



Auchan Retail România 2021

# Raport de *Sustenabilitate*

Deschidere. Încredere. Excelență.



2021

# Salut!



Auchan România S.A.

Str. Braşov Nr. 25, Etaj 4,  
Camera 1, Sector 6,  
Bucureşti

Contact

Departamentul de CSR Auchan România  
[comisieCSR@auchan.ro](mailto:comisieCSR@auchan.ro)

Corina Dospinoiu – Responsabil CSR

E-mail: [cdospinoiu@auchan.ro](mailto:cdospinoiu@auchan.ro)

Iuliana Mihăilescu – Manager ESG & Raportare

E-mail: [imihailescu@auchan.ro](mailto:imihailescu@auchan.ro)

Legal

Registrul Comerţului: J/40/2731/2005

Cod Fiscal: RO17233051

Capital Social: 602.579.703 RON

[romania.auchan.ro](http://romania.auchan.ro)



# Cuprins

<b>6</b>	<b>INTRODUCERE</b>	<b>62</b>	<b>LUPTA ÎMPOTRIVA POLUĂRII CU PLASTIC</b>
8	Despre raportul de sustenabilitate	63	5.1 Combaterea poluării cu plastic
<b>10</b>	<b>ANALIZA DE MATERIALITATE</b>	64	5.2 Reducerea plasticului în magazine
11	1.1 Dialog cu părțile interesate	66	5.3 Reducerea plasticului pentru produse marcă proprie
12	1.2 Construcția analizei de materialitate	68	5.4 Managementul deșeurilor
14	1.3 Matricea de materialitate	<b>70</b>	<b>REDUCEREA AMPRENTEI DE CARBON</b>
15	1.4 Teme materiale	71	6.1 Amprenta de carbon
<b>16</b>	<b>POVESTEA NOASTRĂ</b>	74	6.2 Structura amprentei de carbon
19	2.1 Viziunea și misiunea Auchan	76	6.3 Gestionarea consumului de energie (gaz, electric, carburanți) și apă
20	2.2 Valorile Auchan	78	6.4 Managementul riscurilor de mediu
21	2.3 Guvernanța și managementul organizației	<b>79</b>	<b>ECONOMIA CIRCULARĂ</b>
22	2.4 Etică și bune practici în afaceri	80	7.1 "O nouă viață" by Auchan
27	2.5 Managementul riscului	83	7.2. Și mama reciclează
28	2.6 Securitatea amplasamentelor	84	7.3. Proiectul de colectare și reciclare textile
29	2.7 Răspunsul la Covid-19	84	7.4. Proiectul de colectare și reciclare ulei uzat
30	2.8 Impact economic	<b>85</b>	<b>OAMENI</b>
31	2.9 Obligațiile de raportare conform Regulamentului UE privind taxonomia	87	8.1 Angajați
32	2.10 Lanțul Valoric	89	8.2 Politica de recrutare și retenție; rotația de personal, beneficii acordate
34	2.11 Relația cu furnizorii	92	8.3 Diversiunea și incluziunea
37	2.12 Premii, Grupuri și asocieri, certificări	94	8.4 Auchan Refresh - programul nostru de evaluare, dezvoltare și formare a angajaților Auchan
39	2.13 Mărcile proprii de destinație Auchan	96	8.5 Programul de sustenabilitate personală
40	2.14 MyCLUB Auchan	<b>102</b>	<b>COMUNITĂȚI SUSTENABILE</b>
42	2.15 15 ani împreună	103	9.1 Informații generale
46	2.16 Proiecte de viitor	104	9.2 Impactul social
<b>48</b>	<b>STRATEGIA DE SUSTENABILITATE</b>	<b>111</b>	<b>ANEXĂ</b>
49	3.1 Strategia de sustenabilitate Auchan	112	10.1 Indicatori GRI
<b>51</b>	<b>PROMOVAREA UNEI ALIMENTAȚII SĂNĂTOASE ȘI COMBATerea RISIPEI ALIMENTARE</b>		
57	4.1 Produsele și serviciile noastre		
60	4.2 Educarea clienților și angajaților		

# Misiunea

## Auchan România

Milităm pentru bun, sănătos și local  
propunând locuitorilor o ofertă alimentară  
de încredere, la cele mai bune prețuri!

Ne angajăm, în fiecare zi, să reinventăm  
experiența clienților și plasăm oamenii în  
centrul tuturor acțiunilor întruchipând  
valorile noastre.

Deschidere. Încredere. Excelență.



D

„Misiunea Auchan este de a face dorite, unui număr cât mai mare de oameni, produsele și serviciile noastre bazate pe o alimentație sănătoasă și grijă față de mediul înconjurător. Uniți în jurul valorilor noastre comune #Încredere #Deschidere #Excelență, angajații Auchan se implică zilnic, cu pasiune și energie, pentru a realiza această misiune.

Pe lângă comerțul responsabil pe care îl realizăm și experiența unică pe care o oferim clienților noștri, punem accentul în strategia noastră de business pe implicarea în comunitate și pe respectarea angajamentelor față de mediu, angajați, clienți și societate. Am condus o transformare a

echipelor de lucru Auchan, toate departamentele au inclus subiecte de CSR, etică și compliance în meseriile și acțiunile lor. În acest sens, avem implementată o Politică de CSR\* în care am definit pilonii strategici pentru companie, răspunzând așteptărilor tuturor celor implicați în realizarea ei. Cei patru piloni, pe care am continuat să lucrăm și în 2021, sunt:

- + Promovarea unei alimentații sănătoase și lupta împotriva risipei alimentare
- + Lupta împotriva poluării cu plastic
- + Reducerea amprenteii noastre de carbon
- + Angajamente sociale și societale

Este datoria noastră față de generațiile viitoare să contribuim, cu un impact cât mai bun, la îndeplinirea tuturor Obiectivelor de Dezvoltare Durabilă setate de Organizația Națiunilor Unite și Acordului de la Paris. Veți regăsi în acest raport toate proiectele și eforturile pe care noi, Auchan, le-am făcut în anul care a trecut și cu ajutorul cărora vom contribui la un viitor mai bun pentru comunitățile din care Auchan face parte.

Anul 2021 a fost încă o dovadă a profesionalismului și devotamentului necondiționat al tuturor echipelor Auchan Retail România de care sunt mândru, pe care le felicit și pe le încurajez să rămână implicate și pe viitor!"

**Ionuț Ardeleanu**

Director General  
Auchan Retail România

\*Activă la 30 Septembrie 2021.



**Auchan** | RETAIL  
ROMÂNIA

# Introducere

+ Despre raportul de sustenabilitate



# Despre raportul de sustenabilitate



”

În 2021 Auchan România a aniversat 15 ani de existență pe piața din România.

Acest raport prezintă informații referitoare la aspectele de guvernanță, mediu, sociale și de personal precum și informații referitoare la respectarea drepturilor omului și lupta împotriva corupției, elemente strategice pentru compania noastră.

Fiind al doilea raport de sustenabilitate întocmit de Auchan România S.A., acesta cuprinde date calitative și cantitative privind performanțele nefinanciare atât pentru perioada 1 Ianuarie 2021 – 31 Decembrie 2021, cât și pe an glisant, pentru perioada 1 octombrie 2020 – 30 septembrie 2021, dar marchează și un moment aniversar, oportun pentru a reitera angajamentele noastre de sustenabilitate și pentru a comunica progresul nostru de până acum.

Raportul de sustenabilitate a fost redactat pe baza standardelor GRI, versiunea Core și pe baza criteriilor

specifice ale OMFP 1938/2016, Comunicarea Comisiei Europene „Ghid privind raportarea declarațiilor nefinanciare” din anul 2017.

Auchan România S.A face parte din **Auchan Retail** iar alături de **New Immo Holding** (care include Foncière Ceetrus și Nhood) formează **ELO**. Compania deține, de asemenea, o investiție de capital de 49,9% în **Oney Bank**. Fosta Auchan Holding (actuală ELO) reunește două companii cu linii de business complementare: un retailer alimentar (Auchan Retail) și o companie nouă care oferă servicii pentru toate liniile de afaceri imobiliare (New Immo Holding). Cu sprijinul ELO, fiecare linie de afaceri adoptă o abordare responsabilă pentru a-și consolida pozițiile pe piețele sale principale, făcând transformări profunde pentru a-și realiza viziunea.





Raportul Auchan România S.A. este structurat în nouă capitole, fiecare acoperind o arie strategică, după cum urmează:

- În **„Povestea noastră”** se regăsesc informații despre istoria Auchan România S.A., viziune, valori, evoluția numărului de magazine, guvernanta companiei, etică, managementul riscului, impactul economic, relația cu furnizorii dar și informații referitoare la taxonomia UE.
- În **„Analiza de materialitate”** se regăsesc informații despre procesul de construcție a analizei de materialitate, categoriile de stakeholderi implicați, temele materiale identificate ca prioritare pentru Auchan România S.A. și graficul analizei de materialitate.
- În **„Strategia de sustenabilitate Auchan Retail”** se regăsesc informații despre extinderea și punerea în aplicare a politicilor de dezvoltare durabilă, pilonii strategici, obiectivele de dezvoltare durabilă la care Auchan Retail a aderat dar și exemple de acțiuni și proiecte întreprinse în anul încheiat, aliniate la strategia Grupului și la obiectivele de dezvoltare durabilă.
- În capitolul **„Promovarea unei alimentații sănătoase și combaterea risipei alimentare”** se regăsesc informații despre acțiunile întreprinse de Auchan România S.A. referitoare la acest punct, informații despre materii prime și surse responsabile, produsele și serviciile Auchan România S.A., deșeuri alimentare dar și despre educarea clienților și a angajaților.
- În capitolul **„Lupta împotriva poluării cu plastic”** se regăsesc informații referitoare la acțiunile concrete întreprinse, combaterea poluării cu plastic, reducerea plasticului și a ambalajelor din plastic, reducerea plasticului pentru produsele marcă proprie dar și informații referitoare la managementul altor tipuri de deșeuri.
- În **„Reducere amprentei de carbon”** se regăsesc informații referitoare la acțiunile concrete întreprinse, obiectivele asumate, emisii de gaze cu efect de seră, schimbări climatice, structura amprentei de carbon precum și informații referitoare la consumul de energie și apă.
- În capitolul **„Economia circulară”** se regăsesc informații despre acțiunile întreprinse de Auchan România S.A. și proiectele majore în care compania e implicată.
- În capitolul **„Oameni”** se regăsesc informații despre politica de resurse umane, cifre referitoare la angajații Auchan România S.A., politica de retenție, beneficii, traininguri, diversitate și incluziune dar și informații despre securitatea și sănătatea în muncă și Programul de Sustenabilitate Personală (PSP).
- În capitolul **„Comunități”** se regăsesc informații despre prioritățile Auchan România S.A. în ceea ce privește susținerea societății, angajamentele comunitare asumate și date despre impactul social al companiei din perioada de raportare.





# Analiza *de materialitate*

- + 1.1 Dialog cu părțile interesate
- + 1.2 Construcția analizei de materialitate
- + 1.3 Matricea de materialitate
- + 1.4 Teme materiale



# Analiza de materialitate

Acordăm o mare importanță dialogului cu stakeholderii, implicându-i în diferitele procese ale dezvoltării noastre.

Comunicăm cu stakeholderii într-un mod eficient și răspundem prompt preocupărilor legate de problemele comune de interes.

Acesta este cel de-al doilea Raport de sustenabilitate al companiei Auchan România S.A., elaborat utilizând recomandările standardelor GRI.

Pentru a stabili structura și conținutul raportului nostru, am reevaluat intern temele materiale identificate în anul precedent, respectiv ariile unde compania noastră are un impact semnificativ, după care am inițiat consultarea cu stakeholderii noștri prin intermediul a trei chestionare online pentru a afla care este percepția lor în raport cu acestea.

În cadrul procesului de consultare am inclus următoarele categorii: angajați, management, clienți, parteneri și colaboratori, ONGuri sau parteneri cu care implementăm proiecte.

Suplimentar, alături de chestionarele dezvoltate online, am folosit metode diverse pentru a discuta cu părțile interesate precum interviuri și consultări video etc.

Consultarea cu stakeholderii este pentru noi o activitate continuă, colegii noștri din diferite departamente fiind cei care obțin feedback despre activitatea companiei, dar și despre ce își doresc stakeholderii să vadă la noi pe termen scurt și mediu.

Tot ceea ce primim ca feedback este analizat în cadrul companiei și, în măsura în care este posibil, aceste recomandări sunt încorporate în programele pe care le dezvoltăm și în activitatea noastră.





Tipul stakeholderilor	Subiecte de interes	Acțiuni
Clienți	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produse (calitate, disponibilitate, siguranță, sortiment),</li> <li>• Prețuri accesibile,</li> <li>• Experiență de cumpărături</li> <li>• Educarea clienților</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dezvoltarea programului „Filieră”, proiect pe termen lung, în parteneriat cu producători din România</li> <li>• Strategia noastră Auchan 2022: Cultura Food</li> <li>• Distincția internațională Customers' Friend și statutul Customers' Friend - Superior Excellence</li> <li>• Programul „Farfuria lui Exarhu”</li> <li>• Programul de fidelitate „My CLUB”</li> </ul>
Angajați	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salarii și beneficii competitive</li> <li>• Loc de muncă etic</li> <li>• Forță de muncă diversă și incluzivă</li> <li>• Bunăstare și beneficii</li> <li>• Învățare, dezvoltare și creștere</li> <li>• Oportunități de carieră</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducerea în organigramă a poziției de Responsabil Employer Branding</li> <li>• Deschiderea Centrului de Excelență Auchan Refresh</li> <li>• Evenimentul „Săptămâna Conformității”</li> <li>• Programele de dezvoltare Auchan StarTalents</li> <li>• Programul de Sustenabilitate Personală</li> <li>• Barometrul de Angajament și Satisfacție al angajaților</li> </ul>
Furnizori de produse marcă proprie Auchan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Termeni și condiții de livrare</li> <li>• Condiții de plată</li> <li>• Etică și transparență</li> <li>• Cooperare în direcția inovării</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peste 85% furnizori din România</li> <li>• 1000 produse marcă proprie</li> <li>• Audituri regulate efectuate la furnizorii de produse de filieră Auchan</li> </ul>



Tipul stakeholderilor	Subiecte de interes	Acțiuni
<p>Producători/ fermieri locali</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Așteptările Auchan România în ceea ce privește volumele și calitatea produselor</li> <li>• Termeni și condiții de livrare</li> <li>• Condiții de plată</li> <li>• Etică și transparență</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementarea aplicației blockchain Filiere pentru anumite produse, ce asigură trasabilitatea completă a lanțului de aprovizionare, pe tot parcursul acestuia</li> <li>• Clubul Mărcilor Emblematice Românești</li> </ul>
<p>Autorități și administrații locale naționale și internaționale</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impozite</li> <li>• Raportarea conformității</li> <li>• Transparență</li> <li>• Etică</li> <li>• Securitatea și confidențialitatea datelor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redactare declarații financiare și nefinanciare</li> <li>• Plata taxelor și vărsămintelor</li> <li>• Redactarea Raportului de Sustenabilitate</li> </ul>
<p>Comunități locale și ONG-uri</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Angajament comunitar</li> <li>• Oportunități de angajare</li> <li>• Sponsorizări</li> <li>• Sustenabilitate</li> <li>• Impactul asupra mediului</li> <li>• Risipa alimentară</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1.3 M lei investiți în proiecte comunitare printre care: colaborarea cu Fundația FARA, Asociația „Aripi spre Viață”, Campania Morning Glory, Morning Glory, investim în Juniory, Campanie cu Asociația Banca pentru Colectarea și Distribuirea Alimentelor)</li> </ul>
<p>Media</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etică și transparență</li> <li>• Dialog deschis</li> <li>• Calitatea informațiilor</li> <li>• Colaborare</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicații corporative</li> <li>• Publicarea Rapoartelor de Sustenabilitate</li> <li>• Publicarea comunicatelor de presă</li> <li>• Participarea la evenimente și conferințe</li> </ul>



## Matricea de materialitate

În urma analizei de materialitate, cu ajutorul stakeholderilor implicați, am reușit să descoperim ariile de acțiune și să grupăm punctele în șase mari categorii, parte din acestea se regăsesc și în pilonii strategici ai Auchan România S.A.





# Teme materiale

## Mod de producție

---

- 1 Impactul ciclului de viață al produselor
- 2 Eliminarea plasticului
- 3 Impactul de carbon al produselor
- 4 Reducerea ambalajelor și zero deșeuri
- 5 Impactul produselor asupra mediului înconjurător

## Consum responsabil

---

- 6 Accesabilitate financiară pentru produse de calitate
- 7 Transparența și trasabilitatea produselor
- 8 Risipa alimentară
- 9 Produse sănătoase și calitate nutrițională
- 10 Substanțe controversate

## Guvernanță

---

- 11 Protecția datelor personale
- 12 Transformarea ofertelor
- 13 Realizarea strategiei CSR
- 14 Anti-corupție
- 15 Datoria și managementul riscului ESG

## Relații durabile

---

- 16 Relații durabile cu furnizorii

## Managementul magazinelor

---

- 17 Managementul apei
- 18 GES din transport și clădiri
- 19 Impact economic și social

## Angajator responsabil

---

- 20 Perspective de formare și dezvoltare
- 21 Egalitatea profesională femei/bărbați
- 22 Sănătate și siguranță
- 23 Anti-discriminare și diversitate în cadrul companiei
- 24 Condiții de muncă atractive și bunăstarea colaboratorilor



## Povestea noastră

- + 2.1 Viziunea și misiunea Auchan
- + 2.2 Valorile Auchan
- + 2.3 Guvernanța și managementul organizației
- + 2.4 Etică și bune practici în afaceri
- + 2.5 Managementul riscului
- + 2.6 Securitatea amplasamentelor
- + 2.7 Răspunsul la Covid-19
- + 2.8 Impact economic
- + 2.9 Obligațiile de raportare conform Regulamentului UE privind taxonomia
- + 2.10 Lanțul Valoric
- + 2.11 Relația cu furnizorii
- + 2.12 Premii, Grupuri și asocieri, certificări
- + 2.13 Mărcile proprii de destinație Auchan
- + 2.14 MyCLUB Auchan
- + 2.15 15 ani împreună
- + 2.16 Proiecte pentru viitor

**Auchan** | RETAIL  
ROMÂNIA





# Povestea noastră

## Auchan Retail

Auchan Retail s-a fondat în perioada 1960-1970, cu ambiția inițială de a oferi o gamă cât mai largă de produse unui număr cât mai mare de persoane. Această sferă de business, aceea care vizează comerțul cu amănuntul la scară largă, a fost însă puternic influențată de schimbări precum apariția tranzițiilor digitale, alimentare, de mediu și economice.

Pentru a putea fi prosper în acest mediu în perpetuu schimbare și pentru a facilita adaptarea la noile condiții, am fost nevoiți să ne regândim modelul și să ne structurăm angajamentele responsabile.

În acest context, în anul 2019, am lansat proiectul corporativ „Auchan 2022”, obiectivul acestuia fiind să se adapteze la noile provocări, la așteptările consumatorilor și ale societății prin măsurile luate iar direcțiile asumate să încurajeze o dezvoltare durabilă a businessului nostru.

Acest proiect ar trebui să permită să ne urmărim ambiția istorică de a îmbunătăți calitatea vieții oamenilor, Auchan fiind cunoscut drept un brand care simbolizează democratizarea consumului.

## Auchan România S.A. - Imaginea de Ansamblu



### BUSINESS

- 139 magazine
- 7.206.427.827 lei cifră afaceri (cu TVA)
- 113.084.662 clienți
- 314.124 clienți zilnici
- medie de 2.765.683 produse vândute zilnic



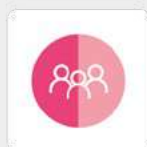
### PRODUSE SUSTENABILE

- 1000 produse marcă proprie alimentară
- 60% din gama locală de produse are logo Nutriscore pe ambalaj
- peste 100 de furnizori alimentari care livrează la nivel local



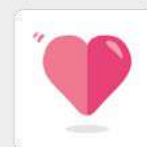
### MEDIU

- 100% ambalaje eco-friendly la gastronomie și take away
- 14.000 tone de deșuri colectate și reciclate
- transport de marfă 100% cu camioane cu motor de tip euro 5 și 6.



### ANGAJAȚI

- 53% femei în poziții de management
- 123.104 ore instruire angajați
- 8179 angajați

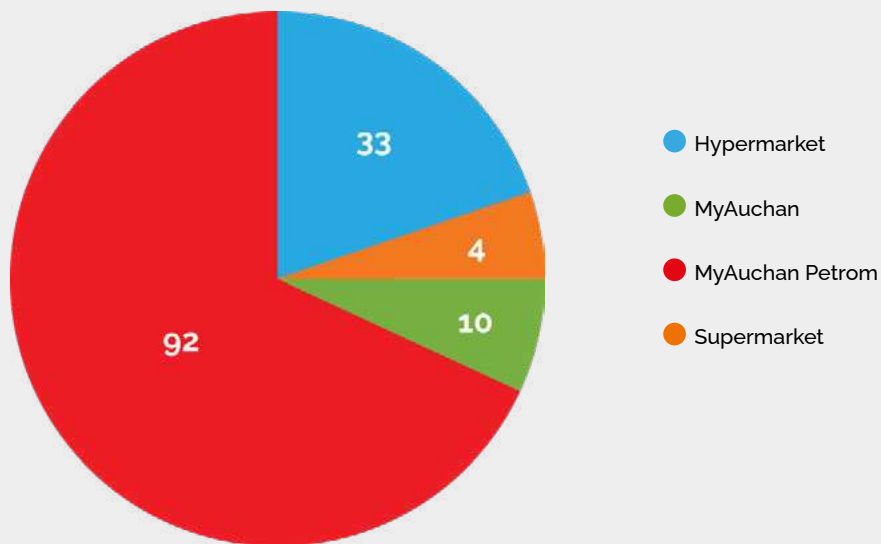


### SOCIETATE

- 1.324.121 lei investiți în proiecte sociale
- 42 proiecte sociale

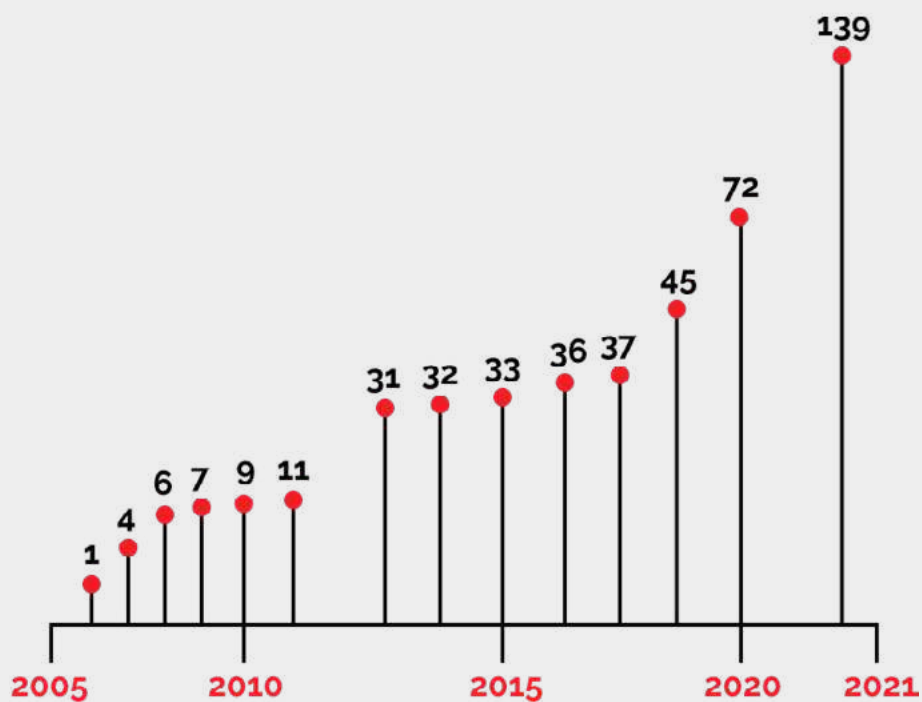


### Auchan România S.A. - Prezența noastră<sup>1</sup>



1. La 30 septembrie 2021

### Auchan România S.A. - Evoluția numărului de magazine<sup>2</sup>



2. Toate formatele: hipermarket, supermarket, MyAuchan, MyAuchan Petrom



# Viziunea și misiunea Auchan

Prioritățile și ideile noastre se regăsesc în felul în care gândim și ne dezvoltăm afacerea. Sănătatea și bunăstarea clienților, precum și nevoile alimentare

și preferințele acestora au reprezentat întotdeauna prioritățile noastre, de aceea ne dorim să oferim produse de cea mai înaltă calitate.

