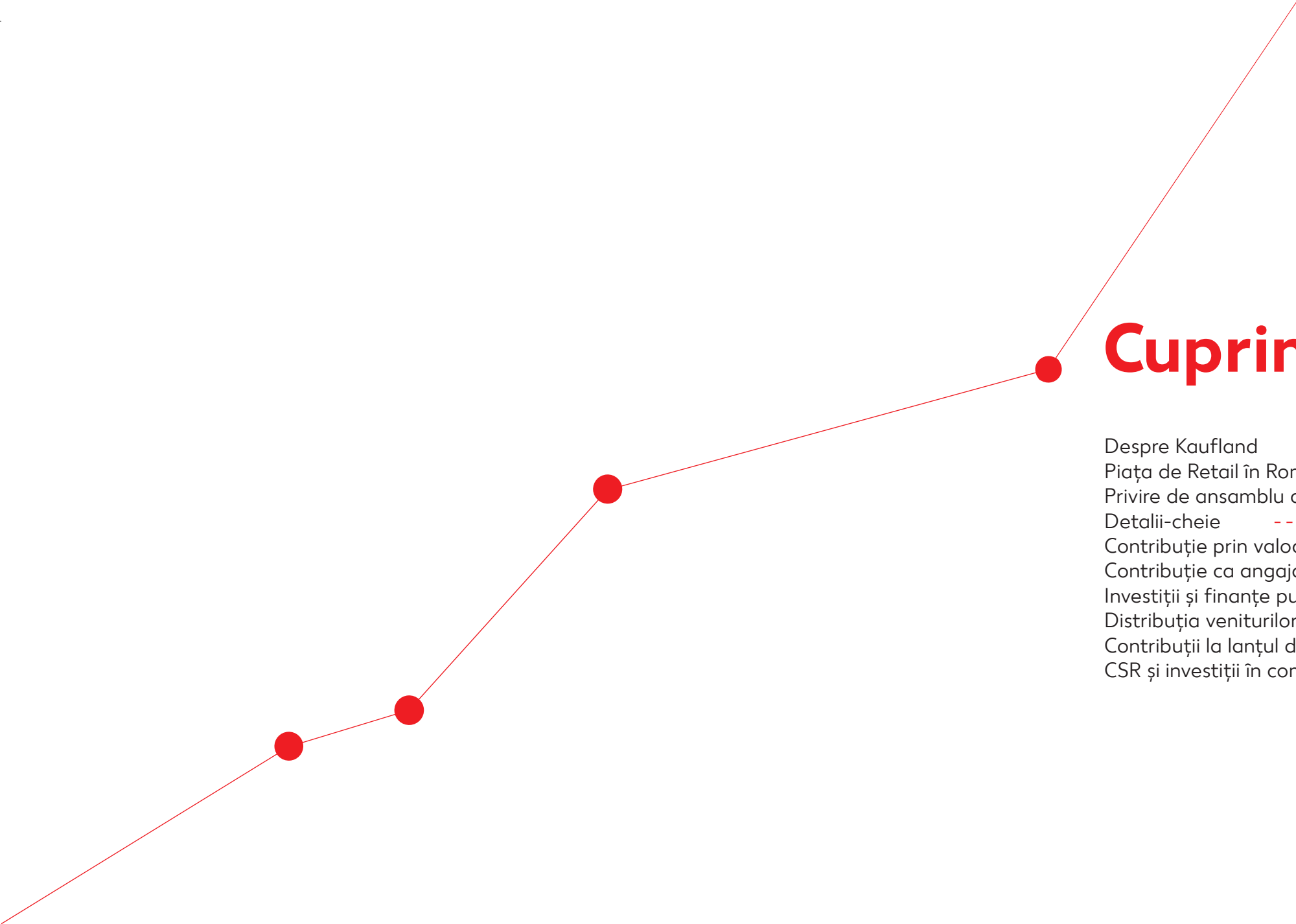






Cuprins

Despre Kaufland	3
Piața de Retail în România	4
Privire de ansamblu asupra numerelor	8
Detalii-cheie	10
Contribuție prin valoare adăugată	12
Contribuție ca angajator	14
Investiții și finanțe publice	16
Distribuția veniturilor	18
Contribuții la lanțul de furnizori	20
CSR și investiții în comunitate	22



Kaufland

Cu sediul în Neckarsulm, Germania, Kaufland este o componentă a grupului Schwarz, al patrulea cel mai mare retailer din lume. Kaufland se numără printre cele mai mari companii de retail din Europa, cu peste 1.300 de magazine și peste 132.000 de angajați în 8 țări. Kaufland este unul dintre cei mai mari retaileri din România cu cota de piață de 14,1% în 2018.

Compania este prezentă în România din 2005 prin Kaufland România S.C.S. (Kaufland România). Primul magazin Kaufland s-a deschis în București, iar acum Kaufland România s-a extins în toată țara, ajungând la 120 de magazine până la sfârșitul exercițiului financiar 2018 (în prezent 127 de puncte de vânzare în decembrie 2019).

