântâna Speranței. Fără sprijinul suplimentar oferit de echipa Livada Comunitară Mărțișor și studenții cu adevărat minunați, dedicați, inovatori și cunoscători de la Facultatea de Horticultură București pe care i-a atras proiectul, AMURTEL ar putea fi pur și simplu copleșit de problemele create de dăunători și supraexploatarea terenului și am fi putut fi forțați să-l închidem ferma de legume socială, după mai bine de 10 ani de funcționare.

Acest lucru ar fi fost o adevărată pierdere, mai ales într-un moment în care posibilitatea de a garanta accesul copiilor la alimente sănătoase și sigure în proiectele noastre sociale este și mai importantă, cu cât o parte din finanțarea noastră a fost redusă și încercăm să găsim modalități de a deveni auto susținuți pe termen lung.

Serele noastre au fost atacate de dăunători precum coropișnițe, dar echipa noastră dedicată a reușit să cerceteze și să testeze soluții care, în timp, vor regenera productivitatea pământului și vor elimina dăunătorii.



* în perioada 1 octombrie 2021 - 30 septembrie 2022

Dotarea secțiilor de oncologie

În perioada 4 – 6 februarie 2022, cu ocazia Zilei Mondiale de Luptă împotriva Cancerului, am desfășurat o campanie de strângere de fonduri, sub sloganul „Pâine pentru viață!”.

Astfel, 30% din încasările obținute în urma vânzării tuturor sortimentelor de pâine cu maia (60.500 Lei) au fost donate către Asociația Aripă Spre Viață, cu scopul de a achiziționa aparatură medicală oncologică pentru Institutul Clinic Fundeni și Spitalul Clinic de Urgență pentru Copii Marie Curie.

Prin această acțiune, ne-am dorit să contribuim, împreună cu angajații și clienții noștri, la susținerea

și întărirea eforturilor pe care le fac organizațiile care luptă împotriva cancerului, pentru a crește nivelul de conștientizare cu privire la condițiile de îngrijire de care au nevoie cei bolnavi și, totodată, pentru a promova importanța menținerii unui stil de viață sănătos printr-o alimentație corectă, unul dintre pilonii cheie ai prevenirii diverselor afecțiuni.

Beneficiarii acestui proiect au fost copiii și tinerii din secțiile de oncologie ale spitalelor Marie Curie și Fundeni, iar donația a fost folosită la dotarea instituțiilor cu aparatură medicală de specialitate, precum monitoare funcții vitale, aparate de încălzire a produselor sanguine, infuzomate, injectomate și dispozitive portabile de iluminat vene.

Plantăm cu Titi Pădurarul!

Ne-am propus să împădurim terenurile degradate prin plantarea de arbori și arbuști, pentru a crea un viitor mai verde și mai prosper. Iar castorul de pluș Titi Pădurarul a devenit un simbol al angajamentului nostru și al sprijinului pe care-l oferim comunităților și mediului înconjurător.

Această inițiativă a reușit să strângă peste 140.000 de euro până în prezent, fonduri care au fost direcționate către susținerea educației în medii defavorizate, reprezentând o contribuție semnificativă în crearea unor șanse egale pentru toți copiii.

Începând cu luna noiembrie a anului 2022, pentru fiecare jucărie din pluș „Titi Pădurarul” vândută, ne-am

asumat responsabilitatea să plantăm un copac, pentru a contribui cu 10.000 de arbori și arbuști la regenerarea zonelor afectate de deșertificare din România (perioada de desfășurare a campaniei este 2 noiembrie 2022 - 31 martie 2023).

Mai exact, din vânzările fiecărui castor de pluș Titi Pădurarul, confecționat și el într-un mod responsabil, din sticle de plastic reciclate, am promis să donăm câte 15 lei pentru derularea unor acțiuni de plantare în mai multe județe din țară, alături de ONG-ul ViitorPlus.

Devenit deja un simbol al sprijinului oferit de Auchan, castorul de pluș Titi a ajutat până în prezent la strângerea a peste 140.000 euro, sumă ce a fost donată pentru susținerea educației în mediile defavorizate.

Marea colectă de jucării pentru copii

Ne-am mobilizat pentru a dăruj jucării pentru câți mai mulți copii! De 1 lunie am invitat colegii din Serviciile Centrale și alte magazine Auchan din țară să se alăture campaniei naționale „Marea colectă de jucării pentru copii” pentru ca, împreună, să putem aduce zâmbetul pe fața cât mai multor micuți din mediile defavorizate din România.