## Auchan România S.A. - Viziune



Dorim ca toți clienții Auchan să găsească în magazinele noastre o gamă largă de produse de **calitate**, care să le acopere toate nevoile și tipurile de alimentații.



Dorim ca produsele marcă proprie să reprezinte aproximativ **50%** din oferta noastră.

Continuăm să sprijinim producția locală, motiv pentru care peste **60%** din numărul de articole din gama de produse alimentare de marcă proprie sunt produse în România.



Dorim să oferim o experiență unică având un model de afaceri **omnicanal** care ne permite să fim la fel de prezenți online și offline prin servicii precum **Auchan Drive**, activ în **32** locații<sup>1</sup> și **Click&Collect**, activ în **34** locații.<sup>2</sup>



Dorim să contribuim la sănătatea și bunăstarea clienților. Din grijă pentru ei, am dezvoltat **Filierele Auchan**, proiecte pe termen lung, cu producători locali, atent selecționați, prin care creăm o ofertă unică și variată pentru clientul de astăzi: produse proaspete, de calitate, cultivate cu respect pentru mediu și oameni.



Dorim să oferim clienților noștri produsele gustoase și sănătoase. Astfel, **rețetele** pentru producția proprie Auchan de brutărie, patiserie, gastronomie trec printr-o transformare (mai puțină sare, ulei, zahăr). Sunt adaptate la nevoile clienților și țin cont de alimentații speciale precum reducerea zahărului (prăjituri fără zahăr adăugat).



Dorim să creăm legături și experiențe.

Pentru a răspunde tuturor clienților noștri:

- am dezvoltat aplicația Auchan pentru comenzi online
- am extins proiectul "Drive" în **32** supermarketuri
- am deschis un număr de **92** magazine **MyAuchan** în stațiile Petrom<sup>3</sup>.

1. 2. La finalul anului 2021.

3. La 30 Septembrie 2021



# Valorile Auchan

## Încredere

Este cheia pentru o relație de lucru efecace, plină de considerație și însemnătate. Într-o lume în continuă schimbare, încrederea ne determină să creăm relații de durată, zilnic.



## Exelență

A lucra la cele mai înalte standarde și a cultiva o gândire similară și în ceilalți. A fi pasionat de produsele, serviciile și relațiile noastre. Exelența ne ghidează, nu doar ne străduim să facem mai bine, ci ne dăm unii altora cel mai bun din ce există.



## Deschidere

Deschiderea este o stare de spirit care face diferența și face posibilă schimbarea. Curiozitatea, entuziasmul, abilitatea te motivează să schimbi fața viitoare a retailului care va schimba viața a 8 miliarde de locuitori ai acestei planete.





# Guvernanța și managementul organizației

La nivelul Auchan Retail au fost adoptate Reguli de Guvernanță și capacități de reprezentare, implementate și respectate de Auchan România S.A.

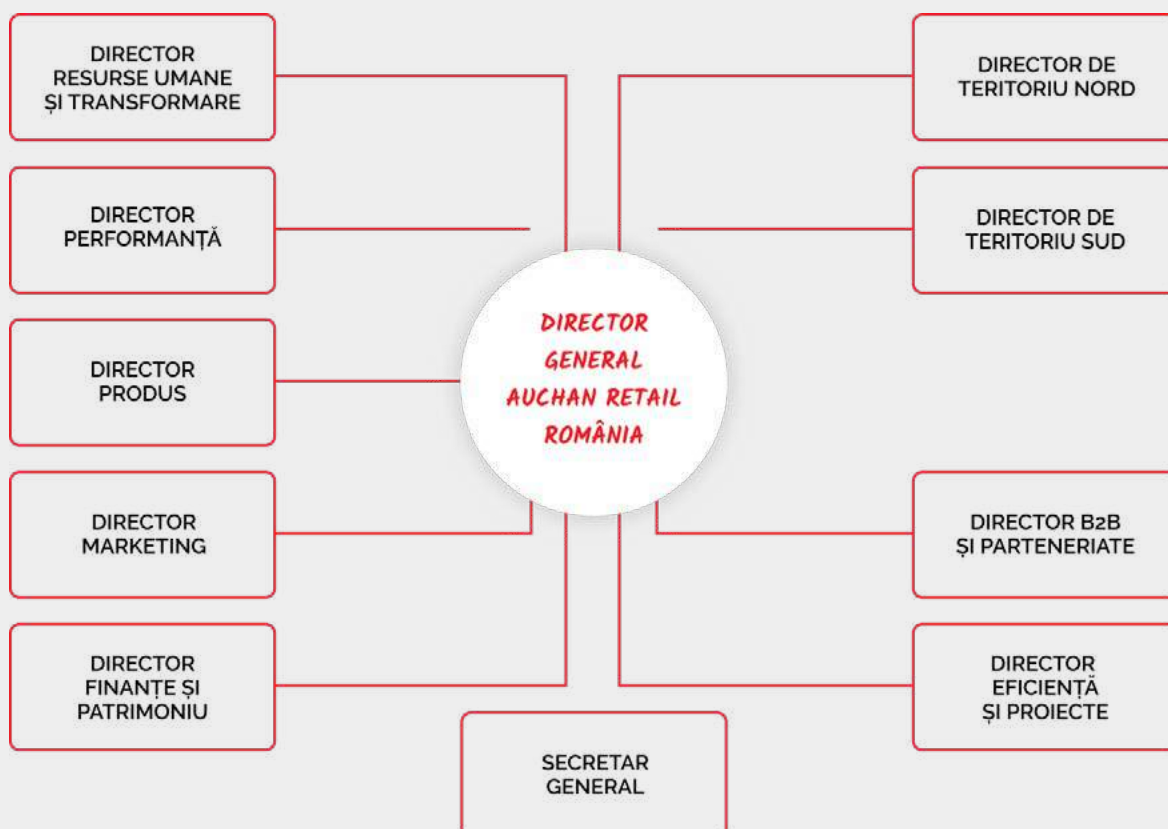
Regulile de Guvernanță setează în sarcina Consiliului de Administrație și a managementului executiv exercitarea unui ansamblu de atribuții și practici cu scopul de a asigura direcțiile strategice de acțiune, atingerea obiectivelor companiei, gestiunea riscurilor și utilizarea responsabilă a resurselor.

Conducerea operativă a societății este asigurată de Directorul General către care **Consiliul de Administrație** a delegat puteri de reprezentare și a autorizat subdelegarea a parte din respectivele puteri către directorii aflați în subordinea Directorului General.

Puterile de decizie și reprezentare, astfel sub delegate, trebuie să fie exercitate în deplină concordanță cu interesele Societății și cu Regulile de Guvernanță Corporativă și cu toate regulile, regulamentele, strategiile și politicile Societății, precum și cu prevederile legislației în vigoare.

Directorii aflați în subordinea Directorului General asigură cadrul, operațiunile și mecanismele de control în vederea atingerii obiectivelor societății, iau toate și oricare măsuri necesare în vederea implementării și respectării prevederilor legislative aplicabile ariei de activitate pe care fiecare dintre acestea o gestionează.

## Auchan România S.A. - Organizarea Direcțiunii Generale a companiei





# etică și bune practici în afaceri

În Auchan, considerăm etica o bază a dezvoltării oricărei relații de încredere și de lungă durată cu totalitatea clienților, angajaților, furnizorilor, autorităților și acționarilor.

Ne desfășurăm activitatea în conformitate cu valorile stabilite de Carta noastră etică, care este ghidul de valori al fiecărui angajat, indiferent de poziția sa. În completarea acesteia am elaborat și implementat alte două documente de guvernare în această sferă: Codul etic intern și Codul de etică comercială, cel din urmă fiind obligatoriu de semnat de fiecare partener de afaceri cu care lucrează Auchan\*.

De asemenea, am înființat și un Comitet de etică însărcinat cu punerea în aplicare a Cartei noastre de etică. Comitetul de Etică are un rol consultativ și non-executiv, asigurând supravegherea asupra respectării misiunii și valorilor Auchan Retail, în relațiile noastre față de colaboratori, partenerii de afaceri, mediul înconjurător, societate, dar și față de acționari, prin asigurarea perenității business-ului.

## Despre crearea Secretariatului General

În anul financiar încheiat, a fost creat Secretariatul General, un departament dedicat ambiției de a face din compania noastră un actor responsabil și recunoscut pentru angajamentul său societal.

Astfel, Secretariatul general reunește actorii cheie care asigură funcționarea corectă a firmei sub aceeași echipă și a le facilita colaborarea pentru o eficiență organizațională mai bună. Echipa Secretariatului General depune toate eforturile pentru a dezvolta cultura de integritate în toată compania, cu toți angajații săi. Prin crearea de proceduri și politici, facem cunoscute regulile și reglementările pentru toți angajații și ne asigurăm că sunt înțelese dar mai ales, respectate.

→ Pe parcursul anului 2021  
nu au existat incidente de  
conformitate cu legislația GDPR.



\*La 30 Septembrie 2021



## Arnaud Caulliez

Secretar General Auchan Retail România

Misiunea Auchan România este de a face ca produsele și serviciile sale, care sunt orientate către alimentația sănătoasă și sunt prietenoase cu mediul înconjurător, să fie dezirabile și accesibile pentru cât mai mulți oameni. Să ne facem bine treaba, să ne îndeplinim misiunea, înseamnă să o facem în mod responsabil, asigurându-ne că acțiunile noastre întruchipează și reflectă valorile pe care le purtăm: încredere, excelență și deschidere. Carta etică, codul de conduită și codul de etică comercială ale Auchan Retail sunt documentele de referință care definesc cadrul etic în care dorim să ne exercităm responsabilitatea față de toate părțile interesate. În martie 2021 m-am alăturat comitetului de conducere al Auchan România S.A. pentru a reuni și dezvolta în cadrul aceleiași echipe expertiza companiei care ne permite să asigurăm buna funcționare a companiei prin răspândirea unei culturi de integritate și responsabilitate. Această nouă organizație ne permite să accelerăm dezvoltarea expertizei și să facilităm colaborarea în cadrul organizației pentru un impact pozitiv mai mare, folosind trei pârgii principale de acțiune: formare, comunicare și control.

**În 2021, două proiecte majore au ilustrat profesionalismul și entuziasmul echipelor Secretariatului General de a întruchipa și disemina valorile noastre, cu ajutorul colegilor, către toate părțile interesate:**

- ♦ Implementarea proiectului de dezvoltare a competențelor personalului de securitate prin realizarea a peste 650 de evaluări de competențe, urmate de implementarea unui plan de formare de 15 module (35 de ore pentru fiecare membru al personalului de securitate).
- ♦ Animarea săptămânii de conformitate la care au participat peste 6100 de angajați (80% din forța de muncă) cu contribuția activă a comitetului de conducere și a întregii echipe de management ale Auchan România.



# Puncte cheie legate de etică și Conformitate

Ne angajăm să desfășurăm activitățile într-o manieră exemplară, în conformitate cu legile, reglementările în vigoare și cu principiile stabilite în Carta noastră etică.

De asemenea, ne angajăm să ne informăm și să ne formăm angajații pe aceste subiecte, în mod continuu, pentru a ne consolida angajamentul social în România.

Prin prisma acestui angajament, în perioada **01-05 Noiembrie 2021** am organizat la nivel de companie prima **săptămână a conformității** prin care am vizat:

- să dezvoltăm cunoștințele angajaților noștri pe teme de conformitate;
- să întărim „Tone from the top” și să ne împărtășim ambițiile;
- să reamintim rolul întreg colectivului Auchan în temele de conformitate;
- să sprijinim și totodată să consolidăm procedurile și bunele practici implementate la nivelul companiei.

## etică și conformitate - Puncte cheie

+ Codul de etică, ghidul nostru de valori, prevede și specificații clare care fac referire la sfera anti-coruupție.
+ Există, la nivel de companie, implementată o politică „speak-up”, care instituie un canal de alertă, prin care angajații, clienții sau furnizorii Auchan, sub protecția anonimatului, pot semnală orice incident sau comportament contrar cu legislația în vigoare sau cu cerințele cartei de etică.
+ Înainte de angajarea într-o relație cu un client sau terț este inițiat un proces de due-dilligence.
+ Toate contractele încheiate cu furnizorii conțin clauze anti-coruupție.
+ Există implementată o procedură de „Cadouri și invitații”, cât și o procedură de conflict de interese.
+ La nivel de companie există în curs de implementare „Codul de conduită anti-coruupție”, procesul de implementare urmând să fie finalizat în trimestrul al II-lea din 2022.





Departamentul de Compliance și Securitate Economică al Auchan România a fost creat în ianuarie 2020, cu misiunea de a răspunde unor obligații legale, în special cele ale legii franceze extrateritoriale Sapin 2. Crearea unui departament dedicat răspunde mai ales voinței Auchan Retail, dar și a Comitetului Director al Auchan România, de a face din compania noastră un actor responsabil și recunoscut pentru angajamentul său în societate.

Misiunile noastre sunt de două tipuri: preventive și curative. Acțiunile preventive pe care le desfășurăm țin de asigurarea respectării legislației și reglementărilor locale și internaționale. Astfel, mobilizăm și instruiem echipele, în special în ceea ce privește provocările legate de combaterea corupției și fraudei. Pentru a preveni acest lucru, recurgem de fiecare dată la verificarea integrității terților cu care lucrăm sau dorim să lucrăm.

Aceste verificări obligatorii, completate de o monitorizare de-a lungul întregii relații de afaceri, sunt proporționale cu situația fiecărei familii de terți și fac parte integrantă din procesul de referențiere.

Datorită implicării tuturor departamentelor și magazinelor companiei, începând din 2020 am verificat integritatea a 100% dintre terții cu care Auchan România S.A. colaborează.

Activitățile curative se referă la analizarea și rezolvarea rapoartelor privind încălcările etice. Incidentele ne sunt aduse la cunoștință de către denunțatori prin intermediul noului nostru instrument lansat în mai 2021, SpeakUp: <https://auchan.whispli.com/ro/speakup>

Angajamentul conducerii Auchan se materializează prin afirmarea principiului toleranței zero în materie de corupție, așa cum este clar formulat în codul etic al companiei.

Suntem mândri că am organizat în noiembrie 2021 prima acțiune „Compliance Week” locală (Săptămână a Conformității) din cadrul Auchan Retail, la care au participat peste 80% dintre angajații noștri. O mobilizare incredibilă în jurul unor subiecte diverse, precum etică și lupta împotriva corupției, care demonstrează că pentru managerii Auchan România și pentru toți angajații noștri, Compliance este treaba tuturor!



## Maelle Hamon

Director Compliance și Securitate Economică  
Auchan Retail România



# Cifre cheie ale Compliance Week (Săptămâna conformității)

**Săptămâna conformității** organizată între 01 și 05 Noiembrie 2021



**7737** salariați repartizați  
în **46** de echipe



**1461** vizualizări  
per articol



**80,32%** grad de  
răspuns la chestionare



**2** articole în topul tuturor  
timpurilor cu peste **2100**  
vizualizări



#### Mobilizare

- sediul central **90,36%**
- magazine **79,68%**
- platforme **69,51%**



O impresie generală foarte  
bună cu o notă de **4,65/5**  
după colectarea feedback-ului



# Managementul riscului

Un risc este un eveniment care, dacă este lăsat să se materializeze, ar putea avea un impact negativ asupra operațiunilor companiei noastre, împiedicând atingerea obiectivelor și totodată întreruperea activităților zilnice ale companiei.

Pentru a preîntâmpina astfel de evenimente, am implementat un program de management al riscului, iar scopul nostru principal este acela de a ne asigura că cele mai semnificative riscuri pentru compania noastră sunt identificate, evaluate și gestionate folosind cele mai eficiente metode.

Principalele obiective ale programului nostru de management al riscului sunt reducerea impactului și/sau probabilității apariției principalelor riscuri prin definirea și implementarea unui mecanism de identificare, analizare, evaluare și controlare/monitorizare a acestora.

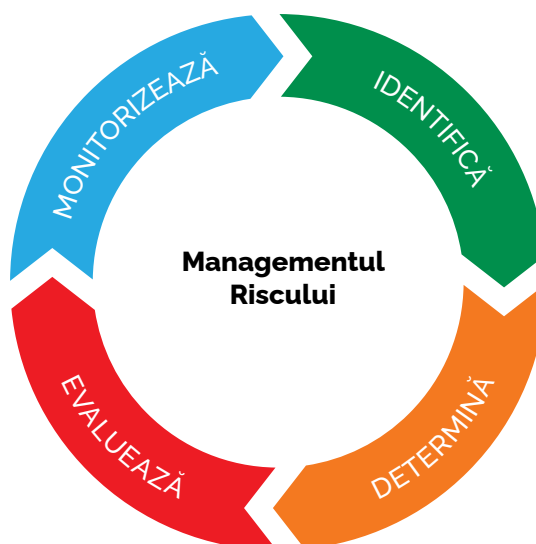
Pentru gestionarea acestui proces am înființat un departament special dedicat de Risc și Control Intern, a cărui activitate se axează pe gestionarea sistemului de control intern și pe cartografierea și gestionarea universului de riscuri identificate la nivel de companie.

În cadrul activităților de management al riscurilor, identificăm și gestionăm cu atenție toate riscurile:

- Strategice
- Operaționale
- Ale sistemelor de informare
- Financiare
- Conformitate legală

**Din punct de vedere al cartografierei riscurilor, acestea sunt împărțite în:**

- + RISCURI GENERALE
- + RISCURI DE FRAUDĂ ȘI CORUPȚIE
- + RISCURI CSR





# Securitatea amplasamentelor

Principala noastră preocupare este siguranța și securitatea clienților și a angajaților noștri, oferind un mediu sigur pe durata prezenței acestora la cumpărături, respectiv un loc de muncă în care să-și desfășoare activitatea în condiții de maximă siguranță.

În toate magazinele am implementat un set de măsuri menit să suplimenteze nivelul de securitate care să reducă riscul producerii unor evenimente cu un potențial impact negativ în privința clienților, angajaților și/sau integrității activelor Auchan.

## Menționăm parte din măsurile suplimentare implementate:

- ♦ În toate locațiile Auchan există încheiat un contract cu un furnizor extern de servicii de securitate;
- ♦ Toate magazinele Auchan sunt dotate cu sisteme de supraveghere (CCTV - camere de supraveghere cu circuit închis), sisteme/ alarme anti incendiu precum și cu sisteme autorizate anti efracție;
- ♦ Perimetrele spațiilor comerciale Auchan sunt securizate și constant supravegheate atât prin sistemele de monitorizare video cât și de personalul dedicat asigurării serviciilor de securitate;
- ♦ Rutele de evacuare în caz de potențiale incidente sunt clar delimitate în toate spațiile operate de Auchan pentru a facilita un proces de evacuare rapid și eficient;
- ♦ Toate magazinele Auchan sunt dotate cu echipamente de stingere a incendiilor (extinctoare, hidranți, sisteme automate de stingere a incendiilor de tip sprinkler);
- ♦ Spațiile operate de Auchan beneficiază de personal specializat în activități de evacuare și stingere a incendiilor.





# Răspunsul la COVID-19

De la începutul crizei de sănătate Covid-19, prioritatea noastră a fost siguranța și sănătatea angajaților și clienților noștri, prin urmare am implementat măsuri semnificative.

Atenția noastră a fost direcționată de la început furnizării de echipamente de protecție, asigurând astfel condiții de muncă sigure pentru angajații noștri și o experiență de cumpărături sigură pentru clienții noștri.

## Siguranța în magazine

Am implementat și urmărit respectarea unei serii de protocoale consolidate de dezinfectare și în continuare pe parcursul anului 2021 ne-am angrenat într-un proces de mentenanță al cărui principal scop a fost înlocuirea filtrelor de aer ale sistemelor de ventilație. Protocoalele noastre de dezinfectare vizează:

- cărucioare de cumpărături
- terminale de plată
- case de marcat automate
- benzi transportoare
- zone de înregistrare
- POS-uri

## Siguranța produselor

Siguranța produselor este una dintre preocupările noastre principale, inclusă în Carta Calității.

Conform cercetărilor noastre, atât în 2020 cât și în 2021, clienții noștri au acordat prioritate securității în favoarea celorlalte aspecte privind produsele și astfel am fost nevoiți să ne adaptăm acestor noi cerințe prin consolidarea unor serii de protocoale pentru angajații noștri (servicii de porționare pentru brânză, carne, mezeluri). Aceste măsuri suplimentare au oferit un grad sporit de securitate întregii activități de aprovizionare a clienților noștri care s-au bucurat în continuare de selecția noastră obișnuită de produse.





### Siguranța angajaților

Am continuat monitorizarea implementării și respectării protocoalelor de dezinfectare care asigură siguranța angajaților în contextul crizei sanitare Covid-19 și le-am oferit acestora posibilitatea de a alege să se vaccineze împotriva acestui nou virus prin intermediul unei campanii organizate la nivel de țară, organizată de autoritățile abilitate.

Am suspendat întâlnirile și conferințele, iar managerii de magazin au avut responsabilitatea suplimentară de a verifica dacă angajații sunt apti să își îndeplinească activitățile zilnice în siguranță (monitorizarea temperaturii sau a unor simptome asemănătoare răcelii).

Când revenirea la birou a fost posibilă, am implementat noi protocoale și reguli menite să vegheze asupra bunăstării tuturor: scanarea temperaturii corpului

la intrare, verificarea de două ori a temperaturii cu termometrul mobil pentru corp în cazul în care temperatura corpului depășește valorile normale.

Și pe parcursul anului 2021, angajații au fost încurajați să lucreze de acasă, sistemul hibrid de lucru dovedindu-se a fi foarte eficient.

Nu în ultimul rând, toate magazinele, depozitele și birourile gestionate de Auchan dețin certificarea Safe Guard care confirmă respectarea și implementarea corectă a celor mai bune practici de siguranță împotriva răspândirii COVID-19.

### Impact economic - Performanță economică

Cifra de afaceri netă		6.332.744.367 Lei
Producția vândută		82.753.956 Lei
Cheltuieli cu personalul		511.748.013 Lei
Cheltuieli cu impozite, taxe și vărsăminte asimilate		37.570.640 Lei
Venituri totale		6.336.784.970 Lei
Cheltuieli totale		6.217.838.793 Lei
Impozit pe profit		33.056.990 Lei
Profit net		85.275.770 Lei



# Obligațiile de raportare conform Regulamentului UE privind taxonomia

În urma adoptării Pactului Verde European, a apărut necesitatea de a avea criterii unitare privind raportarea activităților economice care pot fi considerate durabile din punct de vedere al mediului, criterii care să asigure creșterea transparenței și a coerenței clasificării acestor activități și limitarea riscului de dezinformare ecologică.