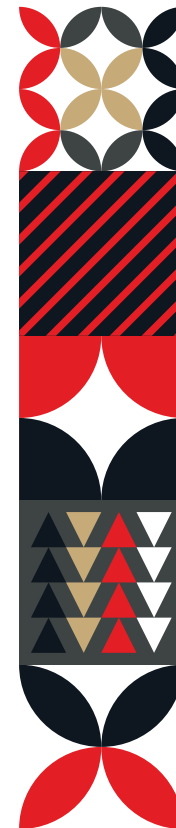
Suntem o companie internațională care se concentrează pe performanță, dinamism și corectitudine. Aceste valori ne ghidează și ne motivează. Obiectivul nostru este să aplicăm cele mai inovatoare tehnologii în domeniul retail, astfel încât clienții să se bucure de produse proaspete, la cel mai bun raport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

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

România

Piața românească de FMCG a generat vânzări de peste 45 de miliarde de euro în 2018. Industria are 900.000 de angajați în toată România iar bunurile variază de la produse alimentare la electronice sau chiar materiale de construcții. Sectorul de retail FMCG este o piață de aproximativ 12 miliarde de euro, cu peste 2500 de magazine, dominată de 10 jucători internaționali. 58% din piață poate fi categorisită ca Modern Retail, ceea ce include un segment de hypermarketuri de 27,5% din piață.

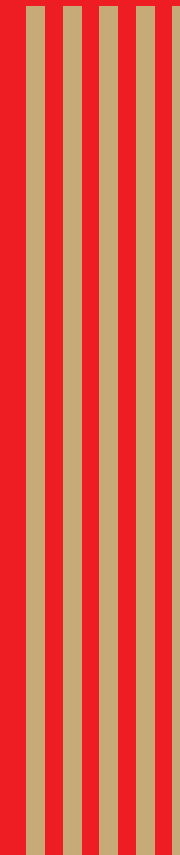
Principalele produse sunt cele alimentare, cu 53,9% din vânzări, urmate de drogherie cu 17,2%. În 2018, 27,8% din cheltuielile unei gospodării românești s-au dus pe cumpărături de alimente, cel mai mare procent din Uniunea Europeană.



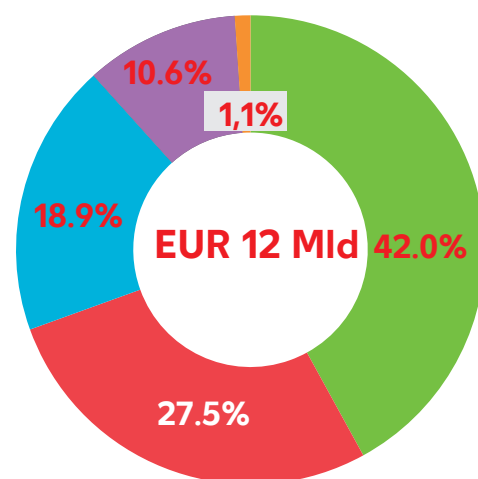
12 Mld EUR
totalul pieței de retail FMCG

2500
de magazine

900.000
de angajați

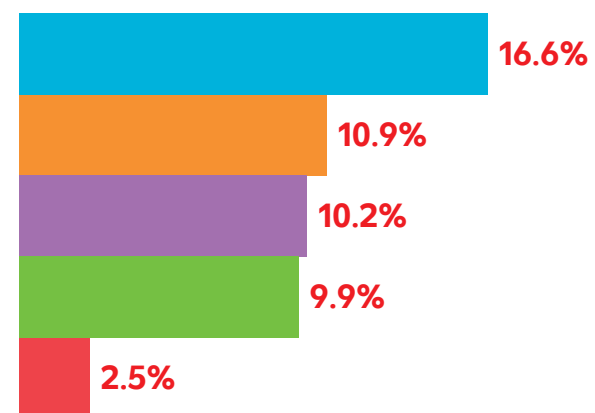


Market share pentru tipurile de magazin

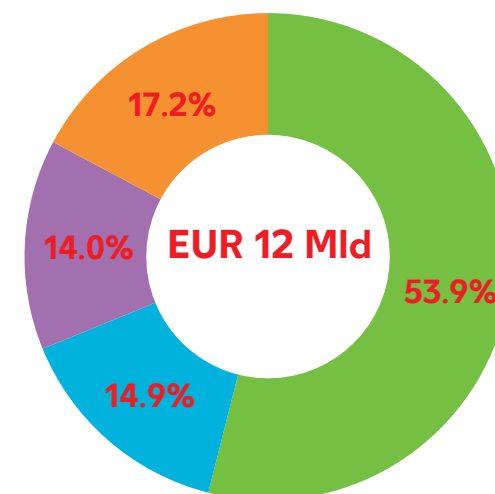


■ Tradițional ■ Supermarket ■ Magazine mici / Benzinării
■ Hypermarket ■ Discount