Pachetele au fost donate apoi către mai multe ONG-uri și centre de plasament din toată țara, printre care Fundația Filantropică Metropolis, Asociația Mia's Children și Complexul de Servicii „Prichindelul” Sibiu.



Campanie de susținere a construirii a caselor familiale

În anul 2022, cu ocazia inițiativei „Back to school”, am donat 10% din vânzările produselor de papetărie eco, de marcă proprie Auchan, către Asociația Habitat for Humanity România. Această donație a avut ca scop susținerea construcției de locuințe decente și crearea unui mediu familial propice dezvoltării preșcolarilor și școlarilor din comuna Berceni, județul Prahova.

Beneficiarii acestui efort sunt familiile aflate într-o situație financiară precară, cărora asociația le construiește locuințe pe șantierul din Berceni. Aceste

familii se confruntă cu venituri reduse și trăiesc în condiții dificile, în locuințe care au ajuns într-un stadiu avansat de degradare. Mai mult, aceste case nu dispun de racordare la rețeaua de canalizare și gaze, ceea ce afectează semnificativ calitatea vieții acestor oameni.

În urma campaniei noastre, o sumă totală de 70.000 lei a fost donată către Asociația Habitat for Humanity România, pentru a sprijini eforturile lor în realizarea acestor proiecte importante. În plus, angajații noștri din Serviciile Centrale și din magazine au avut șansa de a se implica activ în aceste acțiuni și să participe la construcția acestor locuințe.



Ziua Internațională a Alimentației cu grija față de mediu!

În perioada 14-16 octombrie 2022, în contextul Zilei Alimentației, hipermarketurile Auchan din întreaga țară au oferit clienților oportunitatea de a achiziționa unul dintre cele patru meniuri vegane dezvoltate de către Răzvan Exarhu, în vederea încurajării consumului de alimente bazate pe proteine vegetale, o măsură crucială pentru reducerea amprente de carbon asociată cu producția de alimente.

Într-o abordare care reunește grija față de mediu și responsabilitate socială, toate veniturile generate din vânzarea acestor meniuri speciale au fost direcționate către un partener de încredere, ONG-ul Banca pentru Alimente.

Pe 16 Octombrie 2022, cu ocazia “Zilei Internaționale a Alimentației”, au fost donați 17.000 RON reprezentând toate veniturile obținute din vânzarea meniurilor lacto-ovo vegetariene și sănătoase, pregătite după rețetele lui Răzvan Exarhu.

Auchan

REȚETA AUCHAN PENTRU UN MOD DE VIAȚĂ SUSTENABIL

TU SAVUREZI PRODUSELE GASTRO, IAR NOI DONĂM TOATE ÎNCASĂRILE LA BANCA PENTRU ALIMENTE !

#nuepreatârziu PSP

Program de Sustenabilitate Personală Auchan | RETAIL ROMÂNIA

Te așteptăm la Auchan în week-endul **14-16 octombrie** ca să te bucuri de produsele Gastro, după rețetele lui **Răzvan Exarhu**.

Iar noi ne vom bucura să donăm toate încasările din vânzări și să contribuim împreună la promovarea unei alimentații sănătoase, care să ne ofere tuturor un mediu sustenabil!

www.auchan.ro

10

Index

Tabel GRI



STANDARD GRI	NUMĂR ȘI NUME INDICATOR	CAPITOL/EXPLICAȚII	PAGINI
GRI 2: Informații Generale 2021	2-1 Detalii organizatorice	Despre acest raport; Despre Auchan România	6; 31
	2-2 Entități incluse în raportarea de sustenabilitate a organizației	Guvernanța și managementul organizației	41
	2-3 Perioada de raportare, frecvența și punctul de contact	Despre acest raport	6
	2-4 Retratări de informații	Nu au avut loc retratări de informații, menționate în rapoarte anterioare.	N/A
	2-5 Asigurare externă	Asigurare externă	59
	2-6 Activități, lanțul valoric și alte relații de afaceri	Despre noi, în cifre; Lanțul nostru valoric; Alimente și furnizori locali	28; 31; 66
	2-7 Angajați	Echipa Noastră	102
	2-8 Angajați care nu sunt contractați direct	Echipa Noastră	102
	2-9 Structura și componența guvernării	Guvernanța și managementul organizației	41
	2-10 Nominalizarea și selecția celui mai înalt organ de guvernare	Guvernanța și managementul organizației	41
	2-11 Președintele celui mai înalt organ de guvernare	Guvernanța și managementul organizației	41
	2-12 Rolul celui mai înalt organism de guvernare în supravegherea managementului impactului	Managementul Riscului	44
	2-13 Delegarea responsabilității pentru gestionarea impactului	Strategia de sustenabilitate	51
	2-14 Rolul celui mai înalt organism de guvernare în raportarea de sustenabilitate	Guvernanța și managementul organizației	41
	2-15 Conflicte de interes	Guvernanța și managementul organizației	41
	2-16 Comunicarea aspectelor critice	Managementul Riscului	44
	2-17 Cunoașterea colectivă a celui mai înalt organ de guvernare	Guvernanța și managementul organizației	41