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,
- ♦ folosirea durabilă a apelor,
- ♦ protecția acestora și a resurselor marine,
- ♦ tranziția către o economie circulară,
- ♦ prevenirea și controlul poluării și protecția și refacerea biodiversității și a ecosistemelor.

Pentru moment, taxonomia este dezvoltată doar pentru primele două obiective de mediu din cele șase prezentate în Regulament. Din această perspectivă, Auchan Romania S.A. a analizat activitățile economice ale companiei cu scopul de a atesta dacă acestea sunt durabile din punct de vedere al mediului.

Acest demers a presupus identificarea activităților societății conform clasificărilor menționate în taxonomie, verificarea eligibilității acestora 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 dintre obiectivele de mediu și lipsa unui prejudiciu adus în mod semnificativ unuia dintre obiectivele de mediu.

Ca urmare a analizării cifrei de afaceri, imobilizărilor corporale și necorporale, precum și a cheltuielilor de exploatare din prisma activităților eligibile conform taxonomiei, am determinat ponderea activităților considerate sustenabile din totalul elementelor financiare.

## Cifra de afaceri

Pentru a determina procentul utilizat în determinarea cifrei de afaceri Green, analiza a fost efectuată la nivel centralizat pentru ELO Group. Ponderea veniturilor din activități eligibile, în sfera Auchan Retail a fost de 0.4%. La nivelul Auchan România S.A., pentru determinarea cifrei de afaceri Green aferentă anului 2021, am utilizat același procent ca și cel calculat de Auchan Retail. Valoarea totală a cifrei de afaceri în anul 2021 a fost de 6.332.744.367 lei, iar valoarea cifrei de afaceri Green a fost de 25.330.977 lei.

## Imobilizări corporale și necorporale

Cheltuielile de capital (CapEx) aferente activităților eligibile reprezintă achiziții de imobilizări pentru activități durabile care sunt eligibile pentru taxonomie, în special activități care:

- ♦ îmbunătățesc eficiența energetică (izolare, consum redus de apă), sau
- ♦ se referă la instrumente și dispozitive pentru măsurarea, reglarea și controlul performanței energetice a clădirilor (termostate, servicii de management al energiei, parasolare, etc.), sau tehnologii de energie regenerabilă (sisteme solare fotovoltaice, turbine eoliene etc.).

Ponderea din cheltuielile de capital legate de active asociate cu activități economice care se califică drept durabile din punct de vedere al mediului se prezintă după cum urmează:

- ♦ Clădiri: 19.468.687 lei (33% din total achiziții clădiri 2021);
- ♦ Echipamente: 13.076.161 lei (21% din total achiziții echipamente 2021);



### Cheltuieli de exploatare

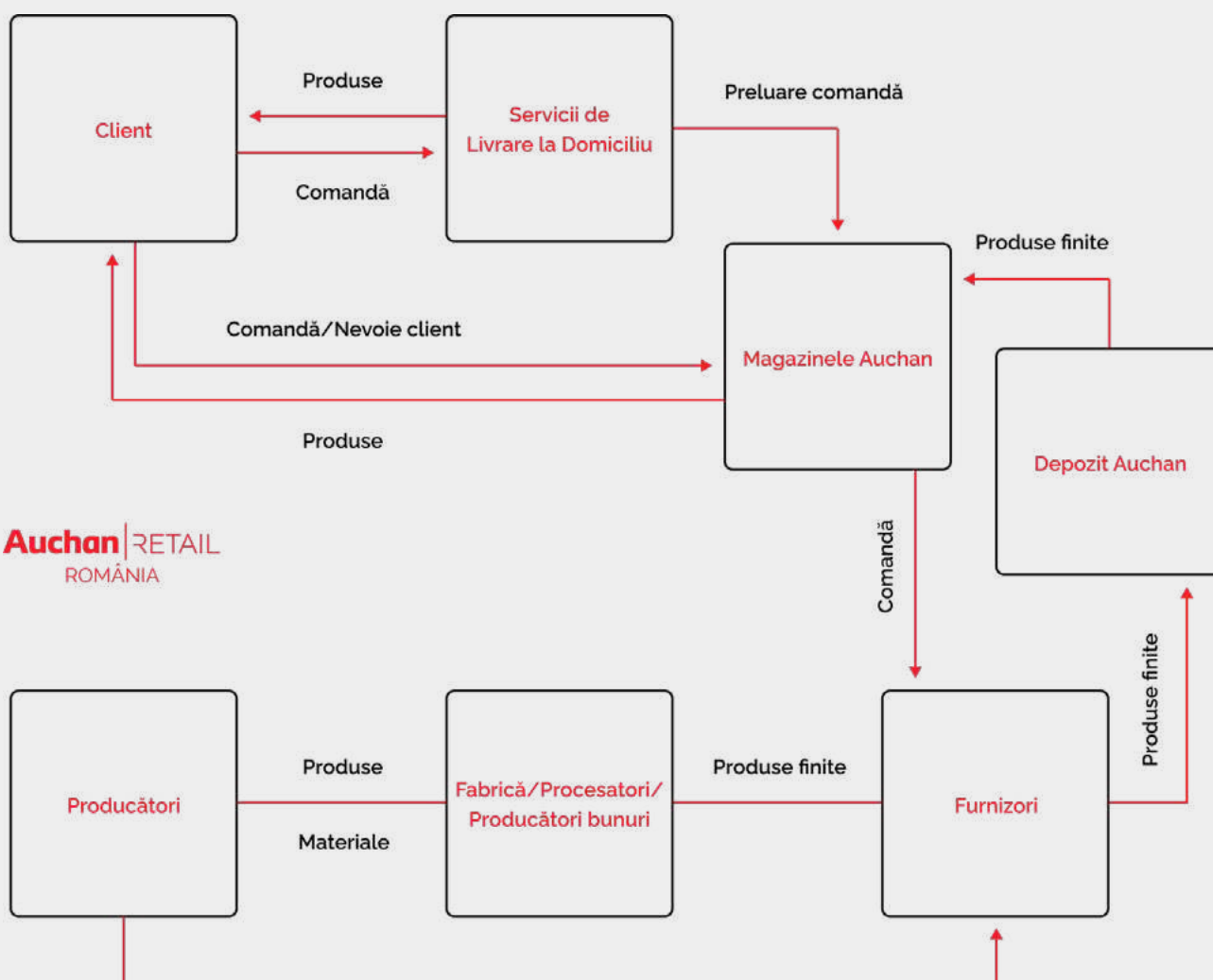
Cheltuielile de exploatare (OpEx) se referă la cheltuielile de capital „eligibile” (CapEx) în sensul taxonomiei. Ponderea din cheltuielile de exploatare legate de procese asociate cu activități economice care se califică drept durabile din punct de vedere al mediului este de 1% din totalul altor cheltuieli executate de terți. Valoarea este de 1.809.423 lei și reprezintă costuri cu deșeuri organice (biodegradabile).

Datele financiare utilizate pentru calcularea ratelor au fost preluate din situațiile financiare întocmite pentru anul încheiat la 31 decembrie 2021. Prin urmare, valoarea cifrei de afaceri, a cheltuielilor de capital și de exploatare se reconciliază cu situațiile financiare.

### Lanțul valoric

Ne desfășurăm activitatea pe un model de afaceri “figital” care ne asigură prezența atât online, cât și fizic, motiv pentru care clienții noștri pot combina diferite metode în funcție de preferințele lor: se pot bucura de o experiență tradițională de cumpărături alimentare sau pot avea parte de o experiență online completă prin plasarea comenzii pe platforme digitale, cu livrare la ușă sau cu ridicare a alimentelor din magazin și de la punctele Drive din magazine.

### Lanțul valoric







Suntem, de asemenea, prezenți pe diferite platforme precum Glovo și Takeaway.

În plus, în 2021 am devenit parteneri în platforma online de personal shopping cu livrare rapidă, FAN Delivery, cu peste 7.000 de produse. Prin intermediul platformei, clienții au acces la o gamă diversificată de produse - de la cosmetice la produse farmaceutice, flori, papetărie, cărți sau produse de supermarket. Până la finalul anului

2021, toate comenzile au beneficiat de transport cu cost unic: 1 RON.

În total, la 30 septembrie 2021, am avut o prezență fizică în România de 92 de magazine Petrom, 10 magazine de proximitate, 4 supermarketuri și 33 de hipermarketuri. În continuare lucrăm la proiectul nostru de a ne extinde marca MyAuchan în aproximativ 400 de stații Petrom.





# Relația cu furnizorii

Auchan are ca ambiție istorică să îmbunătățească calitatea vieții oamenilor și de a se distinge prin promovarea a ceea ce este bun, sănătos și local.

Pentru a nu ne pierde valorile de încredere și excelență în fața clienților noștri, avem în vedere următorul proces când vine vorba de selectarea viitorilor noștri colaboratori:



Angajații noștri interacționează în permanență cu terțe părți din afara Auchan, fie că este vorba de furnizori, clienți sau parteneri etc. Suntem organizați în așa fel încât fiecare, în activitatea sa, să se poată asigura că aceste terțe părți nu reprezintă riscuri în contextul unei colaborări potențiale sau existente. De exemplu, fiecare trebuie să ia toate măsurile posibile pentru a preveni riscul de fraudă și corupție. În acest scop, efectuăm verificări de integritate asupra terților, la nivelul 1 de către echipele de achiziții și magazine, iar la nivelul 2 de către echipa de compliance și securitate economică. Aceste măsuri au fost puse în aplicare atât pentru a respecta legislația Sapin 2 în vigoare, cât și pentru a îmbunătăți performanța și securitatea companiei.

Mai mult, acest proces se aplică și la mărcile proprii, unde sunt desfășurate suplimentar și audituri (sociale/ de calitate etc.) pentru a asigura clienților noștri produse atât calitative, cât și din punct de vedere etic.

Asigurăm o certificare geografică a produselor noastre și ne adaptăm rețetele în funcție de locația magazinului, pentru a răspunde cât mai bine nevoilor clienților din diferite zone ale țării.

Audităm furnizorii și producătorii locali care furnizează ingrediente pentru producția proprie, aceștia trebuind să îndeplinească cel mai înalt standard posibil în ceea ce privește calitatea și angajamentele sociale, prevăzute în Codul Etic.



## Andrei Bucse

Reprezentant Dry Fruits Transilvania SRL, producător local

**Faptul că suntem parte din marea familie a furnizorilor de marcă proprie Auchan reprezintă cinste, onoare și obligația permanentă de a furniza doar produse care respectă principiile noastre de bază: calitate, siguranță, sănătate.**

**Prin colaborarea noastră, formăm o punte solidă de legătură între miile de furnizori locali din România, care au posibilitatea de a-și valorifica roadele muncii lor, la prețuri corecte, competitive și consumatorii finali ai produselor marca Auchan care aleg să achiziționeze produse autohtone românești.**

**Suntem permanent conectați la valorile noastre comune pentru ca produsele realizate de noi să fie reprezentative pentru marca Auchan și să fie regăsite în cât mai multe coșuri de cumpărături, satisfăcând alegerea făcută.**

**Susținem un stil de viață sănătos, de aceea toate produsele oferite sunt naturale, selecționate cu grijă, atenție și răbdare de către personalul nostru, astfel sprijinind și o mică comunitate.**



Toți partenerii Auchan trebuie să adere la Codul nostru de etică comercială, iar produsele lor trebuie să respecte principiile stabilite în Carta de calitate.

Ne încurajăm furnizorii să adopte practici sustenabile în operațiunile lor, motiv pentru care am proiectat în 2020 și am început implementarea în 2021 a unei aplicații blockchain pentru anumite produse de filieră, ce asigură trasabilitatea completă a lanțului de aprovizionare, pe tot parcursul acestuia.

Ca exemplu, apa de izvor Auchan este o noutate pe piața locală, ea beneficiind de un cod QR ce permite clienților să urmărească trasabilitatea produsului nostru de la producere până în magazin.

În momentul de față există cinci coduri QR diferite pentru Apa de izvor Auchan, fiecare cod bazându-se pe o dimensiune de sticlă.



→ În 2021, erau dezvoltate **24 de filiere Auchan**, producția locală incluzând printre altele și legume și fructe.





# Premii

Ca și în anii trecuți, eforturile noastre în domeniul sustenabilității au fost recunoscute de către comunitate prin premii importante.

## Business Review Awards

Proiectul „Unitățile de Suport Medical – Bucureștii Noi și Cluj Sala Polivalentă” a devenit finalist în **top 5** la categoria Best CSR Initiative.

## Ediția 3 Community Index

Suntem onorați să primim **patru distincții de argint** pentru investițiile alocate în ultimul an în protecția mediului, sprijinirea persoanelor defavorizate și sănătate. Astfel, au fost recunoscute și premiate cu medalii de argint programul „Zero Risipă”, campania de strângere de fonduri „Castorul Titi”, campania de colectare și reciclare a uleiului alimentar uzat și „Unitățile de Asistență Medicală - Bucureștii Noi și Cluj Sala Polivalentă”.

## Gala Premiilor CSR din România

Am obținut **locul 1** la categoria „Sănătate” pentru proiectul „Unitățile de Suport Medical - Bucureștii Noi și Cluj Sala Polivalentă” și **Mențiune** la categoria Mediu pentru proiectul „Zero Risipă”.





## Grupuri și Asocieri

### Auchan face parte din următoarele asociații/grupuri:

#### PRIN CADRUL AUCHAN RETAIL

- UN Global Compact
- The Fashion Pact
- European Plastic Pact

#### PRIN CADRUL AUCHAN ROMÂNIA S.A.

- AMRCR - Asociația Marilor Rețele Comerciale din România
- Asociația Retailerilor pentru Mediu
- CCIFER - Camera Franceză de Comerț și Industrie în România
- AmCham - Camera Americană de Comerț în România
- FIC – Forumul Investitorilor Străini;
- FBAR - Federația Băncilor pentru Alimente din România



Două dintre produsele din gama Cosmia Bio, marcă exclusivă Auchan dedicată frumuseții, igienei și îngrijirii corporale, au fost desemnate câștigătoare în cadrul competiției Votat Produsul Anului 2021, în categoria Îngrijirea corpului – produse bio.

Votat Produsul Anului este un concept internațional care premiază produsele inovative, activând în prezent în peste 40 de țări. Studiul din acest an a fost realizat online, de Exact Business Solutions, pe 23 de categorii.

## Certificări

În anul 2021 am finalizat procesul de obținere a certificării Safe Guard, realizată de către Bureau Veritas. Certificarea obținută confirmă respectarea și implementarea corectă a celor mai bune practici de siguranță împotriva răspândirii COVID-19 în toate spațiile gestionate de către companie.

Astfel, hipermarketurile și supermarketurile Auchan, magazinele de proximitate MyAuchan, sediul central, spațiile de birouri ale angajaților din magazine, precum și depozitele proprii au fost etichetate Safe Guard, fiind marcate ca spații sigure pentru cumpărături.

**„Încă de la începutul pandemiei, siguranța clienților și a angajaților a fost prioritară pentru noi.**

**Ne-am adaptat constant tuturor reglementărilor și am extins permanent planul de măsuri de protecție pentru a-i proteja cât mai bine pe cei care trec zi de zi pragul magazinelor noastre.**

**Aceste măsuri, confirmate acum și prin prisma unei verificări complexe și riguroase, vor continua să fie implementate în spațiile noastre, pentru ca fiecare client să se poată bucura de cumpărături în siguranță.”**



**Tiberiu Dănețiu**

Director Marketing Auchan Retail România

## Povestea noastră

Mărcile proprii de destinație Auchan



În urma unui amplu proces de cercetare și verificare, organizația ICERTIAS (International Certification Association) a acordat companiei noastre distincția internațională Customers' Friend și statutul Customers' Friend - Superior Excellence, confirmând astfel implementarea și respectarea celor mai bune practici în relația cu clienții.

Această recunoaștere reprezintă încununarea celor 15 ani în care fiecare angajat a dat tot ce a avut mai bun, exercitându-și rolul în propriul departament. Indiferent că activează în magazine, platforme sau servicii centrale, fiecare dintre angajați a contribuit la construirea reputației companiei, la comunicarea cu clienții, la realizarea experienței client și la consolidarea încrederii clienților noștri în Auchan.



## Mărcile proprii de destinație Auchan

**Inextenso**

**Qilive**

**âctuel**  
by Auchan

 **gardenstar**

**cosmia**

cosmia  
**bio**  
by Auchan

**CUP'S**

**Airport**  
Travel design 

**ONE  
TWO  
FUN**



## MyCLUB Auchan

În anul 2021 am lansat MyCLUB Auchan, un program de fidelitate tip club cu multiple avantaje pentru clienți, printre care reduceri pe loc la cumpărături, bonusuri acumulate pe card, oferte personalizate și puncte de fidelitate care dau acces la o serie de avantaje și experiențe.

Înscrierea în club se realizează prin intermediul unui card de fidelitate care poate fi obținut atât în format digital, din aplicația Auchan sau de pe auchan.ro, cât și în format fizic, direct din magazine, de la casele de marcat sau de la Serviciul Clienți.

Programul MyCLUB Auchan este un program care oferă utilizatorilor o combinație unică de avantaje și experiențe: reduceri pe loc la o selecție de produse aflate în oferta săptămânală, posibilitatea de a acumula bonusuri pe card care pot fi consumate în funcție de preferințele clienților, cât și puncte de fidelitate pentru fiecare tranzacție în magazine sau online.

De asemenea, în MyCLUB Auchan clienții pot opta să primească oferte personalizate, în funcție de obiceiurile lor de achiziție și de preferințele de consum.







**De 15 ani, preocuparea noastră a fost aceea de a le oferi clienților game de produse largi și atent selecționate, toate prețurile mici și un excelent confort la cumpărături. Mulțumită programului de fidelitate pe care îl lansăm astăzi și integrând toate progresele pe care le-am făcut în ultimul timp în zona digitală și de experiență la cumpărare, trecem la nivelul următor.**

- În inima MyCLUB Auchan este clientul nostru, pe el vrem să îl răsplătim, să îl încântăm, să îi oferim experiențe deosebite, să îl implicăm, împreună cu el vrem să construim diverse programe și acțiuni.
- Indiferent unde își fac cumpărăturile – în magazine sau online, indiferent că locuiesc într-un oraș cu prezență Auchan sau nu, românii înscriși în club, care își folosesc cardul la cumpărături, au acces la o serie de reduceri importante, oferte personalizate, produse exclusive, servicii și experiențe.
- Le propunem un program de fidelitate omnicanal, simplu de folosit, în care câștigul se adună la ei.



**Tiberiu Dănețiu**

Director Marketing Auchan Retail România

*Povestea noastră*  
15 ani împreună





# 15 ani împreună

Reușitele acestor 15 ani în care ne-am atins obiective și am performat alături de angajați, parteneri, clienți ne bucură și ne determină să continuăm să avem un impact pozitiv asupra stakeholderilor noștri.

În 2006 am inaugurat, cu emoție, primul magazin Auchan din România și am început o poveste de succes pentru industria de retail din România. Împreună cu angajații noștri am reușit să construim prin dedicare și pasiune o companie responsabilă, iar misiunea, valorile și principiile noastre de etică ne-au ghidat dezvoltarea ulterioară.

Am pornit la drum cu dorința de a ne implica activ în comunitate și de a îmbunătăți calitatea vieții clienților, colegilor și a partenerilor noștri. Am dezvoltat numeroase proiecte cu impact pozitiv, contribuind la dezvoltarea sănătoasă a comunităților.

Calitatea, siguranța, diversitatea și prospețimea oferite de producătorii locali prin programul "Filieră", în parteneriat cu producători locali, atent selecționați, dar și ofertele, responsabilitatea, fidelitatea și inovația la care lucrăm în permanență sunt realizări cu care ne mândrim, iar atenția acordată fiecărui detaliu rămâne un element de bază pentru viziunea noastră pentru viitor!



## 15 ANI DE TRANSFORMĂRI ÎN AUCHAN ROMÂNIA



### 2020

Preluarea celor 400 de stații Petrom. Lansarea unui nou proiect de companie, Auchan 2022: Cultura Food. Implementarea Nutriscore. Dezvoltarea de filiere și parteneriate locale. Lansarea brandului de angajator, cu promisiunea „Te bucuri de viață”

### 2018

Începe un proces susținut de digitalizare și comerț online

### 2017

Semnarea parteneriatului cu Petrom. Lansarea formatului MyAuchan, cu un prim magazin deschis în cadrul stației Petrom Militari din București

### 2013

Preluarea a 20 de Hipermarket-uri Real

### 2006

Deschiderea primului Hipermarket Auchan românesc, în Titan



**Ioana Toșa**

Membru Direcțiune Generală

Îmi place la Auchan deoarece aici este locul unde am fost mereu încurajată să contribui cu idei și propuneri, mi s-a permis să învăț din propriile greșeli.

La Auchan am învățat că dincolo de produse, prețuri și servicii, comerțul este despre emoție, experiență trăită și responsabilitate, este despre noi, oamenii.



**Liviu Istrate**

Angajat Auchan Pitești Bradu

Am ales să rămân la Auchan pentru că aici m-am dezvoltat și am reușit să cresc profesional.

Cea mai mare provocare de până acum a fost preluarea postului pe care îl ocup acum. Mai multe responsabilități, dar, în același timp, mai multe lucruri ce pot fi învățate.



**Alina Istrate**

Angajat Auchan București Pallady

Anul acesta sărbătorim, alături de companie, 15 ani de când fac parte din marea familie Auchan. Sunt bucuroasă că zi de zi pot să fac ceea ce îmi place, în cadrul unei echipe unite.



**Mihai Abutnăriței**

Angajat Auchan București Drumul Taberei

În 2014, m-am alăturat echipei Auchan, inițial în calitate de ambalator la Panificație, iar din 2019 lucrez part-time și pe postul de casier pentru că cel mai mult îmi place la meseria mea interacțiunea cu clienții.



**Maria Țuțui**

Angajat Auchan Suceava

De când sunt în Auchan am învățat că orice provocare este o cale spre succes.

Recomand Auchan ca angajator pentru că te învață să trăiești ca într-o mare familie, să crești, să te dezvolți, să fii creativ, să fii fericit.



**Liviu Bogdan**

Angajat Auchan Servicii Centrale

Am ales Auchan pentru că mi-a fost recomandat ca angajator, iar acum și eu recomand compania pentru atmosfera din cadrul echipelor și nu numai.

Pot spune că Auchan mi-a schimbat viața deoarece mi-a oferit stabilitate și siguranță să îmi pot îndeplini și planurile din viața personală.



**Mihaela Bucur**

Angajat Auchan Servicii Centrale

Am ales să fac parte din această echipă pentru că aici întâmpin provocări care mă fac să-mi depășesc limitele și, totodată, simt că ne ghidăm cu toții după aceleași valori și principii.

Astfel, am reușit să creștem împreună și să bifăm nenumărate realizări, iar în timp mi-am dat seama că aici m-am ales cu o a doua familie.



**Constantin Buznea**

Angajat Auchan Cluj

În fiecare zi mă gândesc cum pot fi mai bun în ceea ce fac, iar asta mă motivează.

Auchan mi-a schimbat viața, în primul rând pentru că a contribuit la maturizarea mea profesională. Azi consider că am mai multă încredere în mine și am învățat că dacă îți propui ceva cu adevărat -REUȘEȘTI.



**Valentina Constantin**

Angajat Auchan București Cotroceni

Cea mai mare realizare a mea de până acum a fost câștigarea concursului Best Artist România. În urma acestuia, am avut parte de cea mai frumoasă experiență și, totodată cea mai mare provocare profesională de până acum: participarea, în 2018, la concursul „Best Artist Auchan Retail” organizat la Lille, în Franța. Cei aproape 10 ani de când fac parte din echipă mi-au demonstrat că visele chiar pot deveni realitate.