Creștere anuală

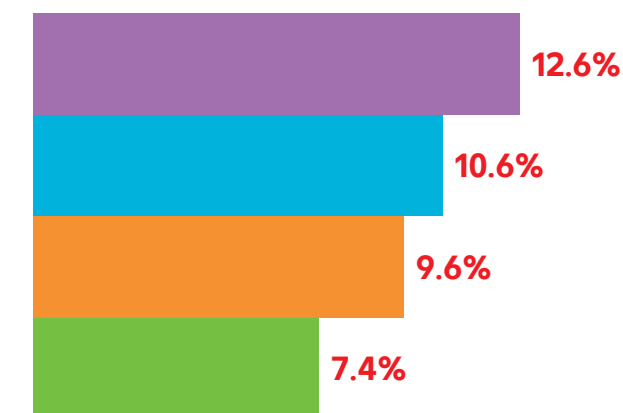


Market share pentru tipurile de produs



■ Mâncare ■ Băuturi alcoolice ■ Băuturi non-alcoolice ■ Drogherie

Creștere anuală



Privire de ansamblu asupra numerelor

În exercițiul financiar 2018, contribuția directă a Kaufland în România a fost:



CONTRIBUȚIE LA REZULTATUL ECONOMIC

429.3 M EUR
în termeni de VAB*

0,23%
din întreaga VAB* a României



LOCURI DE MUNCĂ GENERATE

12,275 oameni angajați direct, în termeni ANÎ

0,23% din angajările totale din România



INVESTIȚII ÎN ROMÂNIA

Kaufland a investit **153 mil EUR**, în termen de CAPEX**, în România.

0,18% din totalul de investiții private în România



CONTRIBUȚIE LA BUGET

174,8 M EUR total taxe

118.4 M EUR plătite cu titlu de taxe la bugetul de stat

56.4 M EUR colectate la plată (impozite pe salarii)



IMPACT ASUPRA LANȚULUI VALORIC

3,100 furnizori

1,712 M EUR cheltuite cu furnizorii din România, aproximativ

Un impact economic mai mare prin cheltuielile cu furnizorii de **2,011 M EUR**

85% din total, cheltuite cu furnizorii din România



CSR ȘI INVESTIȚII ÎN COMUNITATE

Contribuție de **6.6 M EUR** în EF18***

3.4% din profitul brut al Kaufland România pentru EF18***

Detalii-cheie ale Kaufland

Jucător de top pe piața de retail FMCG - Piața de vânzare cu amănuntul FMCG are o valoare de aproximativ **12 miliarde EUR**, cu Kaufland reprezentând **14,1%**.



Angajator de top, compania este unul dintre cei mai mari angajatori privați din România, cu peste **15000** de angajați care lucrează în **127** de magazine.



Dimensiune: Kaufland este a **4-a** cea mai mare companie din România din punct de vedere al cifrei de afaceri.



Noi facilități - Planificarea extinderii rețelei de vânzare cu amănuntul într-un ritm similar, urmărind să ajungă la aproximativ **160** de magazine până în 2024.

Salarii corecte - Salariul net minim la Kaufland este cu **54%** peste salariul net minim la nivel național.



Responsabil față de mediu - Primul retailer care a redus drastic consumul de plastic în magazine și noul concept de magazin cu strategie anti plastic.

Contribuție la macroeconomie prin valoarea adăugată brută

Prin intermediul activităților proprii Kaufland, adăugând valoare bunurilor și serviciilor oferite de furnizorii săi și vândute apoi consumatorilor finali, Kaufland contribuie direct la VAB. În EF18, această contribuție directă VAB în România a fost de aproximativ 429,3 milioane EUR, aproximativ 0,23% din VAB România.

În afară de VAB direct generată, Kaufland a creat un impact economic mai mare prin cheltuielile sale cu furnizorii, de 2.011 milioane EUR în EF18. Pentru fiecare 1 EUR al VAB directă Kaufland în România în EF18, s-a generat un plus de 2,70 EUR la VAB România în termeni indirecti și induși.

În general, ținând cont de VAB directă, de impactul indirect prin lanțul de aprovizionare și de impactul indus, valoarea totală VAB generată prin operațiunile Kaufland în EF18 a fost estimată la 1.586 milioane EUR. Aceasta reprezintă 0,9% din VAB națională.



Contribuție ca angajator



Kaufland contribuie la economia românească prin angajările directe de 12,275 ANÎ. În 2019, Kaufland a obținut pentru al cincilea an consecutiv certificarea „Angajator de Top” în România și, pentru al doilea an la rând, pe cea de „Angajator de Top” în Europa, devenind singura companie din retailul românesc care a atins acest record.

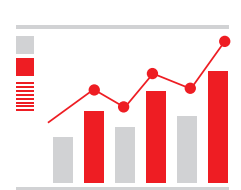
Kaufland sprijină, de asemenea, ocuparea forței de muncă din România în cadrul lanțului său de furnizare. Prin cheltuielile Kaufland cu furnizorii români, estimăm că a susținut indirect alte 37.015 ENI în România în EF18.