STANDARD GRI	NUMĂR ȘI NUME INDICATOR	CAPITOL/EXPLICAȚII	PAGINI
	2-18 Evaluarea performanței celui mai înalt organ de guvernare	Guvernanța și managementul organizației	41
	2-19 Politici de remunerare	Satisfacția și bunăstarea angajaților;	105
	2-20 Procesul de determinare a remunerației	Satisfacția și bunăstarea angajaților;	105
	2-21 Raportul anual de compensare totală	Satisfacția și bunăstarea angajaților;	105
	2-22 Declarație privind strategia de sustenabilitate	Misiunea Auchan România; Citat CEO; Strategia de sustenabilitate	30; 5; 51
	2-23 Angajamente pentru o politică responsabilă	Viziunea noastră; Etică și bune practici în afaceri; Strategia de sustenabilitate	29; 46; 51
	2-24 Încorporarea angajamentelor politicii	Strategia de sustenabilitate;	51
	2-25 Procese pentru a remedia impacturi negative	Managementul Riscului	44
	2-26 Mecanisme de căutare a consilierii și de exprimare a îngrijorărilor	Etică și bune practici în afaceri	46
	2-27 Respectarea legilor și reglementărilor	Managementul Riscurilor de Mediu; Angajator responsabil;	45; 103
	2-28 Asocieri	Certificări, asocieri, premii	34
	2-29 Abordarea implicării părților interesate	Dialogul cu stakeholderii	14
	2-30 Contracte colective	Echipa noastră	102
GRI 3: Subiecte materiale 202	3-1 Proces pentru determinarea subiectelor materiale	Metodologie	7
	3-2 Lista subiectelor materiale	Matricea de materialitate	19
	3-3 Gestionarea subiectelor materiale	Metodologie; Cei 4 piloni	7; 54
GRI 201: Performanța economică 2016	201-1 Valoarea economică directă generată și distribuită	Impact Economic	33
	201-2 Implicații financiare și alte riscuri și oportunități din cauza schimbărilor climatice	Proiectul Climat	83

STANDARD GRI	NUMĂR ȘI NUME INDICATOR	CAPITOL/EXPLICAȚII	PAGINI
	201-3 Obligațiile din planurile de beneficii determinate și alte planuri de pensionare	Proiectul Climat	83
	201-4 Asistență financiară primită de la guvern	În cursul anului 2022, nu a fost primită asistență financiară de la guvern.	N/A
GRI 202: Prezența pe piață 2016	202-2 Proportia de management superior angajat din comunitatea locală	Diversitate, egalitate și incluziune	104
GRI 203: Impacturi Economice Indirecte 2016	203-1 Investiții în infrastructură și servicii sprijinite	Impactul social – Donații către parteneri	120
	203-2 Impacturi economice indirecte semnificative	Proiectul Climat; Angajament Comunitar	83; 118
GRI 205: Anti-corupție 2016	205-1 Operațiuni evaluate pentru riscuri legate de corupție	Etică și bune practici în afaceri	46
	205-2 Comunicare și instruire despre politicile și procedurile anticorupție	Etică și bune practici în afaceri	46
	205-3 Incidente confirmate de corupție și acțiuni întreprinse	Etică și bune practici în afaceri	46
GRI 206: Comportament anti-concurențial 2016	206-1 Acțiuni legale pentru comportament anticoncurențial, antitrust și practicile de monopol	Etică și bune practici în afaceri	46
GRI 301: Materiale 2016	301-2 Materiale de intrare reciclate utilizate	Utilizarea materiilor prime sustenabile	63
	301-3 Produse recuperate și materialele lor de ambalare	Combaterea rispei alimentare; Reducerea plasticului în magazine; Reducerea plasticului în logistică; Reducerea plasticului pentru produsele marcă proprie	69; 73; 75; 76
GRI 302: Energie 2016	302-1 Consumul de energie în cadrul organizației	Gestionarea consumului	87
	302-4 Reducerea consumului de energie	Gestionarea consumului	87
GRI 303: Apă și efluenți 2018	303-5 Consum de apă	Gestionarea consumului	87