**Paul Safciu**

Angajat Auchan București Berceni

Îmi desfășor munca zi de zi cu exigență, deschidere și corectitudine față de colegi și clienți. În fiecare zi încerc să mă autodepășesc și să răspund prompt chiar și celor mai inedite cereri.

Mă bucur că la Auchan pot să-mi practic meseria în condiții optime, cu ajutorul utilajelor corespunzătoare.



**Eliza Cojoacă**

Angajat Auchan Timișoara Nord

Cea mai frumoasă experiență am trăit-o atunci când s-a deschis magazinul Auchan Craiova, în 2011.

Nu voi uita emoțiile deschiderii și senzația de a te mândri în fața clienților, prietenilor și familiei, cu munca depusă într-o vară.



**Ionela Barbu**

Angajat Auchan București Militari

Cea mai mare realizare a mea de până acum a fost promovarea în funcția de Șef Echipă, poziție pe care am ajuns să o ocup în urma unei evoluții treptate, primul meu job în Auchan fiind de ambalator.

Recomand Auchan pentru că este o companie responsabilă și oferă angajaților oportunități de dezvoltare.



**Mădălina Mălinaș**

Angajat Auchan Cluj Iulius Mall

Auchan mi-a schimbat viața pentru că este locul în care am învățat că ambiția și motivația mă vor ajuta mereu.

Mă motivează rezultatele, zâmbesc în fiecare zi, iar aici am descoperit că dacă faci ceea ce îți place, vei reuși.

Sunt de 8 ani în companie pentru că aici mă simt ca acasă.



**Paul Pantea**

Angajat Auchan Timișoara Sud

Ca manager îmi place să fiu mereu cel mai bun exemplu nu doar pentru echipă, ci și pentru persoanele din jur.

Cea mai mare provocare profesională de până acum a fost acceptarea unui proiect complet diferit, în paralel cu ceea ce făceam în acel moment.



**Iulian Cozma**

Angajat Auchan Servicii Centrale

Îmi place să lucrez la Auchan pentru că este o companie puternică, într-o continuă dezvoltare și îmi oferă șansa de a evolua profesional.

Aș recomanda Auchan oricui își dorește să activeze într-o companie care construiește o cultură organizațională sănătoasă și este orientată către rezultate.



# Proiecte pentru viitor

Ne modernizăm infrastructura pentru a răspunde cât mai bine nevoilor clienților de azi și a susține ambițiile de dezvoltare ale companiei.

Localismul și prospețimea se află în centrul strategiei noastre. Astfel, Auchan România și-a întărit operațiunile prin deschiderea celui de-al doilea campus logistic în România, Campusul Călan.

Acest nou centru logistic deservește magazinele din Nord-Vestul țării, care reprezintă peste 30% din totalul volumelor gestionate de platformele logistice. Locația Călan - Hunedoara este una strategică din mai multe perspective. În primul rând această locație ne permite să reducem semnificativ numărul kilometrilor parcurși pentru a aproviziona magazinele noastre din Nord-Vestul țării, având o contribuție reală la reducerea amprentei de carbon.

Un alt motiv important pentru care am ales această locație a fost faptul că ne dorim să creăm valoare și pentru comunitățile în care ne desfășurăm activitatea. Prin această investiție vom crea peste 150 de locuri de muncă în zonă acoperind astfel o nevoie a populației locale.

De asemenea, nevoia noastră de a dezvolta proiectul derulat alături de partenerul nostru, Petrom, a contribuit la dezvoltarea acestui centru logistic. Astăzi, magazinele Petrom și MyAuchan Petrom din zona de Nord Vest sunt deservite de o platformă logistică situată la Băcia, care se află la doar 8 km de Călan, iar acest campus ne va permite să mutualizăm activitățile într-o singură locație.

Nu în ultimul rând, echipa de la Deva, care a reușit să acumuleze foarte multă experiență în logistică și să ofere magazinelor servicii performante, este elementul definitoriu în reușita unui astfel de proiect.

## Avantajele Campusului Logistic Regional:

### NIVELUL DE SERVICIU

- Îmbunătățirea nivelului de serviciu logistic pentru magazine
- Reducerea timpului total de aprovizionare
- Optimizarea transportului
- Prospețimea produselor
- Diversificarea activității logistice pe zona N-V

### SUSTENABILITATE

- Reducerea emisiilor de carbon
- Clădire cu o clasă A de eficiență energetică
- Energie regenerabilă în viitorul apropiat (panouri fotovoltaice)

### SUSȚINE DEZVOLTAREA

- Multi format
- Include fluxuri noi
- Structură care permite extensie viitoare
- Mutualizarea stocului
- Contribuie la economia locală

### ÎMBUNĂTĂȚIRI CONTINUE

- Simplificarea gestiunii activităților interne
- Implementarea sistemului de avizare
- Gestiune eficientă a ambalajelor
- Optimizarea proceselor logistice



**Suntem o companie în continuă dezvoltare, căutăm să creștem capacitatea noastră logistică pentru a susține noi deschideri de magazine, ne concentrăm pe îmbunătățirea nivelului de disponibilitate a produselor noastre, în toate punctele de contact și lucrăm să reducem amprenta de carbon în urma activităților logistice. Acestea sunt doar câteva dintre motivațiile pentru care am decis să deschidem un nou Campus logistic.**

**Beneficiile așteptate în urma implementării proiectului sunt multiple:**

- ✦ Suficient spațiu logistic pentru a crește numărul de magazine deservite de platformele logistice
- ✦ Îmbunătățirea nivelului de serviciu oferit clienților din zona de Nord-Vest a României
- ✦ Creșterea gradului de prosepțime a stocului atât pentru produse ultra proaspete cât și pentru produse industriale
- ✦ Reducerea nivelului emisiilor de CO2 prin scurtarea rutelor de aprovizionare.



**Teodor Șerban**

Director Eficiență și Proiecte Auchan Retail România



# Strategia de sustenabilitate

+ 3.1 Strategia de sustenabilitate Auchan





# Strategia de sustenabilitate Auchan Retail

Extinderea și punerea în aplicare a politicilor noastre de dezvoltare durabilă reprezintă priorități la nivelul Auchan Retail dar și local, fiind totodată un imperativ pentru succesul nostru.

Scopul nostru este de a permite companiei noastre, care este sinonimă cu democratizarea consumului, să-și urmărească ambiția istorică - aceea de a îmbunătăți calitatea vieții oamenilor.

Auchan Retail s-a alăturat Pactului Global al ONU pe 21 Septembrie, 2016.

Prioritățile noastre în materie de responsabilitate socială corporativă și sustenabilitate sunt aliniate obiectivelor de dezvoltare durabilă ale ONU. Promovăm un stil de viață sănătos și luptăm împotriva risipei alimentare, luptăm împotriva poluării cu plastic, luăm măsuri pentru a ne reduce amprenta de carbon și promovăm angajamentele sociale și societale.

## Această ambiție se reflectă în doi piloni strategici:

- Să fim actorul de referință pentru ceea ce este bun, sănătos și local prin selecția și conceperea unei oferte unice.
- Să creăm relații și experiențe pentru a îmbunătăți calitatea vieții locuitorilor.

## Pilonii strategiei de CSR și sustenabilitate





- În 2021 am extins proiectul nostru „Zero Risipă” și în cele 14 magazine de proximitate (supermarketuri și MyAuchan) și am integrat algoritmi de Inteligență Artificială în proiect pentru toate cele 47 de magazine Auchan din țară.
- Și în anul 2021 am continuat să încurajăm donațiile de alimente prin parteneriatul nostru cu „Banca pentru Colectarea și Distribuirea Alimentelor”.



- Ambalajele produselor „gastro” Auchan (gama proprie) sunt acum în proporție de 100% „Eco Friendly”.
- 100% pungi biodegradabile în raionul de fructe și legume.



- În ianuarie 2021 a fost lansat proiectul „O nouă viață”, axat pe economia circulară a textilelor. Până la finalul anului au fost deschise 12 shop-in-shop-uri în magazinele din toată țara.
- În plus, proiectul de colectare și reciclare a textilelor, inițiat în 2020 a continuat și pe parcursul anului 2021. Scopul proiectului este de a reduce poluarea textilă prin reciclare sau donarea produselor textile către Crucea Roșie.
- Am continuat colectarea și reciclarea uleiului uzat, prin intermediul proiectului demarat în parteneriat cu Aqua Carpatica și Fairy, colectându-se astfel peste 220.000 de litri de ulei în 2021.
- În anul 2021 toți furnizorii noștri de marfă folosesc în flotele lor doar vehicule care îndeplinesc standardul Euro 5 sau Euro 6.
- În cadrul proiectului „Zero Risipă” am salvat de la risipire 4.212 tone de CO<sub>2</sub>.



- În 2021 am investit în dotarea și amenajarea sălii de mese din incinta noului internat al Liceului Tehnologic Special pentru Deficienți de Auz din Cluj-Napoca.
- Pe parcursul anului 2021 am continuat colaborarea noastră cu Fundația FARA al cărei scop principal este acela de a combate sărăcia prin educație. În acest sens, din donații a fost strânsă o sumă care depășește pragul de 300.000 LEI.
- Sprijinim un număr de 42 de proiecte sociale.



**Auchan** | RETAIL  
ROMÂNIA

# Promovarea unei alimentații sănătoase și *combaterea risipei alimentare*

- + 4.1 Produsele și serviciile noastre
- + 4.2 Educarea clienților și angajaților



# Promovarea unei alimentații sănătoase și combaterea risipei alimentare

Risipa alimentară este o problemă semnificativă în zilele noastre, studiile arătând că aproximativ o treime din alimentele produse în lume sunt transformate în deșeuri.

Risipa alimentară este responsabilă pentru 8% din emisiile de gaze cu efect de seră (GES) ale lumii, potrivit cercetării efectuate de Organizația Națiunilor Unite pentru Alimentație și Agricultură.

Acesta este motivul pentru care lupta împotriva risipei de alimente este o componentă strategică importantă, pentru care am implementat măsuri de-a lungul întregului lanț valoric precum măsurarea și reducerea

pierderilor, redistribuirea, sensibilizarea angajaților și a clienților, transformarea sau reutilizarea deșeurilor și promovarea solidarității.

Încurajarea unei alimentații sănătoase este un angajament ce răspunde așteptărilor consumatorilor care doresc mâncare sănătoasă, locală și de calitate și promovează o alimentație bună.





**Acțiuni concrete** derulate în acest sens





### Risipa alimentară

Combaterea risipei de alimente este una dintre cele trei lupte pe care ni le-am asumat în 2020 pentru orizontul 2022. Acest aspect este încorporat în Carta noastră privind Calitatea Responsabilă, transpusă prin măsuri de-a lungul întregului lanț valoric.

Ținem cont de toate părțile interesate ale companiei și ne angajăm să îmbunătățim procesele operaționale din activitățile tuturor actorilor din acest flux. Ne consiliem furnizorii împotriva risipei alimentare și ne străduim să luăm măsuri și mai departe, unde este cazul.

→ **Lupta noastră împotriva risipei alimentare** susținută în Carta de calitate se concentrează pe cinci aspecte.

### Acțiuni împotriva risipei de alimente

Potrivit informațiilor de la nivel guvernamental, fiecare român aruncă în medie 129 de kilograme de alimente pe an, inclusiv alimente gătite, fructe și legume, produse de panificație, lactate și carne.

Pentru a minimiza risipa alimentară în fiecare aspect al activităților noastre, lucrăm la optimizarea procesului de aprovizionare prin reducerea "markdown-urilor" (scăderea prețului inițial al mărfurilor în vederea creșterii vânzărilor).

→ În 2021 am semnat un parteneriat pe termen lung cu **Banca pentru Alimente**, prin care urmărim să susținem reducerea risipei de hrană.

#### *Colaborarea cu comercianții cu amănuntul (retail)*

Dezvoltăm parteneriate pentru a extinde data de utilizare ("use by dates") a produselor marcă proprie.

#### *Profesionalizarea luptei împotriva deșeurilor de-a lungul lanțului de aprovizionare*

Pe toată lungimea lanțului valoric, fie în departamentul Produs, fie în magazin, se acordă o atenție deosebită gestionării gamei de produse. Produsele trebuie să răspundă cel mai bine nevoilor clienților și se acordă o atenție deosebită cantității de produse oferite, acestea fiind mai reduse în magazinele mici de exemplu, pentru a evita depășirea datelor de utilizare.

#### *Creșterea gradului de conștientizare a clienților*

Dezvoltăm numeroase mijloace de comunicare care sprijină sensibilizarea cu privire la risipa de alimente. Postăm rețete cu zero risipă pe paginile noastre de socializare, încurajând gătitul cu resturi #zerorisipa. Zonele noastre "zero risipă" semnaleză importanța evitării risipei de alimente.





### Dezvoltarea de noi concepte

Diverse soluții inovatoare sunt utilizate pentru combaterea risipei de alimente, iar Zero Risipă este unul dintre ele. Este un sistem organizat de vânzare a produselor care se află aproape de data de expirare la prețuri mai mici, bazat pe o soluție software.

În 2021, am extins acest proiect în toate supermarketurile, supermarketurile și toate magazinele MyAuchan din țară, iar din Decembrie 2021 toate magazinele funcționează cu tehnologie cu inteligență artificială.

Aceste îmbunătățiri record au salvat un total de 4,3 milioane de produse, 3,1 milioane de mese și au evitat 3.858 de tone de emisii CO2 de la risipire\*.

Cu ajutorul zonelor "zero risipă" aprovizionate cu produse care se apropie de data expirării lor, dar care sunt de altfel în stare perfectă de consum, încurajăm clienții să evite risipa de alimente, economisind și bani în același timp.



4,3 mil  
produse salvate



3,1 mil  
mese salvate



3.858  
tone de CO2 evitat

### Organizarea donației de produse către asociații

În măsura permisă de cadrul legislativ, realizăm donații de alimente prin intermediul organizațiilor non-profit locale și a băncilor pentru alimente. În România, în 2021 au fost donate 19 tone de alimente, cu o valoare de 317.594 lei către Banca pentru Alimente.

### Gabriel Sescu, Președinte Federația Băncilor pentru Alimente din România:

"Misiunea Băncilor pentru Alimente din Romania este aceea de a recupera alimentele încă bune de consum și de a le reda valoarea, oferindu-le structurilor caritabile partenere care au în grijă persoane vulnerabile. Suntem recunoscători partenerului nostru, Auchan România, pentru toată susținerea pe care ne-o oferă în activitatea noastră de zi cu zi și pentru că luptă alături de noi împotriva risipei alimentare, a sărăciei și excluziunii sociale, contribuind astfel la binele comun."

\*Perioada de raportare fiind 01 Ianuarie 2021 - 31 Decembrie 2021.

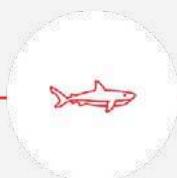


### Materii prime din surse responsabile

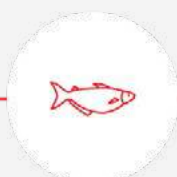
Ne străduim să facem produse pe care clientul le poate recunoaște și urmări și ne concentrăm eforturile să selectăm materii prime responsabile de la fermă la furculiță.



Am interzis uleiul de palmier în rețetele noastre.



În continuare ne menținem decizia de a nu comercializa carne de rechin.



Produsul pangasius a fost eliminat din oferta noastră în 2021.







# Produsele și serviciile noastre

Satisfacerea nevoilor clienților noștri primează și de aceea încercăm să suplimentăm constant gama noastră cu produse de înaltă calitate de la furnizori sustenabili.

Totodată, dezideratul nostru este să oferim produse proaspete, care asigură o alimentație sănătoasă, favorizate fiind în acest sens produsele care fac parte din lanțul de aprovizionare scurt, produsele de pe piața locală și de la furnizori sau producători locali. Ne-am axat pe un lanț de aprovizionare cu tentă preponderent locală pentru a reduce amprenta noastră generală de

carbon. Totodată, lucrăm constant să oferim clienților noștri o gamă de produse bune, gustoase și sănătoase și rescriem rețetele preparatelor noastre din raioanele de gastronomie, cofetărie și patiserie, eliminând ingredientele nesănătoase și promovând un consum responsabil.

## Produsele și serviciile noastre

Produse de marcă proprie - aprox. <b>1.000</b> produse, cu <b>550</b> articole în plus față de 2020	<b>3</b> parteneriate locale pentru achiziție carne de pui
<b>90</b> articole de marcă proprie alimentară bio din care <b>23</b> dezvoltate în România și <b>67</b> importate	Toate produsele de marcă proprie alimentară sunt dezvoltate cu producători ce dețin certificări recunoscute GFSI sau sunt auditați extern din punct de vedere Calitate și Social înainte de demararea colaborării.
Peste <b>85%</b> din furnizori provin din România	<b>60%</b> din gama locală de produse are logo Nutri-score pe ambalaj
<b>77%</b> din carnea de vită, porc și oaie provine din ferme românești iar carnea de pasăre provine din ferme românești, în procent de <b>96%</b>	<b>24</b> de filiere Auchan în total, dintre care <b>5</b> adăugate în 2021 = filiera ouă bio, filiera păstrăv, filiera icre și sardeluțe, filiera lactate, filiera internațională somon







## Mihai Toader

Responsabil Marcă Proprie Auchan Retail România

**În 2021, Auchan România a accelerat nivelul dezvoltării de mărci proprii alimentare prin adăugarea în gamă a peste 500 de produse noi, fiind retailerul din România cu cea mai mare evoluție din acest punct de vedere față de 2020, conform GFK. Mai important este că peste 80% dintre aceste articole sunt dezvoltate în România, cu producători români.**

- ♦ Reafirmăm în acest mod, dorința noastră de a crea valoare în România și de a contribui semnificativ la dezvoltarea zonei agroalimentare din țara noastră. Tot în 2021 am continuat să încurajăm un stil de viață sănătos, fie prin atenția acordată alegerii de ingrediente, dar și prin logo Nutri-score prezent pe ambalajul produselor. Începând cu finalul anului 2021 oferim clienților noștri produse cu gust românesc sub noul brand „La masă în România”, produse care vor continua să ajungă și pe parcursul anului 2022 în rafturile magazinelor noastre.
- ♦ Gamele au fost completate, de asemenea, cu produse de filieră în zona de lactate și congelate, precum și pește procesat. Creăm sub umbrela de filieră parteneriate pe termen lung cu producători de talie mică și medie, oferind totodată o trasabilitate completă clienților asupra procesului de producție.
- ♦ Procesul de dezvoltare locală a produselor de marcă proprie a integrat o serie de acțiuni care vor permite eliminarea utilizării, în ambalajele noastre, a materialelor precum PVC sau black carbon. Gândim astfel un model 360 al produselor noastre, începând de la ambalaj până la ingrediente, totul în cadrul unor parteneriate puternice cu furnizorii și având în centrul deciziilor clientul și comunitățile locale.



# Educarea clienților și angajaților

În permanență ținem clienții informați, creăm și promovăm obiceiuri alimentare sănătoase prin intermediul rețelelor de socializare.

Astfel, urmărind paginile noastre, clienții pot afla despre beneficiile anumitor ingrediente sau produse, pot găsi alternative sănătoase la gustările lor zilnice, și pot găsi chiar rețete sănătoase create special pentru aceștia.

În timpul pandemiei, în timp ce instruirea în magazin a fost suspendată temporar, am dezvoltat materialele de training „Alimentația sănătoasă” pentru ca angajații noștri

să cunoască toate acțiunile și toate proiectele legate de mâncare sănătoasă pe care le-am dezvoltat și pentru a-i încuraja să mențină sau să dezvolte obiceiuri sănătoase. Aceste materiale de instruire au fost livrate în 2021, însumând un număr total de **11.375** de ore efectuate de angajații Auchan, iar trainingul se reia constant, atât pentru noii angajați, dar și la cererea angajaților.





**Auchan** | RETAIL  
ROMÂNIA

## Lupta împotriva poluării cu plastic

- + 5.1 Combaterea poluării cu plastic
- + 5.2 Reducerea plasticului în magazine
- + 5.3 Reducerea plasticului pentru produsele marcă proprie
- + 5.4 Managementul altor deșeuri



# Lupta împotriva poluării cu plastic

Poluarea cu plastic este o problemă globală. Aproximativ 7 mld. din 9.2 mld. de tone de plastic produse între 1950-2017 au devenit deșeuri de plastic, sfârșind în gropi de gunoi, potrivit ONU.

Obiectivul nostru, setat pentru anul 2022, este de a avea ambalaje 100% reutilizabile, reciclabile sau compostabile pentru produsele marcă proprie și eliminarea completă a ambalajelor din plastic în departamentul de fructe și legume proaspete până în 2022.

Ne angajăm să reducem utilizarea și poluarea cu plastic. Acest angajament necesită și acțiuni voluntare care implică angajații în fiecare etapă a ciclului de viață al produsului. Ne-am aliniat cu obiectivul la nivel de grup pentru reducerea poluării cu plastic, în acord cu semnarea Pactului European privind Materialele Plastice (European Plastic Pact).

European Plastic Pact își propune să simplifice utilizarea și eliminarea ambalajelor și produselor din plastic de unică folosință pentru a avea cel mai mic impact posibil asupra mediului. Reducerea materialelor plastice se află în centrul obiectivelor noastre de CSR din cadrul Politicii de Luptă Împotriva Poluării cu Plastic, activă la 30 Septembrie 2021. În același timp, un obiectiv strategic este ca toate ambalajele marca Auchan să fie reutilizabile, reciclabile sau compostabile în următorii ani.



## Acțiuni concrete pentru realizarea acestui angajament:

- Reconfirmarea oficială a angajamentului, la nivel de grup, prin semnarea Pactului European privind materialele plastice, în Martie 2020.



- Lansarea colecției Actuel Green care are ca scop reducerea poluării cu plastic prin dispunerea unei game de produse de unică folosință din materiale sustenabile.



- Înlocuirea ambalajelor din plastic cu cele din carton pentru produsele de marcă proprie, acțiune începută din 2020.



# Combaterea poluării cu plastic

## Reducerea plasticului și a ambalajelor din plastic

În prezent, plasticul este prezent pe tot parcursul ciclului de viață al produsului în sectorul comerțului cu amănuntul în masă: producție, transport, ambalare,

logistica clienților. Ne mobilizăm pentru reducerea risipei de plastic și promovăm economia circulară în întreg lanțul de valoare prin inițiative concrete și măsurabile.



De la 1 mai 2021 am **eliminat** toate ambalajele de unică folosință din plastic.

Toată gama pe ambalaje pentru gastro, takeaway, carmangerie, pescărie și brutărie/patiserie este acum din **surse sustenabile**, ecofriendly.

Lucrăm în continuare la **reducerea plasticului** din ambalajele produselor marcă proprie.



# Reducerea plasticului în magazine

Cunoaștem și înțelegem complexitatea problemei și adoptăm numai acele soluții care își dovedesc beneficiul pentru mediu, care nu creează deșeuri suplimentare de plastic și care sunt viabile din punct de vedere economic atât pentru producători, cât și pentru clienți.

Ne angajăm să reducem plasticul de-a lungul lanțului de aprovizionare, inclusiv în procesul de logistică. Prin urmare, ne-am asumat următoarele angajamente la nivel de grup:



## OFERIM ALTERNATIVE

- ♦ reutilizabile pentru ambalarea fructelor și legumelor.

## REGÂNDIM

- ♦ soluțiile noastre de ambalare pentru perimetrul Gastronomie, cu scopul de a înlocui diferite tipuri de plastic cu unele materiale compostabile sau reciclabile.