Se estimează că 5.852 ANÎ au fost create în economia națională ca urmare a angajaților direcți și indirecti care cheltuiesc salariile asociate cu munca lor directă sau indirectă pentru Kaufland.

Acest lucru înseamnă că în EF18, Kaufland a susținut un număr estimat de 55.142 de locuri de muncă ANÎ în economia românească.

Aceasta reprezintă aproximativ 1,1% din forța de muncă națională.

Fiecare angajat direct Kaufland în România sprijină angajarea altor 3,5 ANÎ în întreaga economie românească.



12.275

Angajați cu normă întreagă



Creează

37.015 joburi

furnizorilor



5.852 joburi

create prin salariile cheltuite

55.142

ca total de joburi susținute



3,5 joburi

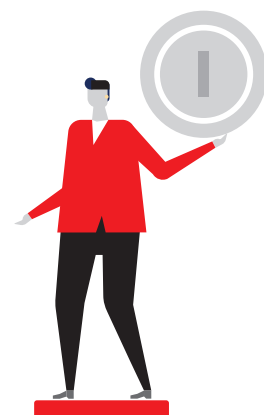
create pentru fiecare angajat Kaufland



Investiții și finanțe publice

În EF18, Kaufland a investit 153 milioane EUR, în termeni de CAPEX, în România, reprezentând un procent de 0,18% din totalul investițiilor românești private pentru anul 2018.

Din totalul de 174,8 milioane EUR, 118,4 milioane EUR au fost plătite ca impozite către Guvernul României și au fost colectate alte 56,4 milioane EUR la stat, ce urmează a fi plătite (impozitele pe salarii plătite de angajații Kaufland).