STANDARD GRI	NUMĂR ȘI NUME INDICATOR	CAPITOL/EXPLICAȚII	PAGINI
GRI 305: Emisii 2016	305-1 Emisii directe (Domeniul de aplicare 1) de GES	Structura amprentei de carbon – Domeniile de aplicare 1, 2 și 3	81
	305-2 Emisii indirecte (Domeniul de aplicare 2) de GES	Structura amprentei de carbon – Domeniile de aplicare 1, 2 și 3	81
	305-3 Alte emisii indirecte (Domeniul de aplicare 3) de GES	Structura amprentei de carbon – Domeniile de aplicare 1, 2 și 3	81
	305-5 Reducerea emisiilor de GES	Proiectul Climat; Ratinguri de Sustenabilitate;	83; 57
GRI 306: Gestionarea de deșeuri 2020	306-2 Gestionarea impacturilor semnificative legate de deșeuri	Combaterea rispei alimentare; Economia circulară	69; 90
	306-3 Deșeuri generate	Managementul deșeurilor	89
	306-5 Deșeuri direcționate către eliminare	Combaterea rispei alimentare; Economia circulară	69; 90
GRI 308: Evaluarea de mediu a furnizorului 2016	308-1 Furnizori noi care au fost examinați folosind criterii de mediu	Furnizori sustenabili	33
GRI 401: Angajator 2016	401-1 Angajări și rotație de angajați	Echipa Noastră	102
	401-2 Beneficii oferite angajaților cu normă întreagă care nu sunt oferite angajaților temporari sau cu fracțiune de normă	Satisfacția și bunăstarea angajaților; Integrăm, Evaluăm, Formăm și Dezvoltăm Oameni	105; 108
	401-3 Concediul parental	Satisfacția și bunăstarea angajaților	105
GRI 402: Relații de muncă/ conducere 2016 GRI	402-1 Perioade minime de preaviz cu privire la modificările operațional	Angajator responsabil	103
403: Sănătate și securitate la locul de muncă 2018	403-4 Participarea angajaților, consultarea și comunicarea privind sănătatea și securitatea în muncă	Integrăm, Evaluăm, Formăm și Dezvoltăm Oameni; Programul de Sustenabilitate Personală	108; 114
	403-5 Formarea lucrătorilor în domeniul sănătății și securității în muncă	Sănătatea și securitatea în muncă; Programul de Sustenabilitate Personală	113; 114

STANDARD GRI	NUMĂR ȘI NUME INDICATOR	CAPITOL/EXPLICAȚII	PAGINI
	403-6 Promovarea sănătății angajaților	Educarea clienților și angajaților; Sănătatea și securitatea în muncă; Programul de Sustenabilitate Personală	68; 113; 114
	403-7 Prevenirea și atenuarea impactului asupra sănătății și securității în muncă legate direct de relațiile de afaceri	Educarea clienților și angajaților; Programul de Sustenabilitate Personală	68; 114
	403-9 Accidente de muncă	Sănătatea și securitatea în muncă	113
	403-10 Afectarea stării de sănătate, cauzată de muncă	Sănătatea și securitatea în muncă	113
GRI 404: Instruire și educație 2016	404-1 Ore medii de formare pe an per angajat	Satisfacția și bunăstarea angajaților; Integrăm, Evaluăm, Formăm și Dezvoltăm Oameni;	105; 108
	404-2 Programe pentru îmbunătățirea competențelor angajaților și programe de asistență pentru tranziție	Satisfacția și bunăstarea angajaților; Integrăm, Evaluăm, Formăm și Dezvoltăm Oameni;	105; 108
	404-3 Procentul de angajați care primesc evaluare de performanță regulată și revizuri de dezvoltare a carierei	Integrăm, Evaluăm, Formăm și Dezvoltăm Oameni;	108
GRI 405: Diversitate și Oportunități egale 2016	405-1 Diversitatea organelor de guvernare și a angajaților	Diversitate, egalitate și incluziune	104
GRI 406: Anti-discriminare 2016	406-1 Incidente de discriminare și măsuri corective întreprinse	Diversitate, egalitate și incluziune	104
GRI 408: Munca copiilor 2016	408-1 Operațiuni și furnizori cu risc semnificativ pentru incidentele muncii copiilor	Evaluarea furnizorilor pe criterii sociale	48
GRI 409: Munca forțată sau obligatorie 2016	409-1 Operațiuni și furnizori cu risc semnificativ pentru incidente de forță de muncă forțată sau obligatorie	Evaluarea furnizorilor pe criterii sociale	48