## DIVERSIFICĂM

- ♦ în mod constant oferta noastră cu noi alternative la produsele din plastic, iar clienții noștri au acum opțiunea de veselă eco-responsabilă. În 2021, ne-am atins obiectivele, punând capăt vânzării de tacâmuri, farfurii și caserole din plastic de unică folosință. Le-am înlocuit cu produse alternative din carton, bambus sau hârtie care se reciclează mai ușor.

Utilizarea **exclusivă** a foliilor reciclabile pentru paleți și asigurarea faptului că acestea sunt reciclate, atât în magazine, cât și în depozite.

**Dezvoltarea** de soluții reutilizabile în vederea limitării utilizării plasticului de unică folosință pentru transport și depozitare.

**Încurajarea** furnizorilor să nu mai utilizeze straturi intermediare din plastic sau carton (Masonite) pentru paleți.

**Interzicerea** utilizării de coperti și folii colorate sau imprimate de către furnizori, pentru a facilita reciclarea.







În magazinele și depozitele din țară folosim folii de paletii reciclabile. Lucrăm în mod activ pentru a formula un plan de acțiune pentru a reduce și mai mult utilizarea plasticului în logistică.

Suntem partener cu vechime CHEP în promovarea și utilizarea unui model logistic sustenabil. Prin folosirea paletilor reutilizabili CHEP în transportul de mărfuri reducem deșeurile și emisiile de carbon și, de asemenea, protejăm și conservăm resursele naturale limitate ale planetei.

**CHEP**  
A Brambles Company

## Certificat de sustenabilitate

Prin alegerea serviciului CHEP de reutilizare prin închiriere a paletilor, în perioada ianuarie-decembrie 2021, certificăm contribuția companiei

**S.C. AUCHAN ROMANIA S.A.**  
la protecția mediului înconjurător și totodată la promovarea unui model logistic sustenabil. Împreună am reușit prin colaborarea locală\*:

 + să protejăm pădurea <b>530.702dm<sup>3</sup></b> ≈ 513 copaci	 + să diminuăm gradul de poluare <b>530.525kg</b> ≈ 580.925 km parcurși cu camionul	 + să reducem deșeurile <b>43.366kg</b> ≈ deșeul zilnic generat de 33.323 europeni
---	--	---

*Alejandro Tostado*  
Sustainability & Government Affairs Lead, Europe

*Gabriel Ivan*  
Country General Manager CHEP Romania

Aceste economii de mediu au fost calculate pe baza numărului de paletii emiși de către CHEP România. Calculele sunt efectuate prin metodologia RDC ISO14044, în conformitate cu studiul european Life Cycle Analysis, prin compararea modelului sustenabil de reutilizare prin închiriere a paletilor CHEP cu opțiunea de achiziție de paletii standard, albi.





# Reducerea plasticului pentru produsele marcă proprie

În 2021, am făcut progrese majore în ceea ce privește reducerea plasticului, chiar și în contextul pandemic.

Am reușit să înlocuim ambalajele din plastic cu ambalaje eco-friendly pentru perimetrele: gastro, brutărie, patiserie, pescărie, carmangerie și să optimizăm gama de ambalaje, ținând cont de specificațiile fiecărui perimetru.

Mai mult, am dezvoltat o nouă gamă de instrumente de scris din materiale reciclate, o dovadă suplimentară a angajamentului nostru de a reduce plasticul pentru produsele marcă proprie.



De asemenea, am introdus în ofertă și o nouă gamă de tigăi și oale fabricate din cutii de aluminiu reciclate 100%, după principiul „Nimic nu se pierde, totul se transformă”. Aliajul ustensilelor este fabricat din cutii de aluminiu reciclate, iar ambalajul produsului este realizat din hârtie 100% reciclată și certificată FSC.

## Ambalaje prietenoase cu mediul

Avem două direcții majore în care există progres până în prezent:

- transformarea ambalajelor din zona de producție proprie.
- cartografierea ambalajelor din gama marcă proprie, realizată în 2021 în vederea construirii unui Plan de Acțiune pentru reducerea utilizării plasticului.



\*cu excepția mânerului

- Pentru punga de hârtie din raionul Patiserie/ Cofetărie a fost introdus un nou material. Acest material imită celuloza și este făcut majoritar din amidon de porumb, fiind **100% compostabil**.
- Am redus numărul de ștanțări pe caserole din raionul Brânzeturi și Măsline. În plus, în decembrie am listat punga biodegradabilă pentru măsline.
- Am reușit să reducem plasticul din gama de ambalaje de la raionul Gastronomie cu **36%**.





# Managementul deșeurilor

Gestionarea deșeurilor este un subiect important pentru compania noastră.

Acest proces a atins un nivel ridicat de maturitate și este reglementat intern printr-o procedură care prevede responsabilități clare la nivel de magazine, platforme logistice și la sediul central pentru colectarea selectivă, înregistrarea și raportarea deșeurilor generate din acțiunile companiei.

Compania noastră a definit și implementat mecanisme pentru a asigura reducerea deșeurilor și trasabilitatea deșeurilor în toate etapele.

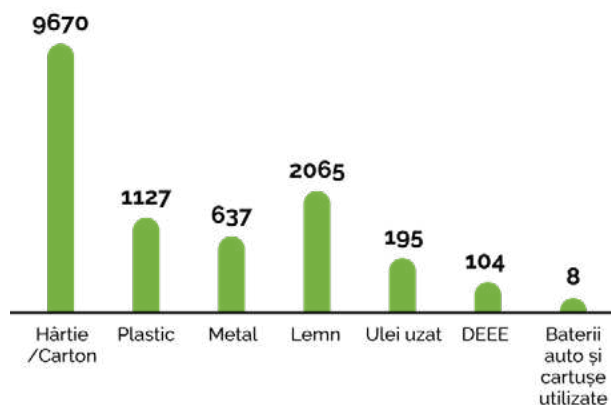
Pe lângă programele educaționale pe care le avem pentru angajații noștri, sporim continuu gradul de conștientizare al clienților noștri cu privire la tema separării deșeurilor prin diverse proiecte și inițiative. În toate magazinele și în sediul central există zone și containere marcate specific pentru separarea deșeurilor.

În 2021, la nivelul magazinelor, cantitatea de deșeuri reciclate sau utilizate pentru valorificarea energetică a fost de **13.800** de tone.

## Platforma ECOTREE

În 2021 am integrat platforma EcoTree, pentru o mai bună gestionare a cantităților și asigurare a trasabilității deșeurilor. EcoTree poate comercializa orice tip de deșeu, indiferent de cantitate sau origine.

În plus, întregul proces de colectare este automatizat, ceea ce înseamnă că toată documentația pentru raportarea autorităților de stat este generată automat și pot fi extrase rapoarte detaliate la nivel local, regional și național.



\*Deșeuri reciclate (în tone)



### Reciclarea bateriilor și becurilor

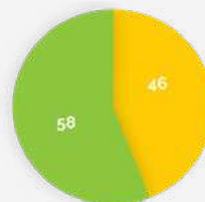
Compușii din baterii și becuri, cum ar fi mercurul, plumbul și litiul, sunt nocivi pentru sănătatea umană, având de asemenea consecințe asupra mediului. Substanțele se pot scurge în sol și în apele subterane atunci când bateriile sunt aruncate împreună cu deșeurile menajere, ajungând la plante și animale și, eventual, în corpul uman, după ce au consumat produse de origine vegetală sau animală. Consecințele asupra sănătății, generate de consumul de astfel de compuși toxici, sunt adesea ireversibile.

Pentru a contribui la mitigarea acestui impact și protejarea sănătății clienților și a mediului, oferim pubele specifice pentru colectarea bateriilor și becurilor uzate în toate magazinele Auchan din țară.

### Reciclarea produselor DEEE

Auchan are în prezent puncte de vânzare în toată țara, unde clienții pot recicla gadgeturi și articole de uz casnic. Obiectele scoase din uz sunt reciclate sau transformate în produse noi de către colectori autorizați. Derulăm și campanii sezoniere de răscumpărare în care clienții primesc cupoane de reducere în schimbul aducerii produselor DEEE în magazin.

→ În 2021, au fost reciclate **8,038 KG de baterii auto și cartușe uzate**, în hipermarketurile și supermarketurile din țară.



■ Total DEEE (tone) nepericulos  
■ Total DEEE (tone) periculos

→ În 2021, au fost colectate și reciclate un total de **104 tone de deșeuri DEEE** dintre care **46 de tone de deșeuri nepericuloase** și **58 de tone de deșeuri periculoase**.





## Reducerea *ampreței de carbon*

- + **6.1** Amprenta de carbon
- + **6.2** Structura ampreței de carbon
- + **6.3** Gestionarea consumului de energie (gaz, electric, carburanți) și apă
- + **6.4** Managementul riscurilor de mediu



# Amprenta de carbon

Schimbările climatice, cauzate de cantitatea mare de emisii de carbon produse de activitatea umană sunt o provocare majoră, cu care ne confruntăm în zilele noastre și care necesită acțiuni cât mai rapide și concrete, atât individuale cât și la nivel de industrii, pentru a se reduce amprenta de carbon.

Reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră și combaterea schimbărilor climatice sunt o prioritate pentru compania noastră.

## Pentru reducerea amprentei de carbon sunt promovate energiile regenerabile și cu emisii scăzute de carbon, cu obiective precum:

- + **20%** reducere a emisiilor de gaz cu efect de seră produse la transportul mărfurilor;
- + **50%** din energie să fie cu emisii reduse de carbon / energie verde;
- + **25%** reducere a consumului energetic al magazinelor (bază 2014, pe un perimetru constant).

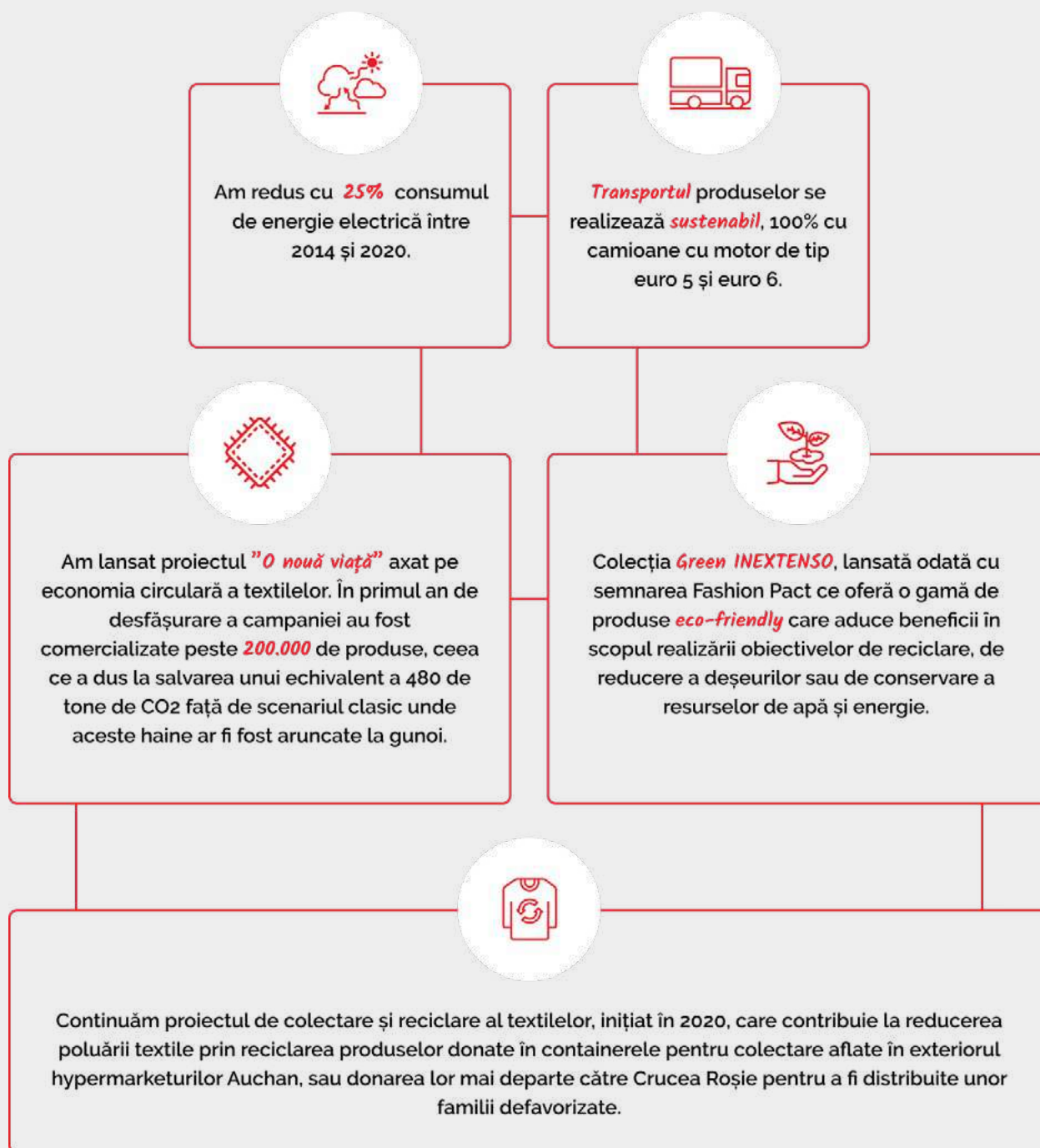
## Lupta împotriva încălzirii globale în Auchan Retail

Reducerea emisiilor noastre de gaze cu efect de seră atât în magazine, cât și în afara acestora





**Acțiuni concrete** pentru realizarea acestui angajament:







### Emisii de gaze cu efect de seră

Schimbările climatice reprezintă una dintre cele mai mari provocări globale cu impact direct asupra calității vieții. La nivel internațional, Auchan Retail și-a propus reducerea amprentei de carbon pe întregul lanț valoric (pe toate cele 3 scopuri).

#### Acțiuni concrete:

- ♦ Auchan Retail s-a angajat să reducă cu **20%** față de 2014 emisiile de gaze cu efect de seră pentru consumul de energie, până în 2022.

### Schimbările climatice

Credem cu tărie că transparența și un plan onest de îmbunătățire sunt modalitatea de a aborda schimbările climatice, motiv pentru care conștientizarea noastră cu

privire la schimbările climatice și măsurile de reducere a amprentei de carbon sunt încorporate în politica noastră generală de CSR, definită la nivelul Auchan Retail.

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

La nivelul ELO, (compania mamă care deține Auchan Retail), toate acțiunile 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**. 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.

#### Obiectivele pentru 2022



Să reducem emisiile de carbon generate de transportul de mărfuri cu până la 20%, până în 2022.



Să reducem consumul de energie cu 25% până în 2022 în magazinele noastre (obiectiv atins pentru perioada 2014-2020).



# Structura ampreței de carbon

Emisiile naționale de CO<sub>2</sub>, calculate de Auchan România în 2021, au fost de **89.946 tone** echivalent\*.

Sumele rezultate au fost calculate după definiții și limite ale celor trei Scopuri după cum urmează:

## Scopuri:

### SCOP 1

- ♦ Emisii rezultate din consumul de gaz și refrigeranți (**17.678,47 tone CO<sub>2</sub>**). Scădere de **16%** față de anul 2020.

### SCOP 2

- ♦ Emisii rezultate din consumul de electricitate și încălzire (**50.033,38 CO<sub>2</sub>**). Scădere de **17%** față de anul 2020.

### SCOP 3

- ♦ Am realizat un calcul care a inclus doar transportul produselor noastre, suma rezultată fiind de **22.234,11** Tone CO<sub>2</sub>\*\*.

Acesta este primul an în care compania noastră a folosit această modalitate de calcul pentru Scop 3 și considerăm pe viitor acest an de referință. Reducerea amprentei de carbon este unul dintre angajamentele noastre la nivel de grup în efortul de a combate schimbările climatice. Utilizarea transportului feroviar ori de câte ori este posibil, aprovizionarea magazinelor folosind camioane Euro 5 și Euro 6, și vehicule pe bază de biocombustibili sau electricitate sunt câteva dintre acțiunile întreprinse pentru reducerea amprentei de carbon generată din activitățile de transport.

\*Fără calculul amprentei de carbon aferente produselor.

\*\*Perioada de raportare fiind 1 Octombrie 2020 - 30 Septembrie 2021.

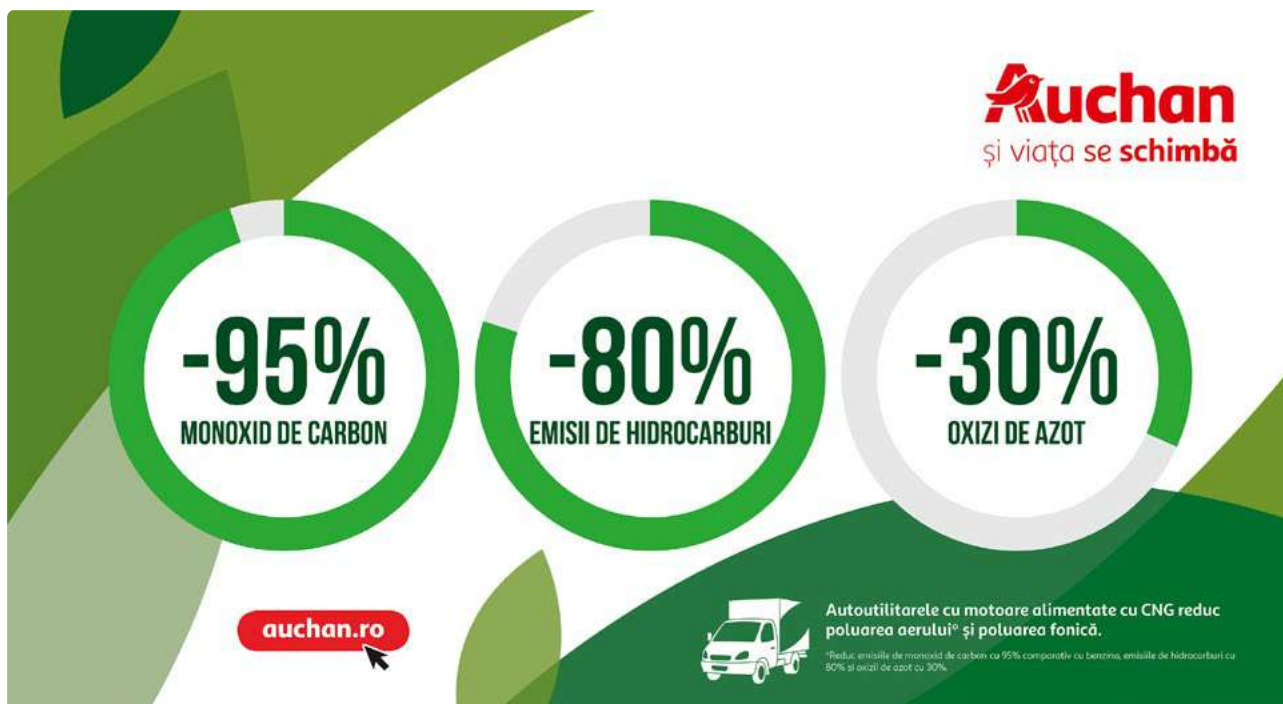
Pentru a reduce și mai mult amprenta noastră de carbon, pe parcursul anului 2021 am inițiat un proiect test, în București, în care au fost folosite doar autoutilitare electrice pentru a realiza livrări de proximitate.



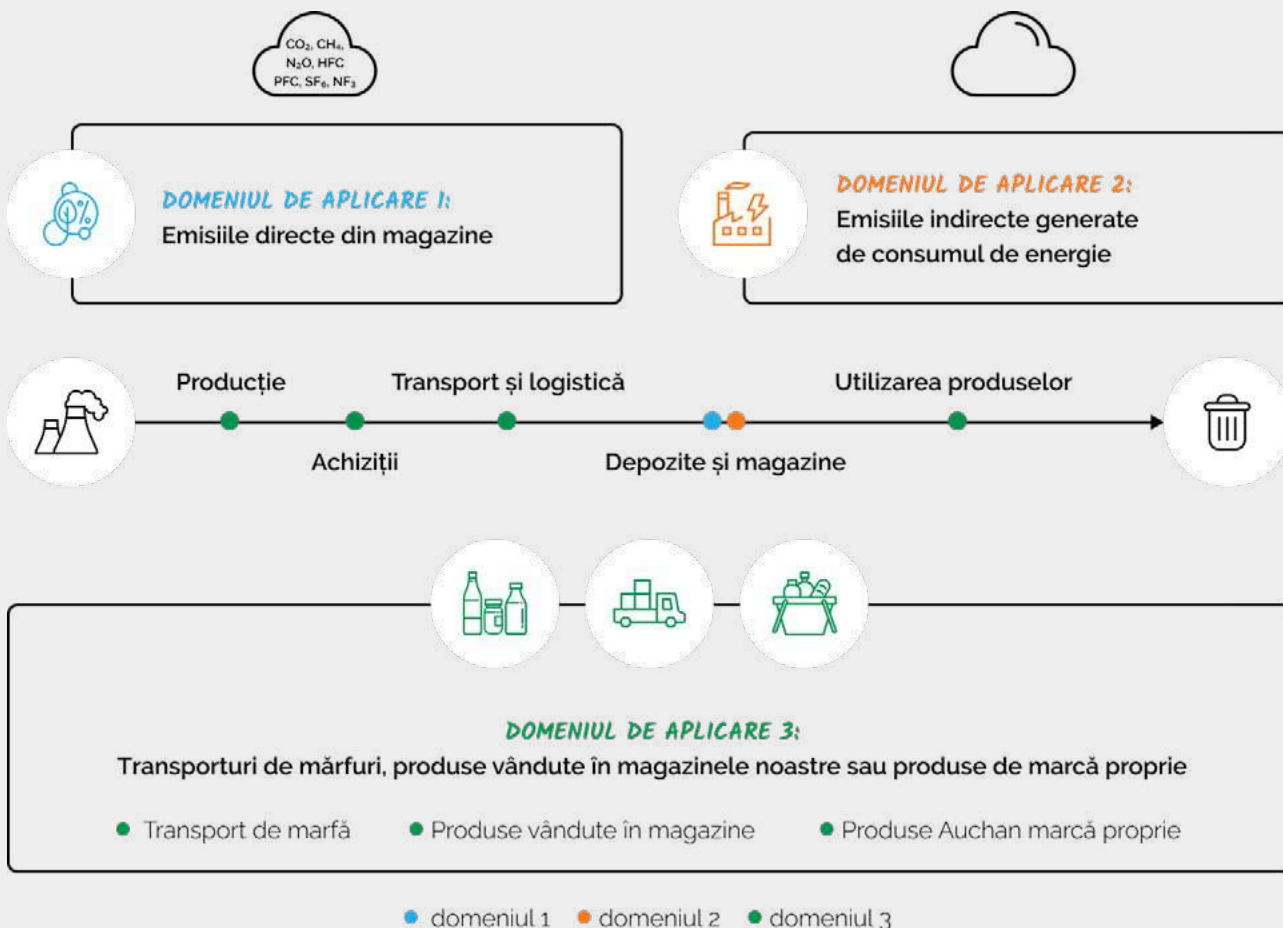
De asemenea, o contribuție considerabilă la reducerea amprentei de carbon este dată de eficientizarea încărcării camioanelor prin reducerea spațiilor libere din remorcă. De asemenea, aplicăm o clauză de mediu în contractele cu furnizorii noștri de servicii de transport, asigurându-ne că vehiculele utilizate în aprovizionarea locațiilor Auchan se realizează cu camioane cu motor de tip euro 5 și euro 6.



Prin folosirea camioanelor pe bază de biocombustibili reducem anual emisiile de carbon din lanțul de aprovizionare, după cum urmează:



Reducem emisiile de gaze de seră pe parcursul lanțului nostru valoric.