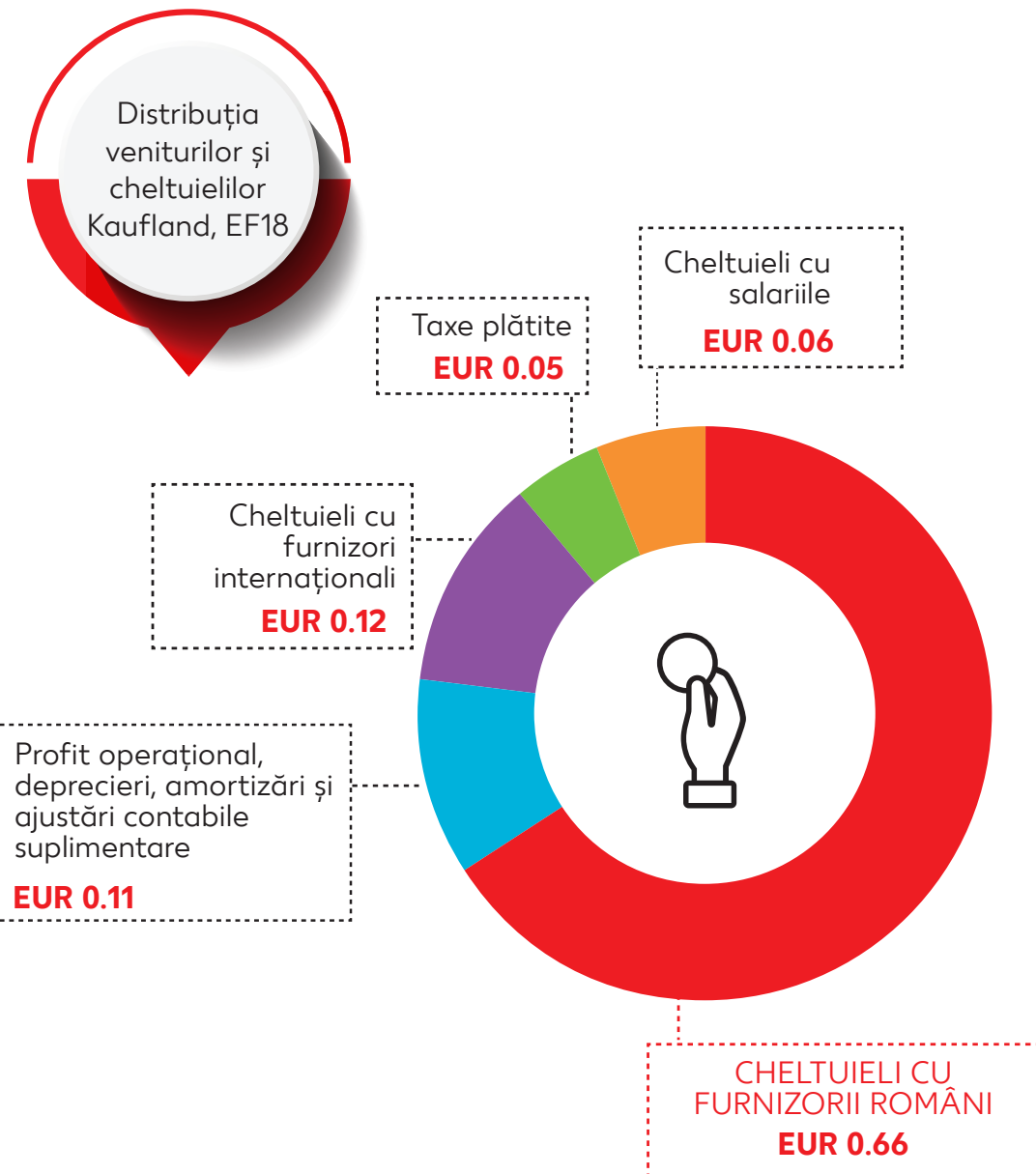


153 M EUR
Investiție

174 M EUR
Contribuție la buget

Distribuția veniturilor

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

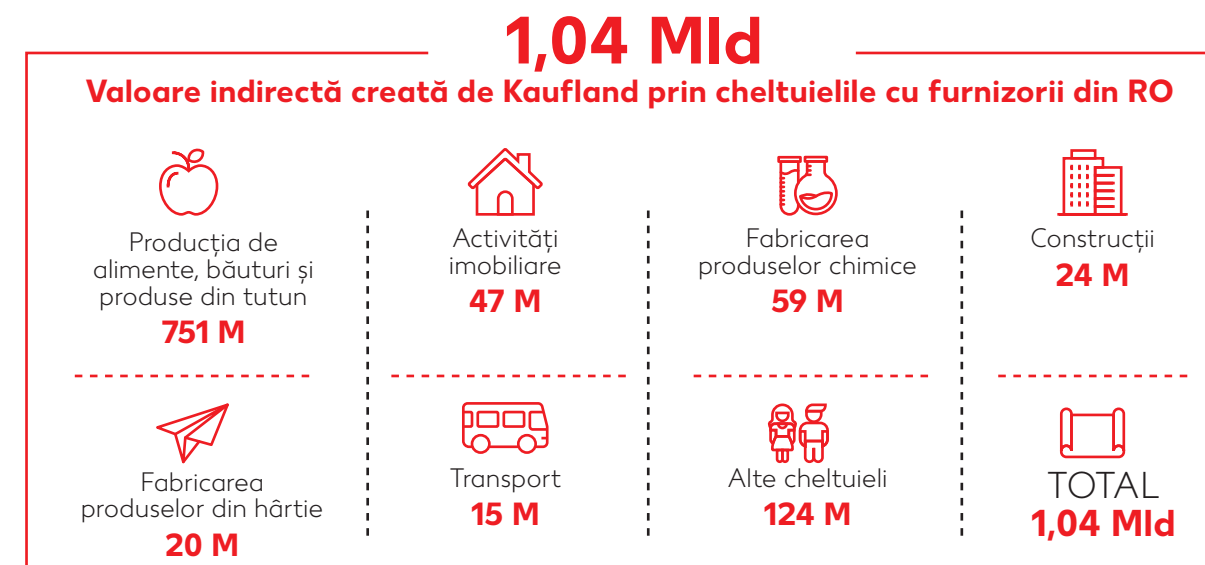
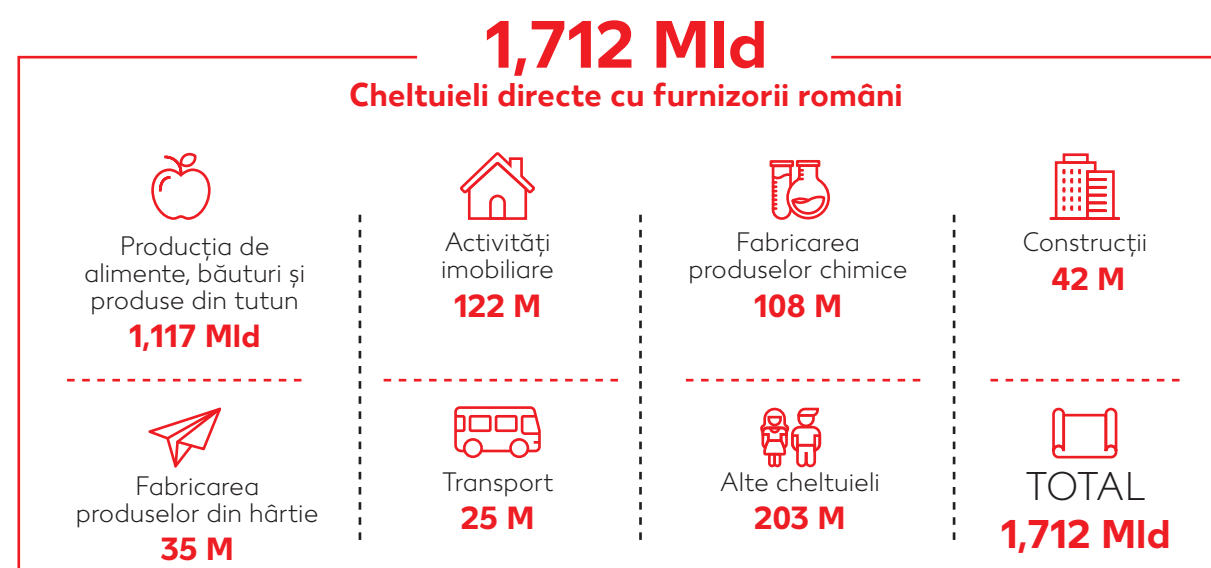