STANDARD GRI	NUMĂR ȘI NUME INDICATOR	CAPITOL/EXPLICAȚII	PAGINI
GRI 413: Comunități locale 2016	413-1 Operațiuni cu implicarea comunității locale, evaluări de impact, și programe de dezvoltare	Angajament comunitar	118
	413-2 Operațiuni cu efecte negative semnificative reale și potențiale asupra comunități locale	Impactul Social - Donații către parteneri	120
GRI 414: Evaluarea socială a furnizorilor 2016	414-1 Furnizori noi care au fost examinați folosind criterii sociale	Furnizori sustenabili	33
	414-2 Impacturi sociale negative în lanțul de aprovizionare și acțiuni întreprinse	Furnizori sustenabili	33
GRI 415: Politică publică 2016	415-1 Contribuții politice	Nu a fost realizată nici o contribuție politică pe parcursul anului 2022	N/A
GRI 416: Sănătatea și siguranța clienților 2016	416-1 Evaluarea impactului asupra sănătății și siguranței a categoriilor de produse și servicii	Calitatea și siguranța produselor; Produse ecologice și vegane; Educarea clienților și angajaților	64; 67; 68
GRI 417: Marketing și etichetare 2016	417-1 Cerințe pentru informații despre produse și servicii și etichetare	Calitatea și siguranța produselor; Alimente și furnizori locali; Produse ecologice și vegane	64; 66; 67
GRI 418: Confidențialitatea clientului 2016	418-1 Plângeri întemeiate cu privire la încălcări ale clientului confidențialitatea și pierderea datelor clienților	etică și bune practici în afaceri	46
GRI 13	13.9 Securitatea alimentară	Calitatea și siguranța produselor; Produse ecologice și vegane	64; 67
	13.10 Siguranța alimentară	Calitatea și siguranța produselor	64

10.2 INDEX SASB

SECTOR	TOPIC	INDICATOR
Food Retailers & Distributors	Emisiile atmosferice din refrigerare	Emisii globale brute domeniul de aplicare 1 provenite de la agenți frigorifici
	Managementul energiei	(1) Energia operațională consumată
		(2) Procentul de energie electrică din rețea
	Risipă Alimentară	Managementul deșeurilor alimentare Cantitatea de deșeuri alimentare generate, procent deturnat din fluxul de deșeuri
	Securitatea datelor	(1) Numărul de încălcări ale datelor
		Descrierea abordării pentru identificarea și abordarea riscurilor de securitate a datelor
	Practici de muncă	Procentul de forță de muncă activă acoperit de contractele colective de muncă
Multiline And Specialty Retailers & Distributors	Diversitatea forței de muncă & Integrare	Procentul de gen și grupul rasial/ etnic reprezentare pentru (1) management și (2) toți alți angajați

DATE/INFORMAȚII	U.M.	COD
15,907.24	Tone metrice (t) CO-e	FB-FR-110b.1
120,997,508	Procent (%)	FB-FR-130a. 1
100%		
7,673 tone	Analiză + Valoare	FB-FR-150a.1
1	Procent (%) / Valoare	FB-FR-230a. 1
Descriere inclusă în capitolul „etică și bune practice în afaceri”	Analiză	FB-FR-230a.2
100%	Procent	FB-FR-310a. 2
(1) 55% Femei în funcții de management (2) 68.64% Femei dintre angajați	Procent (%)	CG-MR-330a.1

Auchan România S.A.
Str. Braşov Nr. 25, Etaj 4, Camera 1, Sector 6, Bucureşti

Contact

Departamentul de Sustenabilitate Auchan România
comisieCSR@auchan.ro

Corina Dospinoiu – Director Sustenabilitate
E-mail: cdospinoiu@auchan.ro

Iuliana Mihăilescu – Manager ESG & Raportare
E-mail: imihailescu@auchan.ro

Legal

Registrul Comerţului: J/40/2731/2005
Cod Fiscal: RO17233051
Capital Social: 602.579.703 RON
romania.auchan.ro

Auchan | RETAIL
ROMÂNIA