# Gestionarea consumului de energie (gaz, electric, carburanți) și apă

În 2021, am reușit să economisim aproximativ **1,5 milioane de Kw** din proiectele noastre privind eficiența energetică și am inițiat un program de audit pentru **5 magazine Auchan** pentru găsirea soluțiilor de reducere a consumului electric.

Ca urmare a auditului efectuat și în cadrul planului de management al energiei au fost implementate mai multe măsuri după cum urmează:

- Acoperișurile vechi au fost înlocuite cu sisteme noi cu un coeficient redus de transfer termic în cinci locații.
- Instalația frigorifică (inclusiv vitrine) a fost înlocuită cu o tehnologie nouă (cu CO2) în trei locații. Prin această schimbare s-a urmărit reducerea impactului asupra

mediului cu ajutorul consumului scăzut de energie electrică și prin reducerea consumului de apă.

- Performanța energetică a crescut datorită schimbării instalației de iluminat fluorescent cu instalația de iluminat cu leduri.
- Sisteme noi de climatizare cu randament ridicat au fost instalate în locul celor vechi obținându-se astfel un consum scăzut de energie electrică și gaz, dar și o îmbunătățire a confortului clienților.

## Energie, gaz, apă



ENERGIE (KW)



GAZ (KW)



APĂ (m<sup>3</sup>)

	ENERGIE (KW)	GAZ (KW)	APĂ (m <sup>3</sup> )	
2021	Hypermarketuri	112.902.022,00	24.125.753,00	446.962,00
	Supermarketuri, My Auchan, Depozite	13.082.573,00	2.337.715,00	55.750,00
	<b>Total</b>	<b>125.984.595,00</b>	<b>26.463.468,00</b>	<b>502.712,00</b>
2020	Hypermarketuri	117.034.669,00	21.946.426,00	479.742,00
	Supermarketuri, My Auchan, Depozite	4.592.043,00	0,00	7.703,00
	<b>Total</b>	<b>121.626.712,00</b>	<b>21.946.426,00</b>	<b>487.445,00</b>

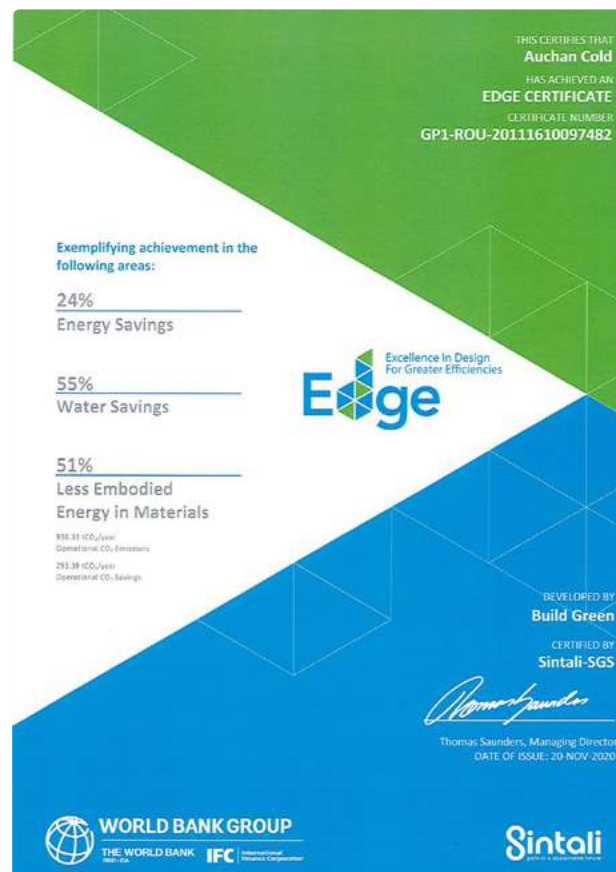
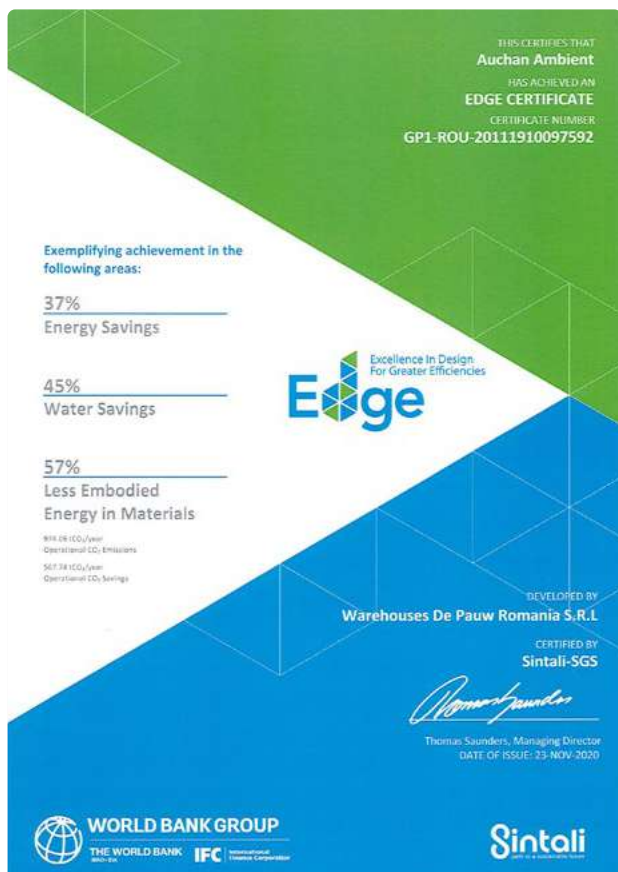
## Reducerea amprente de carbon

Gestionarea consumului de energie (gaz, electric, carburanți) și apă



Certificarea „EDGE” pentru clădirile depozit Auchan Ambient și Auchan Cold din Ștefăneștii de Jos, confirmă faptul că departamentul de logistică al companiei operează în clădiri verzi, cu minim 20% mai eficiente în ceea ce privește consumurile de energie, apă și energie încorporată în materiale, față de clădirile standard din aceeași zonă.

Sistemul EDGE a fost creat de International Finance Corporation și face parte din programele Băncii Mondiale, care susține construirea de clădiri verzi, cu scopul de a reduce amprenta de carbon în domeniul construcțiilor.



## Transportul mărfurilor în Auchan România S.A.



### TRANSPORT

Octombrie 2019 - Septembrie 2020

Octombrie 2020 - Septembrie 2021

Total km parcurși	8,886,391	8,521,662
Încărcare (Tone)	370,552	494,711
Număr camioane folosite	34,311	43,989
CO <sub>2</sub> (Tone)	22,265.35	22,234.11



# Managementul *riscurilor de mediu*

Activitățile în domeniul protecției mediului sunt documentate prin proceduri operaționale, implementate în cadrul sistemului de management al mediului în compania noastră.

→ În toată perioada de raportare  
**nu au fost înregistrate  
incidente de mediu.**





## Economia circulară

- + 7.1 "O nouă Viață" by Auchan
- + 7.2 Și mama reciclează
- + 7.3 Proiectul de colectare și reciclare textile
- + 7.4 Proiectul de colectare și reciclare ulei uzat

## **Economia circulară**

Având în vedere activitatea pe care o desfășoară compania noastră, considerăm că folosirea resurselor naturale și a materiilor prime, dar și consumul produselor finite trebuie să se facă într-un mod responsabil.

În vederea reducerii impactului deșeurilor asupra mediului și a păstrării materiilor prime pentru generațiile viitoare, aderăm la principiul Reciclare, Reparare, Reutilizare. Desfășurăm mai multe acțiuni importante pentru protecția mediului, menite să gestioneze deșeurile și să economisească resurse naturale.

### **"O nouă viață" by Auchan**

În continuarea misiunii de a încuraja un stil de viață responsabil, am devenit primul retailer local care a implementat un proiect de economie circulară destinat articolelor vestimentare.

Din februarie 2021, am inclus în oferta noastră, pe lângă colecțiile de haine deja existente în hipermarketuri și o selecție de haine pre-purtate, în stare perfectă de comercializare, prin parteneriate locale cu magazine specializate în domeniul reciclării de haine.

Proiectul de economie circulară "O nouă viață" by Auchan a reprezentat o premieră pe piața locală de retail, parte a strategiei companiei de reducere a amprentei de carbon, prin intermediul căruia hainele deja purtate sunt reutilizate.







Industria textilă este responsabilă pentru 10% din poluarea cu emisii de gaze cu efect de seră și doar 1% din textile la nivel global se reciclează.

Acest proiect are la bază cele trei principii ale economiei circulare – reducerea, re folosirea și reciclarea obiectelor vestimentare, încurajând clienții să contribuie la un viitor mai sustenabil prin achiziționarea unor haine care au mai fost îmbrăcate.

**“O nouă viață” este, în primul rând, ambiția Auchan de a reafirma implicarea sa continuă și neîncetată în proiectele de Responsabilitate Socială. Este un proiect prin care ne adresăm celor care-și doresc o societate responsabilă din punct de vedere al folosirii resurselor, acei clienți sensibili la o viață sănătoasă, eco-responsabili.**

- “O nouă viață” este un mod de viață, este un manifest de economie circulară, în contextul în care industria textilă este una dintre cele mai poluante industrii din lume. Pentru noi, proiectul a fost o provocare și, în același timp, un motiv de mare mândrie. Vânzarea de haine la mâna a doua în hipermarket nu exista la momentul lansării proiectului, Auchan fiind primul care a deschis acest drum în România.



**Mirela Cojocaru**

Coordonator grup achiziții Textile & Home-Deco Auchan Retail România



**“O nouă viață” rămâne proiectul meu de suflet, un proiect foarte ambițios pentru piața de retail din România. Proiectul s-a dezvoltat foarte mult într-un an de zile, ajungând în prezent la 12 concept stores în cadrul hipermarketurilor Auchan din întreaga țară. Dezvoltarea rapidă a acestui proiect se datorează deschiderii și implicării colegilor din magazinele noastre. Acest concept de CSR este dezvoltat de Auchan Retail, la nivel internațional.**

**În România, a fost adaptat pieței locale prin colaborarea cu parteneri specializați în acest domeniu:**

- ✦ LaMajole
- ✦ Monique Investment

În spatele partenerilor noștri se află o întreagă industrie care reciclează și reutilizează toate produsele care ajung în acest proces. Clienții sunt încurajați să contribuie la un viitor mai sustenabil prin achiziționarea unor haine care au mai fost purtate, la prețuri foarte bune, dar care au trecut printr-un proces de selecție foarte atent. Îmi doresc ca acest trend să devină un obicei și pentru clienții din România.



**Camelia Dincă**

Manager textile Auchan Retail România



Până la final de decembrie 2021, existau 12 magazine "O nouă viață" by Auchan în 12 hipermarketuri Auchan din 11 orașe. Ne-am propus extinderea programului și în restul hipermarketurilor din țară, completând astfel acțiunile deja existente de reducere a poluării textile.

➔ **Rezultate:** În primul an de la lansare, prin proiectul „O nouă viață” au fost comercializate peste 200.000 de articole, reușind să salvăm 480 de tone de CO2 de la risipirea în atmosferă.

**Rezultatele proiectelor noastre** de economie circulară



**Și mama reciclează\***

**1,2 milioane de doze colectate**

+ **5 tone de aluminiu reciclat**

+ **1,2 milioane de vouchere oferite clienților**

+ **Prezent în 22 de magazine din țară**

\*01 ianuarie - 31 decembrie 2021



### Proiectul de colectare și reciclare textile\*

**53 tone de haine colectate și donate**

- + **190** tone CO2 evitat de la risipire în atmosferă
- + Prezent în **12** magazine hypermarket din vestul țării



### Proiectul de colectare și reciclare ulei uzat\*

**220.000 litri colectați**

- + **220** miliarde de litri de apă salvată de la contaminare
- + Cantitatea de apă salvată echivalând cu necesarul pentru supraviețuirea populației Bucureștiului pentru **165** de ani
- + **150.000** de clienți implicați în campanie\*
- + Uleiul colectat se transformă în biogaz, iar sticlele de plastic sunt reciclate, de asemenea.

\*01 ianuarie - 31 decembrie 2021.



# Oameni

- + **8.1** Angajați
- + **8.2** Politica de recrutare și retenție; rotația de personal, beneficii acordate
- + **8.3** Diversitatea și incluziunea
- + **8.4** Auchan Refresh - programul nostru de evaluare, dezvoltare și formare a angajaților Auchan
- + **8.5** Programul de sustenabilitate personală



Valorile etice ale companiei se regăsesc în tot ceea ce facem în Auchan România S.A. „Te bucuri de viață” nu este doar un mesaj scris pe o foaie, este un sentiment pe care noi, angajații Auchan, îl resimțim în fiecare zi la job. Pasiunea ne definește în orice meserie din companie. De aceea, acordăm o deosebită atenție gradului de satisfacție pe care angajații Auchan îl au și pe care îl monitorizăm odată la 2 ani. Pentru noi, cea mai bună campanie publicitară este chiar feedback-ul real al celor peste 8.000 de oameni care lucrează în companie.

Cred cu tărie că avem inclusiv un rol social în viața oamenilor, mai mult decât un rol economic. Investim în dezvoltarea celui mai bun loc de muncă cu putință și în a avea un continuu și transparent dialog cu echipele noastre în jurul așteptărilor lor. Aceasta este cheia pentru a reuși să oferim un mediu de muncă motivațional, unde toți angajații se simt încurajați să se dezvolte și să se implice. Oferim un mediu de lucru incluziv și sigur pentru toți angajații deoarece etica profesională este impregnată în ADN-ul companiei și se regăsește în orice activitate zi de zi.

În 2021, mai mult ca niciodată, am venit mai aproape de oameni pentru a le observa nevoile. Lucrăm constant la echilibrul dintre viața privată și muncă, iar bunăstarea psihologică a angajaților este o prioritate. Anul acesta am introdus, pentru prima dată, ca beneficiu ședințe gratuite de suport psihologic pentru a fi în sprijinul nevoilor angajaților noștri.

Dezvoltarea este un proces continuu, iar în Departamentul de Resurse Umane investim în formarea constantă a angajaților, oferind oportunități egale de dezvoltare și cursuri de specialitate pentru fiecare meserie atât din punct de vedere tehnic, cât și din punct de vedere soft skills. În anul 2021 am deschis un Centru de Excelență „Auchan Refresh” prin care creăm planuri personalizate de dezvoltare pentru angajații noștri. Ne dorim ca până în 2023, fiecare persoană din companie să beneficieze de participarea la astfel de programe personalizate.



**Adina Nanu**

Director Resurse Umane și Transformare Auchan Retail România

# Angajați

**Oamenii din companiile noastre reprezintă resursele fundamentale în dezvoltarea și succesul Auchan Retail.**

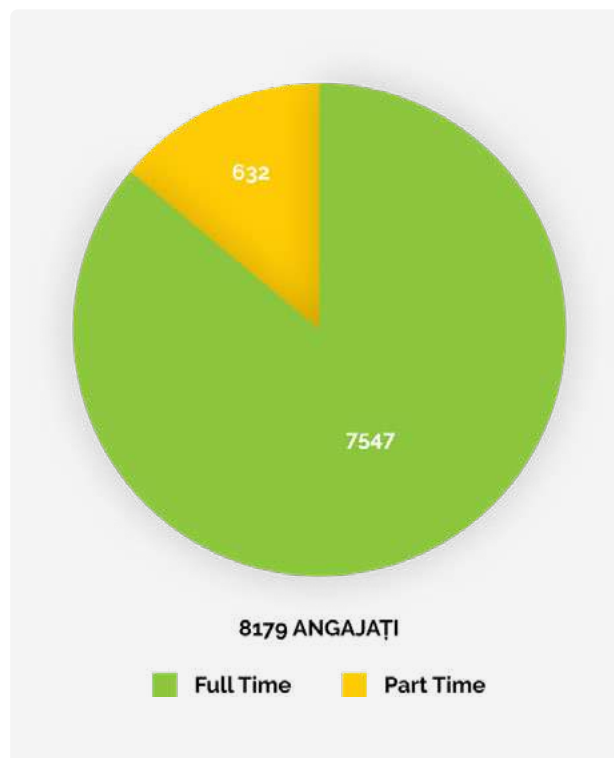
Din acest motiv, de peste 60 de ani, valorificăm creativitatea și capacitatea de inovare a angajaților noștri, adoptând o politică de responsabilitate și implicare, prin împărtășirea cunoștințelor, și prin împărtășirea rezultatelor.

- Peste **50** de meserii diferite, oportunități pentru toate vârstele și prezență la nivel național.
- Un program complet de gestionare a carierei, de la angajare până la pensionare și după, în Auchan.

Cu peste **8.000 de angajați** în toată țara, suntem unul dintre cei mai mari angajatori din România – oamenii reprezentând și cel mai valoros activ al companiei.

„Mă simt bine”, „Mă realizez”, „Contribuția mea contează” – acestea sunt cele mai importante trei provocări la care ne propunem să răspundem pentru angajații noștri, în prezent și în anii ce urmează.

„Auchan schimbă viața” este noua viziune asumată de Auchan Retail în toate țările în care activează și a fost construită în jurul a trei valori: încredere, deschidere, excelență.



→ În 2021 am introdus în organigramă poziția de **Responsabil Employer Branding**, având misiunea de a îmbunătăți calitatea vieții angajaților privită din două perspective:

- **intern** - acțiuni concrete care contribuie la imaginea pe care o au angajații despre companie;
- **extern** - imaginea proiectată în exteriorul companiei și pe care o au potențialii candidați despre Auchan, în calitate de angajator.



Suntem un promotor al oportunităților profesionale și de carieră, în care atât viziunea angajatului junior, cât și cea a angajatului senior sunt apreciate și puse în valoare.

Pentru mai multă vizibilitate asupra a ceea ce presupun concret mai multe meserii cu o importanță deosebită în organizație, atât în intern, cât și în extern și pentru a ne întări reputația de angajator, compania noastră a dezvoltat o serie de filme, sub umbrela „*Meseria mea*”. Acordăm o atenție deosebită fiecărui angajat, având în vedere și faptul că facem performanță în peste **50 de meserii**, iar rezultatele muncii noastre arată că în fiecare meserie din Auchan lucrează unii dintre cei mai buni profesioniști din România.

Avem periodic sondaje de satisfacție la nivelul întregii organizații, iar sondajul desfășurat în anul 2020 a lansat, în 2021, o serie întregă de acțiuni și proiecte prin care am încercat să îmbunătățim ariile pe care angajații le-au evaluat.

O acțiune născută din **BES (Barometrul de Angajament și Satisfacție)** a fost demararea unui „Refresh” al tuturor uniformelor meseriilor, o acțiune rezultată din dorința angajaților de a îmbunătăți echipamentul de lucru atât în fața clienților, cât și a colaboratorilor și de a upgrada imaginea companiei. Proiectul de actualizare a uniformelor a fost realizat cu resurse interne și este o dovadă în plus a spiritului nostru antreprenorial, pe care îl susținem și pe care angajații noștri îl îmbrățișează.

Pentru a întări spiritul de echipă și a crea sentimentul de apartenență, am demarat în 2021 provocări și concursuri diverse pentru echipele noastre, menite să recunoască și să premieze spiritul participativ.

„**Săptămâna conformității**” (Compliance Week) a fost un amplu proiect de comunicare care a antrenat peste 6.000 de colegi care au participat activ la un concurs cu întrebări legate de etică și conformitate. Acest demers întărește ambiția noastră de a fi un actor responsabil și recunoscut pentru angajamentul său societal și este și o părghie importantă de diferențiere ca angajator.

**Aniversarea de 15 ani** a Auchan România a fost, de asemenea, o mare oportunitate de a ne mândri cu angajați talentați în Campania „15 oameni la 15 ani”, distribuită atât pe mediile interne, cât și externe. Tot în perioada aniversară a fost organizată o tombolă internă prin care 15 colegi au câștigat 15 excursii cu autorulota „la cheie” prin care au avut șansa să se bucure de un concediu inedit și modern cu autorulota prin țară.

**“Cred cu tărie că adevăratul employer branding este făcut de fiecare dintre noi cei care lucrăm în Auchan. În proiectele gestionate, prin misiunea pe care o am, este o onoare să descopăr zi de zi oameni minunați și talentați, alături de echipa mea și să încercăm să scoatem în evidență talentul fiecăruia. Avem foarte mulți colegi talentați atât la job, cât și în timpul liber. On the job, sunt profesioniști desăvârșiți în domeniile lor de activitate, extra job, sunt colegi care se “bucură de viață” în domenii diverse (sport, muzică, croșetat, gătit, pictură, etc.).**

**Toate acțiunile de employer branding pe care le facem trebuie să contribuie, zilnic, la demersul companiei de a deveni și a se menține un angajator preferat.”**



**Alina Andrei**

Responsabil Employer Branding  
Auchan Retail România





# Politica de recrutare și retenție; rotația de personal, beneficii acordate

Am dezvoltat o procedură specială pentru recrutarea oamenilor noi. Astfel, în paginile procedurii interne, se regăsesc principii etice de bază precum transparența, egalitatea de șanse, diversitatea, dar și rolurile și responsabilitățile colegilor care se ocupă de recrutările interne sau externe pentru pozițiile disponibile în cadrul companiei.

Satisfacția angajaților noștri este de o importanță capitală pentru noi.

De aceea, 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,
- colțul Bookster.

Mai multe detalii despre politica noastră de resurse umane se pot găsi în Raportul de Sustenabilitate pentru anul 2020, prezent [aici](#).



**Sustenabilitatea înseamnă pentru noi grijă și rigurozitate în respectarea principiilor de etică, obiectivitate și echitate, pentru toți candidații externi și pentru toți angajații. Înseamnă a oferi transparent și pe criterii clare oportunități de carieră, de formare și dezvoltare. Astfel, pentru a avea un standard cât mai ridicat, am introdus în cadrul proceselor noastre de capital uman metodologii de evaluare moderne (teste psihometrice, teste standardizate, evaluări experiențele de tip „assessment center”).**

- Am lansat în 2021 Centrul de Excelență Auchan Refresh, ce reunește toate proiectele de evaluare, formare și acompaniere personalizată a angajaților ale căror roluri și meserii sunt în transformare, cu scopul de a-i susține cât mai eficient în saltul lor către nivelul următor al meseriei.
- Pentru o abordare sustenabilă a strategiei noastre de atracție de talent, am demarat programele Auchan StarTalents, dedicate integrării persoanelor cu dizabilități, tinerilor din medii defavorizate și a proaspeților absolvenți. În 2022 vom extinde aceste programe cu adresarea mai multor categorii sociale sau profesionale și cu facilitarea reconversiei profesionale.