Contribuții la lanțul de furnizori

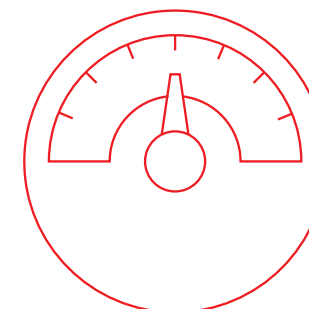


În calitate de retailer cu cea mai mare cotă de piață, ce deține **127** de magazine în România, Kaufland funcționează ca un important canal de vânzare pentru furnizori.

În EF18, Kaufland a lucrat direct cu peste **3.100** de furnizori (din care peste **2.500** au sediul în România), de la care a achiziționat direct bunuri și servicii în valoare de **2.011 milioane EUR** pentru a furniza produse consumatorilor români.



peste
85%
din furnizori sunt companii românești



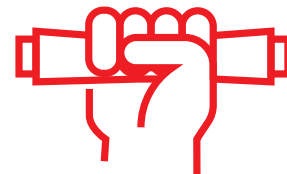
Pentru întreprinderile mici și mijlocii din România furnizarea de produse și servicii către Kaufland România poate fi o importantă oportunitate de creștere a vânzărilor.

Analiza noastră asupra furnizorilor de rang 1 a indicat că achizițiile interne au crescut cu **7,7%** în cursul EF18.

CSR și investiții în comunitate

În 2018, echipa CSR din Kaufland România s-a concentrat pe consolidarea și eficientizarea numărului de beneficiari vizați, precum și a proiectelor întreprinse.

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



Educație

Prevenirea abandonului școlar

Sprijinirea copiilor din medii defavorizate pentru a facilita accesul la educație

Dezvoltarea competențelor, abilităților, calificărilor, care îmbogățesc programa școlară

Programe complementare, extracurriculare pentru tineri

12

asociații partenere

15

proiecte

35.260

beneficiari

Mediu

Îmbunătățirea infrastructurii pentru utilizarea mijloacelor de transport alternativ

Combaterea dezastrelor naturale (inundații, alunecări de teren)

Restaurarea zonelor verzi deteriorate sau inexistente

Acțiuni de mediu pentru a sensibiliza comportamentul responsabil



Promovarea alternativelor la plasticul de unică folosință

6

asociații partenere

15

proiecte

600.050

beneficiari

Social



Dezvoltarea comunităților

Sprijinirea și ajutorarea grupurilor vulnerabile

19

asociații partenere

31

proiecte

23.770

beneficiari

Sănătate & Sport

Promovarea unui stil de viață sănătos	Sprijinirea activităților sportive
Îmbunătățirea condițiilor din sistemul de sănătate	Sensibilizarea publicului



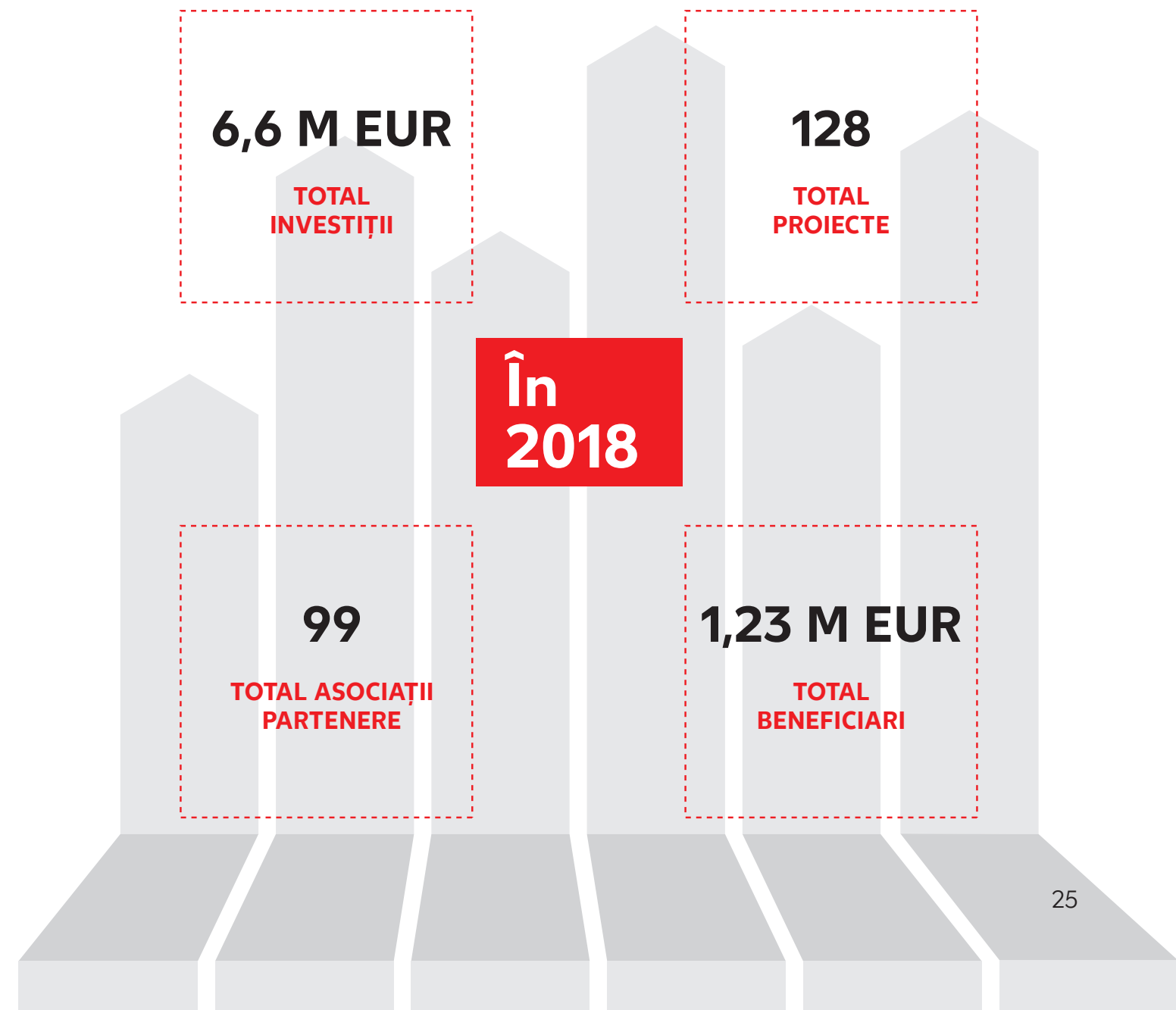
18 asociații partenere	25 proiecte	152.390 beneficiari
----------------------------------	-----------------------	-------------------------------

Cultură



Promovarea artei și culturii locale	Sprijinirea artiștilor fără putere financiară
Sprijinirea evenimentelor culturale în scop social/caritabil	

17 asociații partenere	21 proiecte	360.200 beneficiari
----------------------------------	-----------------------	-------------------------------



Aspecte esențiale

Fundația pentru Dezvoltarea Societății Civile (FDSC) **ÎN STARE DE BINE**

În aprilie 2018, Kaufland România a lansat „În stare de bine”, unul dintre cele mai mari programe de finanțare privată, care oferă subvenții nerambursabile organizațiilor neguvernamentale din România cu o valoare totală de 1 milion EUR.



54.270
ore lucrate

26
proiecte finanțate
(46% în zone rurale)

peste
53.000
beneficiari
directi

1,1 M EUR
investiți



Habitat for Humanity Romania **BIG BUILD**

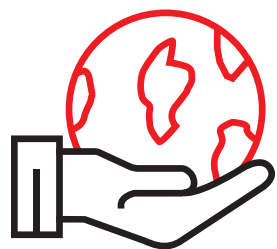
În fiecare an, Habitat for Humanity România organizează BIG BUILD, un eveniment de construcție și voluntariat accelerat, în care construiește un număr mare de case în doar 5 zile.

Case pentru
10
familii cu venituri mici

300
voluntari pe șantier

214 K EUR
investiți





Asociația Viitorul în Zori **ZIUA MONDIALĂ A CURĂȚENIEI**

Proiectul a început în mai 2018 cu campania de cartografiere, de identificare a zonelor cu deșeuri din România. În lunile iunie și august au fost organizate activități promoționale prin participarea la evenimente locale. Au fost evenimente de cartografiere cu mașina sau bicicleta în fiecare weekend, în toată țara.

365.000
voluntari

curățenie în
40
țări

213 K EUR
investiți



Organizația Salvați Copiii **ALEGERI SĂNĂTOASE**

Principalele activități au constat în dezvoltarea unui program modular de informații pentru copii și tineri, structurat în patru module tematice: educație pentru sănătate și nutriție, prevenirea comportamentului de consum periculos (alcool, tutun, droguri), prevenirea violenței și promovarea relațiilor pozitive (sănătate emoțională a copiilor).

Activitățile proiectului au fost implementate în 180 de școli și au constat în sesiuni de informare, destinate copiilor din toate ciclurile școlare, implementate de voluntari, profesori și personalul medical din școală.