**Aurelia Mihai**

Responsabil Recrutare și Dezvoltare  
Auchan Retail România

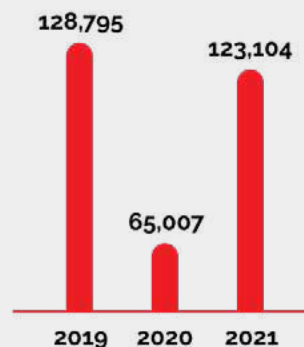
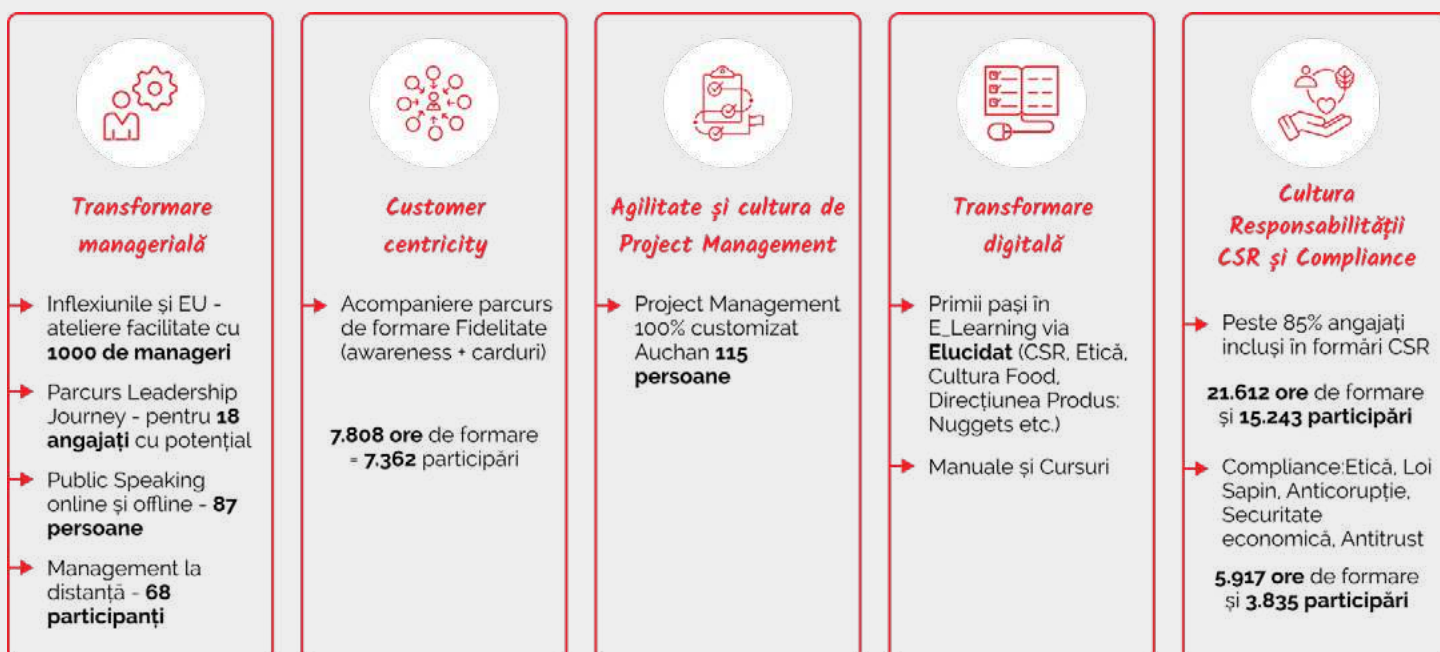
**Training profesional**

Angajații noștri beneficiază de o formare continuă care a însumat **113.739 de ore** de formare în 2021. La acestea au fost adăugate **9.365 de ore** aferente noilor angajați pentru cursurile de inducție, ceea ce a condus la un total de **123.104 de ore** de instruire pentru angajați.

→ În anul 2021 numărul orelor de formare **s-a dublat față de 2020**, în condiții de stare de alertă pandemică iar acest lucru se datorează și implementării metodologiei de formare în sistem self-learning.

**Victorii în formare 2021** - recuperarea volumelor și reluarea Școlilor de Meserii

- Obiectiv atins: **1h formare/angajat/lună** vs 0.91 în 2019
- **98%** angajați cu cel puțin o formare
- **Dublu ore de formare** față de 2020, în condiții de stare de alertă pandemică
- Reinventarea Școlilor și Parcursurilor de Meserii (Management comercial, Securitate, Carmangerie, Brutărie/Cofetărie, Pescărie, Gastronomie și Legume-fructe), elemente cu tradiție în Auchan.

**TOTAL ORE ANUAL****Formare 2021** - Transformare organizațională și managerială



**Construirea unui business sustenabil este în sine un proces de învățare, reînvățare și, mai în glumă, mai în serios, de dezvoltare. Din fericire, în Auchan profesionalizarea continuă este un punct forte atât pentru manageri, cât și pentru angajați. Este parte din ritualul meseriei. În 2021, 98% dintre angajați au participat la cel puțin o formare. Ne bucurăm că am dublat volumul orelor de curs față de 2020 (chiar și în condiții de stare de alertă pandemică).**

**Într-o companie caracterizată de diversitatea de meserii, proiecte, procese, produse și de transformare permanentă a acestora, suntem mândri de mobilizarea generală a echipelor atât în jurul școlilor comerciale și de meserii, dar și al formărilor de conștientizare a temelor de CSR, Compliance și Transformare culturală. Avem o cultură a învățării și tot ce avem de făcut este să devenim din ce în ce mai buni în ceea ce facem.**



**Ioana Olteanu**

Responsabil Formare Auchan Retail România



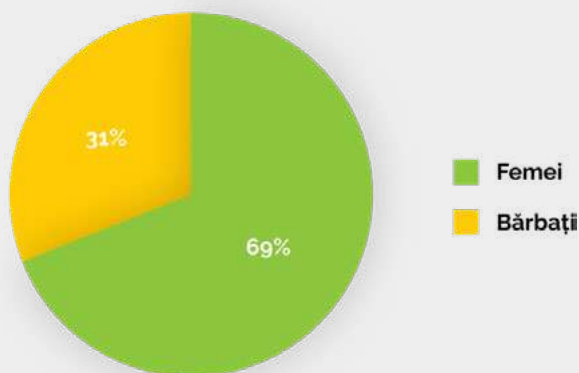
# Diversitate și incluziune

Diversitatea și incluziunea se află în centrul culturii noastre.

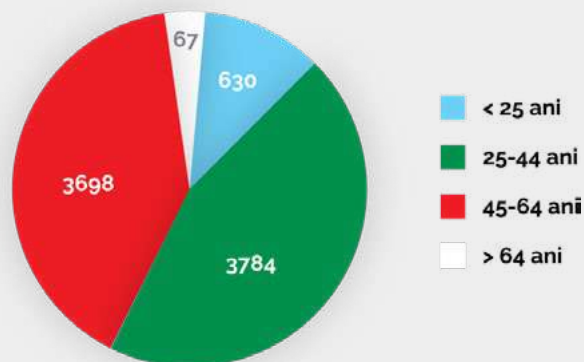
De ani de zile construim un loc de muncă incluziv, astfel încât toți colegii să aibă acces la aceleași oportunități de promovare și dezvoltare și să construim echipe care aduc valoare pe termen lung. Promovăm diversitatea, egalitatea și un mediu de lucru favorabil incluziunii, aspect garantat de Carta noastră de etică și de Comitetul nostru de etică, care supraveghează respectarea

acestor principii în activitățile noastre de zi cu zi. Nevoile zilnice ale clienților Auchan sunt multe și variate. Prin urmare, ne bazăm pe angajații a căror diversitate este o reflectare a comunităților locale, pentru a satisface cel mai bine așteptările fiecărui client. Ne angajăm cu tărie să promovăm diversitatea și să facem din aceasta un adevărat motor al performanței.

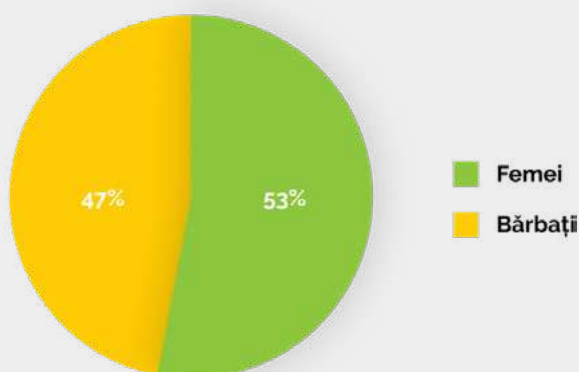
## Distribuția în funcție de gen\*



## Distribuția în funcție de vârstă\*



## Distribuția în funcție de management\*



 106 ANGAJAȚI  
CU DIZABILITĂȚI

\*La 30 Septembrie 2021

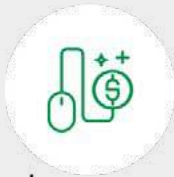
**Programele Auchan StarTalents****ELEVI ȘI ABSOLVENȚI DE LICEE ȘI ȘCOLI PROFESIONALE**

Contribuim la formarea și promovarea tinerilor viitori profesioniști în toate meseriile pe care le practicăm în magazinele noastre.

În colaborare cu licee și școli profesionale din orașele în care ne desfășurăm activitatea, primim clase de elevi în stagii de practică profesională în comerț și oferim tinerilor absolvenți oportunitatea unui start în carieră.

**STUDENȚI ȘI TINERI ABSOLVENȚI**

Am dezvoltat programul Auchan Trainee pentru studenți și tineri absolvenți care își doresc un avans în carieră. De asemenea pentru persoanele ce se află în primii ani de carieră în domeniul retailului modern, avem disponibil Programul Manager Departamente Comerciale Stagiari (MDC Stagiari). Programul oferă ocazia participanților de a-și dezvolta într-un ritm accelerat, atât cunoștințele de meserie specifice de comerț și gestiune, cât și competențele unui manager de succes.

**IT & E-COMMERCE**

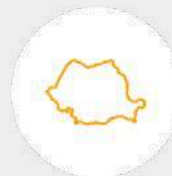
Ne dezvoltăm din ce în ce mai mult în domeniul IT și E-commerce, lansând proiecte noi și actualizându-ne instrumentele digitale. De aceea, suntem în permanentă cautare de noi talente și ne adresăm persoanelor la început de carieră în aceste domenii.

**INCLUZIUNE SOCIALĂ**

Pentru tinerii din medii defavorizate și persoanele cu dizabilități, identificăm, în zonele în care Auchan este prezent, oportunități de angajare, formare și dezvoltare potrivite pentru fiecare situație în parte. Împreună cu parteneri specializați, acordăm suport personalizat pentru integrare și pentru preluarea unui rol profesional în echipele noastre.

**RECONVERSIE PROFESIONALĂ**

Ne susținem angajații să își urmeze visele și pasiunile astfel încât suntem alături de aceștia în reconversia profesională și recalificare. Punem la dispoziție oportunități de angajare și calificare la locul de muncă în domenii precum brutărie, patiserie, gastronomie, carmangerie sau pescărie.

**ROMÂNII CARE VOR SĂ REVINĂ ÎN ȚARĂ**

Ne dorim să oferim și românilor care vor să revină în țară, un loc de muncă plătit corect, unde sunt tratați cu respect și susținuți în dezvoltarea profesională și personală. Astfel, prin secțiunea de joburi vacante, ce poate fi accesată pe site-ul Auchan România, oferim informații despre toate job-urile vacante disponibile în echipele noastre, în timp real.



# Auchan Refresh, programul nostru de evaluare, dezvoltare și formare a angajaților

Angajații noștri cred în învățarea și perfecționarea continuă și își doresc să fie la zi cu ceea ce este nou în meseriile lor. Aceste dorințe își găsesc răspunsul prin proiectul Auchan Refresh.

Proiectul de companie Auchan 2022 Cultura Food, precum și Programul strategic 2026, implică o transformare culturală, dezvoltarea angajaților și orientarea echipelor noastre către future of work.

Ne dorim să ne îmbunătățim eficacitatea, fiind mai aliniați cu ambițiile noastre, mai exigenți în atingerea standardelor de performanță și mai focalizați pe obiective.

**Noi, angajații Auchan, suntem primii ambasadori ai mărcii, iar cunoștințele și pasiunea noastră pentru meserie contribuie, în egală măsură, la realizarea proiectului de companie, dar și la bucuria și plăcerea pe care o simțim în activitatea noastră, la serviciu.**

**Auchan Refresh răspunde tendințelor și schimbărilor pieței, ale meseriilor, venind în întâmpinarea angajaților cu o soluție integrată care, pe lângă evaluare, aduce un plus de orientare, de coaching, formare, toate pentru a asigura cea mai bună evoluție profesională a echipelor.**



**Aurelia Mihai**

Responsabil Recrutare și Dezvoltare Auchan Retail România



**Meseriile din cadrul domeniului nostru se transformă, iar noi trebuie să ne asigurăm că reușim să susținem această evoluție, cu echipele noastre. În acest sens, ne-am adaptat și îmbogățit strategia, politicile și metodele de resurse umane. Am derulat deja proiecte de evaluare și dezvoltare pe anumite echipe, arii funcționale sau tipuri de roluri.**

Vom extinde abordarea și pentru alte meserii prin Auchan Refresh (Centrul De Excelență Auchan România), sub umbrela căruia vom concepe și derula proiectele și programele noastre de evaluare, dezvoltare și de formare continuă. Auchan România și-a asumat promisiunea de angajator „Te bucuri de viață” și, pornind de la aceasta, își propune ca demersurile de evaluare a angajaților săi să aibă cel mai înalt standard de obiectivitate, echitate și acuratețe, iar fiecare angajat participant să beneficieze de sesiuni de feedback și coaching în urma acestor acțiuni, astfel încât aceste demersuri să susțină cariera, planurile și obiectivele individuale de dezvoltare în aceeași măsură în care susțin viziunea și strategia companiei noastre.



**Adina Nanu**

Director Resurse Umane și Transformare Auchan Retail România

**Sănătatea și securitatea în muncă**

Siguranța angajaților este prioritară. Ne evaluăm periodic riscurile de accidentare și îmbolnăvire profesională și ne adaptăm măsurile de prevenție conform rezultatelor acestora.

Pe parcursul perioadei de raportare au fost înregistrate 58 de accidente de muncă, totalizând 437 zile de concediu de odihnă.

**#nuerecătărziiu**  
**PSP**

**Program de Sustenabilitate Personală**

În 2021, colegii au ales prin intermediul unui chestionar intern, să se implice, prin Programul de Sustenabilitate Personală, în activități axate pe protecția mediului și solidaritate socială.

Astfel, CSR întruchipat de companie și de angajații săi, a prins un nou sens, orice angajat având posibilitatea de a se implica în activități de responsabilitate, în mod individual sau cu sprijinul companiei.

Sprrijinim angajații să se implice prin acordarea unei zile pe an pentru proiecte de CSR și/sau 2 zile pentru activități de voluntariat, conform Contractului Colectiv de Muncă.

→ **Ziua CSR în companie reprezintă proiectele coordonate de Auchan în magazine sau Servicii Centrale.**

Angajații care își doresc să participe la activități de sustenabilitate trebuie să solicite printr-o aplicație online, după caz, o „Zi CSR” sau o zi de „Voluntariat”.



→ **Obiectivul CSR:** minim 3.000 de colegi implicați în proiecte de CSR sau voluntariat până la finalul anului 2021.

**Rezultatele PSP (Programul de Sustenabilitate Personală) în 2021, în cifre**

**Colegi implicați în Proiecte de CSR în 2021 = 3901**

**DONARE SÂNGE**

• **576** de persoane

**VOLUNTARIAT**

• **22** de zile

**PROIECTE CSR DE COMPANIE**

• **3.303** de persoane





Anul trecut am început cu pași timizi să facem acțiuni de CSR și ne-am gândit să ne îndreptăm atenția către două aspecte foarte importante din punctul meu de vedere: ajutorarea copiilor mai puțin norocoși și donarea de sânge.

Totul a început atunci când cei de la Crucea Roșie, filiala Hunedoara, ne-au cerut ajutorul pentru 15 ghiozdane echipate complet pentru copiii de la Rețeaua de Case familiale Orăștie. În urma discuțiilor avute cu aceștia am aflat, de fapt, că în acea rețea de case familiale locuiesc 28 de copii. În acel moment mi-am dat seama că putem face mai mult pentru acești copii, iar împreună cu colegii mei din magazinul Deva am decis să facem o colectă de rechizite școlare, cărți în stare bună, de acasă sau cărți noi, creioane, dulciuri, astfel încât toți cei 28 de copii să primească câte un ghiozdan complet echipat, pentru a începe fericiți un nou an școlar. Am demarat acțiunea "Școala - Un nou început!", care a fost un succes și prin care am reușit să strângem cele necesare pentru acești copii.

Am ales să le ducem personal aceste ghiozdane, împreună cu voluntarii de la Crucea Roșie. Momentul în care le-am dăruit copiilor, felul în care ne-au privit și s-au bucurat de cele primite a făcut mai mult decât orice mulțumire din partea acestora. Am simțit că în fiecare ghiozdan se regăsește un strop de fericire dăruit de către fiecare dintre colegii mei pentru acești copii și că a meritat tot efortul.

**Sunt fericită că pot promova și participa la astfel de activități minunate și le mulțumesc din suflet tuturor colegilor din Auchan Deva pentru că la fiecare acțiune au răspuns PREZENT. Sunt mândră de voi!**



**Simona Frantuzu**

Specialist Resurse Umane Auchan Deva



Unul dintre proiectele la care am lucrat împreună cu colegii mei este „Donează o carte”, care mi-a generat o serie de emoții puternice, și care mi-a arătat că o cauză nobilă poate mobiliza mai mulți oameni pentru aceeași dorință și într-un timp relativ scurt.

Scopul acestui proiect a fost promovarea cititului ca activitate distractivă în timpul liber, dar și de a facilita accesul la carte/informație pentru copiii din mediile defavorizate, așa cum sunt copiii din cadrul Asociației „Ana și copiii”.



Entuziasmul colegilor și cooptarea în astfel de acțiuni ne-au sudat pe noi ca echipă, făcându-ne să conștientizăm că uniți putem construi multe lucruri benefice celor din jur.

Am ales să susținem Asociația „Ana și Copiii” întrucât am văzut dăruirea voluntarilor de acolo, implicarea și plăcerea de a lucra cu acești copii, care provin din familii monoparentale, din familii cu părinți plecați la muncă în străinătate sau din familii cu situații medicale dificile astfel încât nu am putut rămâne indiferenți la nevoile acestora.



**Cristina Hromiuc**

Responsabil Resurse Umane Auchan Berceni



Știind că fiecare acțiune, indiferent de dimensiunea ei, contează enorm și are un impact asupra mediului și comunității, am desfășurat peste **30 de acțiuni** și am acumulat **3901 de colegi implicați în proiecte de CSR și Voluntariat**, prin **Programul de Sustenabilitate Personală**.

→ **Targetul pentru 2021 a fost depășit cu 30%.**

Ne dorim ca prin acțiunile pe care le întreprindem și prin puterea exemplului să putem forma și influența un comportament responsabil pentru clienți și comunitate. Astfel, programele noastre de voluntariat sunt deschise și chiar ne dorim atragerea unui număr tot mai mare de participanți în cadrul acțiunilor și campaniilor noastre.



→ **Programul de Sustenabilitate Personală este conturat în jurul temelor:**

- \* Mediu
- \* Alimentație sănătoasă/ Cultura Food
- \* Solidaritate alimentară
- \* Solidaritate socială

Mobilizarea angajaților pentru a realiza transformarea culturală și dorința lor de a fi mai aliniați și mai focusați pe acțiuni responsabile a fost una fantastică.

## Pe scurt, proiectele noastre de CSR:

### Campania de donare de sânge

- \* **365 de donatori**
- \* **164 litri** de sânge colectat = **1.095 vieți** salvate
- \* magazine implicate - **13 hipermarketuri**



### Campania de colectare DEEE-uri din sediul central și platforme

- \* perioada campaniei: **15 - 29 noiembrie 2021**
- \* număr angajați implicați: **53 angajați**
- \* **185 de bucăți DEEE-uri** colectate (290 kg)

Pentru a promova principiile de economie circulară și a susține sistemul de educație român, am donat echipamente IT de mai mulți ani către Ateliere Fără Frontiere, care sunt recondiționate și donate școlilor.

În anul 2021 am predat responsabil **3.241 kg** de echipamente electrice și electronice către partener, reușind astfel să evităm poluarea mediului cu **68.121 kg de emisii CO2** prin reutilizare și reciclare.

→ Pentru a încuraja spiritul responsabil și sustenabil al angajaților, **am lansat procedura „Ghidul Voluntarului”**, care detaliază condițiile prin care fiecare colaborator poate face „Voluntariat”.



De câțiva ani am început să echipez la începerea școlii 1-2 copii. De ce? Începerea școlii presupune multe costuri pentru părinți, iar din păcate nu toți își permit să le ofere copiilor tot ceea ce își doresc. Am o sensibilitate atunci când vine vorba despre copii și diferențe sociale, aud adesea: "Eu am primit tabletă", iar celălalt poate nici nu a văzut una.

Tocmai de aceea aleg în fiecare an la începerea școlii să-mi imaginez cât de bucuros merge un copil la școală cu un ghiozdan nou, cu un penar în care are de toate și cu cele mai frumoase coperți de caiete.

Acesta este un proiect personal, iar în 2021 am reușit cu ajutorul surorii mele și al unui prieten și, totodată, coleg să aducem bucurie pentru 2 copii.

Această experiență încerc să o împărtășesc și celor din jurul meu. Fiecare dintre noi poate ajuta la rândul său pe cineva, fiecare dintre noi putem face cel puțin o dată pe an pe cineva să zâmbească. Mă simt împlinită atunci când fac aceste lucruri, iar sentimentele de bucurie rămân întipărite mai ales atunci când îmi amintesc cu câtă bucurie acești copii și-au despachetat ghiozdanele.



**Mădălina** *Mălinaș*

Șef de echipă, Auchan Cluj Iulius



**Până anul trecut am activat ca membru și voluntar în cadrul Asociației Montane Carpați, dar și în cadrul Asociației Florin și prietenii, în slujba muntelui ca voluntar. Ei bine, sunt un pasionat de drumeții montane, mă regăsesc pe vârfuri de munți, muntele îmi oferă liniștea necesară dar și sănătatea corporală și spirituală. De aceea, prin acțiunile mele vreau să îi întorc muntelui o foarte mică parte din ce îmi oferă mie. Dar și pentru dezvoltarea turismului montan. Sunt multe de spus despre acest subiect și multe de făcut în acest domeniu; refacerea și întreținerea traseelor turistice montane (marcări, remarcări, curățare și întreținere poteci, întreținerea și construirea refugiilor montane etc).**

**Eu și cei ca mine avem o vorbă:  
FĂ-ȚI UN DAR, FII VOLUNTAR!**



**Florin Octavian** *Preda*

Operator vânzător polivalent, Auchan Ploiești



**Auchan** | RETAIL  
ROMÂNIA

# Comunități sustenabile

- + 9.1 Informații generale
- + 9.2 Impactul social



## Informații generale

Pentru onorarea acestor ambiții, am aliniat prioritățile noastre în materie de responsabilitate socială cu obiectivele de dezvoltare durabilă ale Organizației Națiunilor Unite.

Având în vedere acestea, unul dintre pilonii pe care noi ne axăm este acela referitor la „Angajamente Sociale și Societate”.

Într-o societate în care căutarea sensului și a responsabilității este din ce în ce mai importantă, această abordare încurajează, promovează și cultivă în angajații noștri un angajament responsabil și le oferă un sentiment real de mândrie în profesia lor.

În anul 2021 am continuat să încurajăm donațiile de alimente prin parteneriatul nostru cu Banca pentru Colectarea și Distribuirea Alimentelor, ne-am angrenat în proiecte sociale menite să susțină elevii din România și să prevină abandonul școlar și am sprijinit tinerii din categoriile defavorizate să (re)între în câmpul muncii și să aducem un zâmbet copiilor cu boli grave internați pe termen lung.

Încercăm în mod constant să fim solidari față de comunități și să ajungem prin acțiunile noastre, prioritar, la grupurile cele mai vulnerabile. Implicăm stakeholderii (clienți, angajați și parteneri) pentru a susține un număr cât mai mare de beneficiari.

Prin toate activitățile întreprinse urmărim să protejăm mediul înconjurător, să promovăm alimentația sănătoasă, să reducem risipa alimentară și să fim solidari social.

→ Valoarea totală a donațiilor din anul 2021 a atins valoarea de **1,324,121 RON (267,499 EUR)\***, în creștere cu **272%** față de anul 2020.



\*Perioada de raportare fiind 01 Ianuarie 2021 - 31 Decembrie 2021.