380
părinți

&

13.430
elevi
participanți

213 K EUR
investiți



**Asociația pentru responsabilitate
socială „Plan B”**
AKADEMIA KINDERLAND

Kaufland România a deschis o școală mobilă, care ajută copiii să învețe cum să mănânce sănătos, prin educație nonformală oferită de specialiști. Akademia Kinderland este un spațiu unic și revoluționar, în care copiii între 4 și 14 ani, împreună cu părinții, educatorii sau profesorii, sunt invitați să învețe de la specialiști ce înseamnă alimentația sănătoasă și importanța acesteia.

peste
6000
de copii vizitatori

179 K EUR
investiți



Asociația „Green Revolution”
I-VELO 2.0 URBAN

Velo Urban este a doua parte a I-Velo, proiectul automatizat de bike-sharing a bicicletelor din București, demarat în 2017. Scopul proiectului este promovarea utilizării bicicletei ca mijloc de transport zilnic și dezvoltarea, implementarea, menținerea unui sistem de bike-sharing, cu 15 stații, în cele mai relevante locuri din București.

7
Campanii de comunicare
și promovare

peste
250
biciclete

26.000
utilizatori

173 K EUR
investiți





Institutul de cercetare în permacultură din România **GRĂDINESCU 2**

Grădinescu 2018 a implicat întreținerea celor 7 grădini urbane și 8 modele de grădini urbane create de Grădinescu în 2017. Grădini pe acoperișurile și terasele clădirilor, peisaje comestibile, grădini cu sisteme hidroponice, o seră urbană, grădini în curtea școlii și livada urbană de tip „Food Forest”.

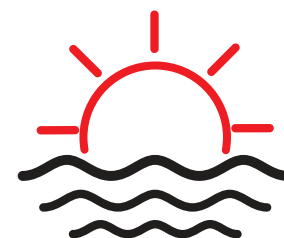


400
copii

&

700
adulți la
ateliere

167 K EUR
investiți



Asociația 11even **BUCURIE ÎN MIȘCARE**

„Bucurie în mișcare” este un proiect ce vizează promovarea sportului și a unui stil de viață activ în comunitate, demarat de Asociația 11even din 2012. De atunci, proiectul a fost implementat în peste 30 de orașe din România și 4 orașe din Republica Moldova, aducând împreună zeci de mii de participanți.

16
orașe

91.000
participanți

peste
1000
voluntari

355 K EUR
investiți



ViitorPlus – Asociația pentru dezvoltare durabilă

RECICLETA

Recicleta este o inițiativă de economie socială care oferă un serviciu de transport ecologic al materialelor reciclabile, în cantități mici și mijlocii. Obiectivul este de a deveni o întreprindere socială durabilă, cu un impact pozitiv asupra mediului, prin economisirea materialelor reciclabile din terenuri și contribuirea la îmbunătățirea calității vieții în orașele mijlocii și mari, din ce în ce mai poluate și aglomerate din cauza transportului bazat pe combustibili fosili.

Livrarea și/sau ridicarea folosind triciclete este o alternativă valoroasă pentru decongestionarea traficului în centrul orașului.

46.000
beneficiari

600
clădiri servite

65
tone colectate

132 K EUR
investiți



Fundația Hospice

CENTRUL SOCIAL-MEDICAL HOSPICE

Conacul din Adunații-Copăcenii, donat către HOSPICE Casa Speranței, a devenit un important centru socio-medical în 2018, la 121 de ani de la construcția sa.

Acesta este primul centru socio-medical din România dedicat copiilor cu boli incurabile și familiilor lor.

2000
evaluări & terapii

300
copii în
tabere de vară

200
copii în îngrijire

107 K EUR
investiți

Despre acest studiu

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

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

**Rezultat economic
în termeni de
valoare adăugată
brută (VAB)**

Angajare

Investiție

**Contribuții
fiscale**

**Contribuții mai mari
prin activitatea
Kaufland cu
furnizorii**

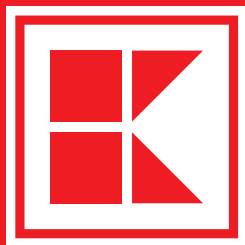
**CSR și investiții
în comunitate**

Mențiuni importante

Acest raport a fost pregătit de KPMG Advisory SRL („KPMG”) doar pentru Kaufland România SCS („Kaufland” sau „Clientul”), în conformitate cu termenii conveniți între Kaufland și KPMG. Activitatea KPMG pentru Client a fost realizată pentru a atinge termenii de referință specifici conveniți între client și

KPMG și au existat anumite caracteristici determinate în scopul angajamentului. Opiniile și concluziile exprimate în acest document sunt cele ale KPMG și nu se aliniază neapărat cu cele ale Kaufland.





©2020 KPMG Advisory SRL, o companie românească cu răspundere limitată și membru al rețelei KPMG de firme independente afiliate **KPMG International Cooperative („KPMG International“)**, o entitate elvețiană. Toate drepturile rezervate. PDC nr. 8229