# Impactul social

În 2021, am dezvoltat și continuat parteneriate importante printre care:

- ♦ **Fundația Fara**, care oferă sprijin și servicii specializate pentru a atenua consecințele sărăciei. **Contribuția noastră: 443.370 RON (89.570 EUR) în cadrul campaniei TITI și 56.771 RON (11.469 EUR) în cadrul campaniei Morning Glory, Morning Glory, Investim în Juniori.**
- ♦ **Viitor Plus**, organizație non-profit înființată cu scopul de a participa la transpunerea în practică a conceptului de dezvoltare durabilă (sustenabilă). **Contribuția noastră: 88.667 RON (17.913 EUR).**
- ♦ **Asociația Narada** proiectează și adaptează inițiative care să contribuie la scăderea ratei analfabetismului în România și aducerea educației în secolul 21. **Contribuția noastră: 81.460 RON (16.457 EUR).**
- ♦ **Asociația Banca pentru Colectarea și Distribuirea Alimentelor** a cărui principal obiectiv este combaterea risipei alimentare. **Contribuția noastră: 25.000 RON (5.050 EUR) și produse donate în valoare de: 249.040 RON (50.311 EUR).**

- ♦ **Asociația Touched**, organizație caritabilă care oferă sprijin material și moral femeilor marginalizate și copiilor acestora. **Produse donate în valoare de: 51.066 RON (10.316 EUR).**
- ♦ **Liceul Tehnologic Special Pentru Deficienți de Auz Cluj Napoca**. **Produse donate în valoare de: 27.073 RON (5.469 EUR).**
- ♦ **Fundația Culturală Remember Enescu**, creată cu scopul de a realiza programe culturale, recitaluri, cursuri de măiestrie, concerte, gale. **Suma donată: 24.637 RON (5.000 EUR).**
- ♦ **Asociația Aripi Spre Viață** urmărește îmbunătățirea condițiilor de îngrijire pentru copiii și tinerii afectați de leucemie, cancer și alte boli grave. **Produse donate în valoare de: 8.983 RON (1.815 EUR).**





## Angajamente comunitare și sprijinirea comunității locale

Prin angajamentele noastre comunitare asumate, ne-am propus să fim un susținător ferm al dezvoltării comunităților locale. În acest sens, am demarat multiple proiecte sociale.

## Amenajarea cantinei sociale din Liceul Special pentru Deficienți de Auz

Am investit în dotarea și amenajarea sălii de mese din incinta noului internat al Liceului Tehnologic Special pentru Deficienți de Auz din Cluj-Napoca, oferind astfel unui număr de peste **150 de elevi** condiții moderne pentru servirea mesei într-un spațiu complet utilat.



**„Misiunea școlii noastre este să le oferim copiilor cu deficiență de auz condiții optime de educație, cazare și masă. Vă mulțumim că ne-ați ajutat să-i primim pe elevi într-un spațiu de servit masa deosebit de frumos aranjat, dotat cu tot ceea ce este necesar, călduros, primitor, amenajat cu multă pricepere, entuziasm, creativitate și dăruire de echipa Auchan.”**



**Nicoleta Dunca**

Directorul Liceului Tehnologic Special Pentru Deficienți de Auz din Cluj



## Campania de strângere de fonduri „Castorul Titi”

De asemenea, pe parcursul anului 2021 am continuat colaborarea noastră cu Fundația FARA, a cărei scop principal este acela de a combate sărăcia prin educație.

Fundația oferă suport educațional, familial și social copiilor care provin din medii vulnerabile și familiilor acestora. În acest sens, din donații provenite din vânzarea jucăriei castorul Titi a fost strânsă o sumă care depășește 300.000 LEI.



“Castorul Titi este astăzi mai mult decât o jucărie simpatică, este un simbol al compasiunii celor care l-au cumpărat și cărora le mulțumim. Ne dorim ca împreună cu Auchan să continuăm să oferim sprijin pentru integrare socială, educațională și profesională pentru cei 300 de copii vulnerabili din programul Prevenirea și Combaterea Sărăciei prin Educație. Mulțumim întregii echipe de profesioniști Auchan pentru susținere și pentru implicare în schimbarea vieții persoanelor vulnerabile și a comunității.”



Roxana Grip &  
Regina Bulai

Echipe de conducere executivă a Fundației FARA





## Susținerea renovării Liceului din Sascut

Sprijinirea educației este un aspect important al activității noastre de CSR, fiind unul dintre obiectivele de dezvoltare sustenabilă la care am aderat. Acest aspect, împreună cu necesitatea combaterii problemelor de mediu ne-au determinat să extindem gamele de **rechizite ecologice** (gamele de produse marcă proprie realizate din plastic reciclat) și să donăm **10%** din vânzările acestora pentru susținerea educației. Astfel, în 2021, numărul de produse de acest fel a crescut cu **50%** față de anul trecut.

Mai mult, am donat 10% din vânzările gamei de papetărie marcă proprie eco-friendly pentru a sprijini modernizarea unui liceu din județul Bacău. Astfel, printr-un parteneriat cu Organizația Narada, am susținut financiar mobilarea claselor Liceului Tehnologic „Jaques M. Elias” din localitatea Sascut, contribuind la crearea unui mediu de învățare adecvat pentru cei peste 400 de elevi ai unității școlare.



## Campania de strângere de fonduri de Ziua Mondială a Alimentației Sănătoase

Un alt proiect centrat pe bunăstarea comunităților, a fost desfășurat în perioada 15 - 17 Octombrie, sub sloganul „Mănânci și ajuți pe alții” și a marcat Ziua Mondială a Alimentației printr-o campanie de strângere de fonduri.

Toate veniturile obținute în urma vânzării a celor patru preparate sănătoase dezvoltate de către Răzvan Exarhu au fost donate către Asociația Banca pentru Alimente, aceasta inițiativă urmărind să ajute asociația să își atingă scopul de a combate risipa de alimente.



## Sprijin pentru copiii din spitale

Sănătatea și bunăstarea comunităților reprezintă în egală măsură o prioritate strategică pentru compania noastră.

Ne-am alăturat Asociației „Aripi spre Viață” și, prin proiectul „1 iunie pentru copiii din spitale”, am donat unui număr de **250 de copii bolnavi** de leucemie, cancer și alte boli grave, pachete cu jucării, articole de igienă și produse alimentare.

Proiectul s-a adresat copiilor internați în cele două mari spitale din București, Institutul Clinic Fundeni și Spitalul Clinic de Urgență pentru copii M.S. Curie.



**„În acest proiect am primit sprijinul Auchan și al partenerilor pentru a realiza un pachet complet cu produse de îngrijire și igienă, dulciuri, sucuri și jucării, pachet care înseamnă foarte mult pentru o familie greu încercată și o bucurie imensă pentru un copil care stă o lună și chiar mai mult internat în spital, trece prin tratamente greu de îndurat și luptă cu mult curaj pentru a învinge cancerul sau altă boală gravă.”**



**Nicoleta Stoenescu**  
Președinte Asociația Aripi spre Viață



# Campania Morning Glory, Morning Glory, Investim în Juniory

**Sprrijinirea comunităților vulnerabile face parte din dorința noastră de a avea un impact pozitiv la nivel social.**

În perioada Octombrie - Decembrie 2021, am demarat Campania Morning Glory, campanie prin care au fost comercializate tricouri și căni personalizate cu expresiile și glumele lui Răzvan Exarhu în magazinele Auchan.

Campania a fost destinată susținerii copiilor din medii defavorizate și orice produs achiziționat a reprezentat o donație de 15% din prețul său către Fundația FARA.

În urma acțiunii, peste 300 de copii, cu vârste cuprinse între 3 și 11 ani, din localitățile Baia, Preutești, Bogata și Bahna Arin, din județul Suceava, au beneficiat de îmbrăcăminte și încălțăminte pentru iarnă, precum și de alimentele necesare unei mese de Crăciun în familie.

**“Ne simțim foarte bine când facem fapte bune, de fapt, alături de audiențele pe care le facem și care cresc continuu, asta e o răsplată la fel de valoroasă pentru noi cei care ne trezim în fiecare dimineață la 5 fără un sfert. Suntem, firește și mândri să fim parte a acestui proiect generos prin care facem ceva concret pentru acei copii care se nasc cu inegalitate de șanse.**

**Altfel spus, Morning Glory, Morning Glory, E mândri-realizatory/ Și e fericiți că poate/ Să ajute juniory. Mai facem, că ne place.”**



**Răzvan Exarhu**

Realizatorul emisiunii Morning Glory, Rock FM





Anul 2021 a fost un an plin de provocări, dar și de succes pentru compania noastră și pentru angajații noștri. Tema comună pentru toate proiectele noastre a fost „angajamentul”, deoarece echipe întregi au luat parte la Programul de Sustenabilitate Personală și au adoptat aceeași mentalitate sustenabilă care se reflectă și în strategia noastră generală. Aproape jumătate dintre colegii noștri au dedicat cel puțin o zi pentru activități de sustenabilitate, CSR și voluntariat.

Am inițiat, de asemenea, ceea ce va deveni „cel mai mare proiect de sustenabilitate al Auchan, proiectul Climat. Proiectul reunește la aceeași masă echipele noastre de Probus, Logistică și Tehnic, alături de alți profesioniști relevanți din țările în care Auchan este prezent. Scopul este să pregătim foaia de parcurs pentru obiectivele noastre ambițioase privind clima, care se vor alinia la Acordul de la Paris.

Ne-am continuat angajamentul ferm de a combate risipa alimentară: am finalizat implementarea proiectului nostru Zero Risipă în toate supermarketurile și magazinele de proximitate. Unul dintre principalele obiective ale proiectului a fost acela de a deveni mai orientat către date prin includerea în proiect a algoritmilor de inteligență artificială, ceea ce ne-a permis să combatem risipa alimentară cu ajutorul unei tehnologii avansate, dar și să oferim clienților noștri oferte competitive, având în vedere provocările macroeconomice actuale.

De asemenea, am lansat, cu sprijinul echipelor noastre de produs, proiectul “O nouă viață”, o inițiativă unică în România în materie de economie circulară care integrează în magazinele noastre textilele pre purtate, ceea ce ne face pionieri și lideri în rândul companiilor de retail alimentar prezente în România. Acest proiect face parte din eforturile noastre constante îndreptate către schimbarea comportamentului consumatorilor și integrarea unor alegeri mai responsabile.

Ne asigurăm în permanență că sustenabilitatea se reflectă în mod constant în programele noastre de formare și în dezvoltarea produselor. Întreaga noastră echipă a fost instruită cu privire la toate aspectele legate de risipa alimentară, reducerea plasticului și puterea alimentelor sănătoase.

Încă avem un drum lung de parcurs, dar am încredere deplină că suntem pe drumul cel bun pentru a ne atinge obiectivele de sustenabilitate. Vom continua să ne dedicăm creării de alianțe puternice cu partenerii noștri de afaceri și producătorii locali, ONG-urile, autoritățile publice, în timp ce ne orientăm afacerea către un model de afaceri sustenabil, către o economie mai circulară și evident către un sistem de producție și un consum mai responsabil.



**Corina Dospinoiu**

Responsabil CSR Auchan Retail România



**Auchan** | RETAIL  
ROMÂNIA

# Anexă

+ 10.1 Indicatori GRI





# Tabel Indicatori GRI

Prezentare	Pagină	Informații, comentarii, capitole/subcapitole
<b>Standard GRI</b>		<b>GRI 101: Fundament 2021</b> <b>Teme materiale generale</b> <b>GRI 102: Temă materială generală 2021</b>
<b>Profil organizațional</b>		
102-1 Denumirea organizației	8	Despre raportul de sustenabilitate.
102-2 Activități, mărci, produse și servicii	16; 55	Imaginea de ansamblu; Produsele și serviciile noastre.
102-3 Amplasarea sediului	2	Detalii generale.
102-4 Amplasarea operațiunilor	17; 55	Povestea noastră; Produsele și serviciile noastre.
102-5 Amplasarea operațiunilor	8	Societate pe acțiuni - S.A. - Despre raportul de sustenabilitate
102-6 Piețe deservite	16-17; 55	Imaginea de ansamblu; Produsele și serviciile noastre.
102-7 Scara organizației	21	Guvernanța și managementul organizației.
102-8 Informații despre angajați și alți lucrători	16; 34-36	Imaginea de ansamblu; Relația cu furnizorii.
102-9 Lanț de aprovizionare	32	Lanțul valoric.
102-11 Principiul sau abordarea de precauție	49-50	Strategia de sustenabilitate
102-13 Calitatea de membru al asociațiilor/Afilieri	38	Grupuri și asocieri.
<b>Strategie</b>		
102-14 Declarație din partea decidentului	5	Declarație CEO.
<b>Etică și integritate</b>		
102-16 Valori, principii, standarde și norme de comportament	19-20	Viziunea și misiunea Auchan; Valorile Auchan.
<b>Guvernanță</b>		
102-18 Structura de guvernare	21	Guvernanța și managementul organizației.
102-19 Autoritatea de delegare	21	Guvernanța și managementul organizației.
102-20 Responsabilitate la nivel executiv pentru teme economice, de mediu și sociale	21	Guvernanța și managementul organizației.
102-21 Consultarea părților interesate pe teme economice, de mediu și sociale	34-36	Relația cu furnizorii.
102-22 Președinte al celui mai înalt organ de guvernare	21	Guvernanța și managementul organizației.
102-24 Desemnarea și selectarea celui mai înalt organ de guvernare	21	Guvernanța și managementul organizației.
102-26 Rolul celui mai înalt organ de guvernare în stabilirea scopului, valorilor și strategiei	21	Guvernanța și managementul organizației.





Prezentare	Pagină	Informații, comentarii, capitole/subcapitole
<b>Governanță</b>		
102-29 Identificarea și gestionarea impactului economic, de mediu și social	30-32	Impact economic; Obligațiile de raportare conform Regulamentului UE privind taxonomia.
102-30 Eficacitatea proceselor de management al riscurilor	27-28	Managementul riscului; Securitatea amplasamentelor.
<b>Implicarea părților interesate</b>		
102-40 Lista părților interesate	11	Dialog cu părțile interesate.
102-42 Identificarea și selectarea părților interesate	11	Dialog cu părțile interesate.
102-43 Abordarea implicării părților interesate	12-13	Construcția analizei de materialitate.
<b>Practici de raportare</b>		
102-46 Definirea conținutului raportului și a limitelor temelor	8; 12-15	Despre raport; Construcția Analizei de materialitate; Teme materiale.
102-47 Lista temelor importante	14-15; 19-20	Teme materiale; Viziunea și misiunea Auchan; Valorile Auchan.
102-49 Modificări semnificative în perioadele anterioare de raportare	N/A	Nu există modificări semnificative în lista subiectelor materiale și limitelor subiectelor comparativ cu perioadele anterioare de raportare.
102-50 Perioada de raportare	8	01/01/2021-31/12/2021; 1/10/2020 - 30/09/2021.
102-52 Ciclu de raportare	8	Raportare anuală și an glisant.
102-53 Punct de contact pentru întrebări referitoare la raport	2	Departamentul de CSR Auchan România comisieCSR@auchan.ro
102-54 Declarație privind raportarea în conformitate cu standardele GRI	8; 11-13	Despre raportul de sustenabilitate; Construcția Analizei de materialitate.
102-55 Indicele de context GRI	112-116	Tabel Indicatori GRI.
<b>Standard GRI</b>		
<b>GRI 103: Abordarea managementului 2021</b>		
103-1 Explicația temei importante și limita acesteia	14-15	Analiza de materialitate - Teme materiale.
103-2 Abordarea managementului și componentele sale	49-50	Strategia de sustenabilitate Auchan Retail.
<b>Standard GRI</b>		
<b>Teme materiale specifice</b>		
<b>Seria 200 (Teme economice)</b>		
<b>GRI 201: Performanță economică 2021</b>		
201-1 Evaluarea indicatorilor financiari	30	Impact economic.
<b>Standard GRI</b>		
<b>GRI 205: Anticorupție 2021</b>		
205-1 Operațiuni evaluate pentru riscuri legate de corupție	22-27	Etică și bune practici în afaceri; Managementul riscului.
205-2 Comunicare și instruire cu privire la politicile și procedurile anticorupție	22-27	Etică și bune practici în afaceri; Managementul riscului.
205-3 Incidente confirmate de corupție și acțiuni întreprinse	24	Puncte cheie legate de Etică și Conformitate.
<b>Standard GRI</b>		
<b>GRI 206: Comportament anticoncurențial 2016</b>		
206-1 Acțiuni legale pentru comportament anticoncurențial, anti-trust și practici de monopol	22-24	Etică și bune practici în afaceri; Puncte de etică și conformitate.



Prezentare	Pagină	Informații, comentarii, capitole/subcapitole
<b>Practici de raportare</b>		
<b>Standard GRI</b>		<b>Seria 300 (Teme de mediu)</b> <b>GRI 302: Energie 2021</b>
302-1 Consumul de energie în cadrul organizației	76-77	Gestionarea consumului de energie (gaz, electric, carburanți) și apă.
302-4 Reducerea consumului de energie	71-77	Amprenta de carbon; Structura amprentei de carbon; Gestionarea consumului de energie (gaz, electric, carburanți) și apă.
<b>Standard GRI</b>		<b>GRI 303</b>
303-5 Consumul de apă	76-77	Gestionarea consumului de energie (gaz, electric, carburanți) și apă.
<b>Standard GRI</b>		<b>GRI 304: Biodiversitate 2021</b>
304-1 Sedii de desfășurare a activității deținute, închiriate, gestionate sau învecinate cu zone protejate și zone cu valoare ridicată a biodiversității în afara zonelor protejate	N/A	N/A
304-2 Impacturi semnificative ale activităților, produselor și serviciilor asupra biodiversității	57-59	Produsele și serviciile noastre.
<b>Standard GRI</b>		<b>GRI 305: Emisii</b>
305-1 Emisii directe Scop 1 GES	74-75	Structura amprentei de carbon.
305-2 Emisii indirecte Scop 2 GES	74-75	Structura amprentei de carbon.
305-3 Emisii indirecte Scop 3 GES	74-75	Structura amprentei de carbon.
305-5 Reducerea emisiilor cu efect de seră	73-75	Amprenta de carbon; Structura amprentei de carbon.
<b>Standard GRI</b>		<b>GRI 306: Efluenți și deșeuri 2021</b>
306-2 Deșeuri după tip și metoda de eliminare	68-69	Managementul deșeurilor.
306-4 Deșeuri deviate de la eliminare	80-84	Economia circulară.
<b>Standard GRI</b>		<b>GRI 307: Conformare legislativă în domeniul mediului 2021</b>
307-1 Nerespectarea legilor și reglementărilor de mediu	78	Managementul riscurilor de mediu.
<b>Standard GRI</b>		<b>GRI 308: Evaluarea de mediu a furnizorilor 2021</b>
308-1 Noi furnizori care au fost analizați utilizând criteriile de mediu	32-36	Lanțul valoric; Relația cu furnizorii.
308-2 Impacturi negative asupra mediului în lanțul de aprovizionare și acțiuni întreprinse	31-35	Lanțul valoric; Relația cu furnizorii.
<b>Standard GRI</b>		<b>Seria 400 (Teme sociale)</b> <b>GRI 401: Locuri de muncă 2021</b>
401-1 Angajații noi și rulajul angajaților	N/A	N/A
401-2 Beneficii oferite angajaților cu normă întreagă care nu sunt furnizate angajaților temporari sau cu jumătate de normă	89-91	Politica de recurate și retenție, rotația de personal, beneficii acordate.



Prezentare	Pagină	Informații, comentarii, capitole/subcapitole
<b>Practici de raportare</b>		
<b>Standard GRI</b>		
<b>GRI 402: Relații de muncă/management 2021</b>		
402-1 Perioade minime de notificare privind modificările operaționale	89-91	Politica de recurate și retenție, rotația de personal, beneficii acordate.
<b>Standard GRI</b>		
<b>GRI 403: Sănătate și securitate la locul de muncă 2021</b>		
403-1 Sistem de management al sănătății și securității în muncă	28; 96	Securitatea amplasamentelor; Programul de sustenabilitate personală.
403-2 Identificarea pericolului, evaluarea riscurilor și investigarea incidentelor	29-30; 96	Răspunsul la Covid-19; Programul de sustenabilitate personală.
403-3 Servicii de sănătate în muncă	94-101	Auchan Refresh, programul nostru de evaluare, dezvoltare și formare a angajaților; Programul de sustenabilitate personală.
403-4 Participarea, consultarea și comunicarea lucrătorilor privind securitatea și sănătatea în muncă	94-101	Auchan Refresh, programul nostru de evaluare, dezvoltare și formare a angajaților; Programul de sustenabilitate personală.
403-5 Pregătirea angajaților în domeniul sănătății și securității în muncă	29; 94-101	Răspunsul la Covid-19; Auchan Refresh, programul nostru de evaluare, dezvoltare și formare a angajaților; Programul de sustenabilitate personală.
403-6 Promovarea sănătății angajaților	60; 94-101	Educarea clientilor si angajatilor; Auchan Refresh, programul nostru de evaluare, dezvoltare și formare a angajaților; Programul de sustenabilitate personală.
403-7 Prevenirea și atenuarea impactului asupra securității și sănătății în muncă legate direct de relațiile de afaceri	29; 60; 94-101	Răspunsul la Covid-19; Educarea clientilor si angajatilor; Auchan Refresh, programul nostru de evaluare, dezvoltare și formare a angajaților; Programul de sustenabilitate personală.
<b>Standard GRI</b>		
<b>GRI 404: Instruire și educație 2021</b>		
404-1 Ore medii de instruire pe an pe angajat	90	Politica de recurate și retenție, rotația de personal, beneficii acordate.
404-3 Procentajul angajaților care au primit periodic o evaluare a performanțelor și a dezvoltării carierei	90	Politica de recurate și retenție, rotația de personal, beneficii acordate.
<b>Standard GRI</b>		
<b>GRI 405: Diversitate și egalitate de șanse 2021</b>		
405-1 Diversitate în structurile de conducere și angajați	92	Diversitate și incluziune.
<b>Standard GRI</b>		
<b>GRI 406: Nediscriminare 2021</b>		
406-1 Incidente de discriminare și acțiuni corective întreprinse	92	Diversitate și incluziune.
<b>Standard GRI</b>		
<b>GRI 412: Evaluarea drepturilor omului 2021</b>		
412-3 Contractele și contractele semnificative de investiții care includ clauze privind drepturile omului sau care au făcut obiectul unei examinări a drepturilor omului	N/A	N/A
<b>Standard GRI</b>		
<b>GRI 413: Comunități locale 2021</b>		
413-1 Operațiuni cu implicarea comunității locale, evaluări de impact și programe de dezvoltare	80-84; 102-109	Economia circulară, Comunități sustenabile.
<b>Standard GRI</b>		
<b>GRI 414: Evaluarea socială a furnizorilor 2021</b>		
414-1 Noi furnizori care au fost analizați după criteriile sociale	32-36	Lanțul valoric; Relația cu furnizorii.
414-2 Impacturi sociale negative în lanțul de aprovizionare și acțiuni întreprinse	32-36	Lanțul valoric; Relația cu furnizorii.



Prezentare	Pagină	Informații, comentarii, capitole/subcapitole
<b>Practici de raportare</b>		
<b>Standard GRI</b> <b>GRI 415: Politici publice 2021</b>		
415-1 Contribuții politice	N/A	Fără contribuții politice.
<b>Standard GRI</b> <b>GRI 2016</b>		
102-15 Impacturi, riscuri și oportunități cheie	27-28	Managementul riscului; Securitatea amplasamentelor.
102-44 Teme-cheie și preocupări care au fost ridicate prin implicarea părților interesate	14-15	Teme materiale.



**Raport de**  
*Sustenabilitate*

2021