

**ZDRAVĚ
A UDRŽITELNĚ**




STOJÍ ZA TO JÍST LÉPE

**V ALBERTU SPOLUPRACUJEME SE STOVKAMI DODAVATELŮ,
ZAMĚSTNÁVÁME TISÍCE KOLEGYŇ A KOLEGŮ A V NAŠICH
OBCHODECH NAKUPUJÍ MILIONY ZÁKAZNÍKŮ.
JSME VELCÍ, ALE VĚŘÍME V SÍLU MALÝCH KROKŮ,
KTERÉ POSTUPNĚ PŘINÁŠEJÍ VIDITELNOU ZMĚNU.
CHCEME INSPIROVAT KE ZDRAVÍ A UDRŽITELNOSTI PRO LEPŠÍ
BUDOUCNOST LIDÍ I PLANETY.**

OBSAH

ZDRAVĚ A UDRŽITELNĚ

- 4 Úvodní slova
- 5 Udržitelnost musí mít smysl a data
- 6 O nás
- 7 Udržitelný rok 2023
- 8 Aktuálně o povodních
- 9 Hodnotový řetězec
- 10 ESG strategie

ENVIRONMENTAL

- 12 Neplýtváme potravinami
 - 14 Aby jídlo končilo na talíři
 - 15 Večerní darování potravin
 - 16 Naše udržitelná řešení
- 17 Snižujeme uhlíkovou stopu
 - 19 Cesta k vlastní neutralitě
 - 20 Naše udržitelná řešení
 - 21 Spolupráce s dodavateli
- 23 Šetříme obalové materiály
 - 25 Cesta k udržitelným obalům je plná výzev i příležitostí
 - 26 Naše udržitelná řešení

SOCIAL

- 28 Zdravější volba
 - 30 Pomáháme zákazníkům žít lépe a zdravěji
 - 31 Naše zdravá řešení
- 32 Zdravé a bezpečné pracovní prostředí
 - 34 Zdraví je zásadním tématem života v Albertu
 - 36 Naše zdravá řešení
- 37 Podpora komunit
 - 39 Naše pomoc má smysl a neustále ji rozvíjíme
 - 40 Příběhy dětí
 - 41 Zdravá 5
 - 42 Naše aktivity

GOVERNANCE

- 44 Udržitelné zdroje
- 46 Bezpečnost, kvalitu a původ máme pod kontrolou
- 47 Lepší pro Česko
- 48 Posílení českého rybářství
- 49 Naše udržitelná řešení
- 50 Diverzita a inkluze
 - 52 Dvě generace a jejich pohledy na rozmanitost
 - 53 Řemeslo jako dobrý směr pro mladé
 - 54 Naše aktivity

ESG PŘÍLOHY

- 56 Environmental
- 60 Social
- 62 Governance
- 64 Na závěr

ÚVODNÍ SLOVA



JESPER LAURIDSEN

GENERÁLNÍ ŘEDITEL

Nová zpráva o udržitelnosti poskytuje transparentnost v mnoha oblastech, ve kterých Albert přináší změny k lepšímu. Informování o našem pokroku směrem k dosažení cílů je součástí našeho závazku vůči zákazníkům, zaměstnancům a celé společnosti.

JIŘÍ MAREČEK

ŘEDITEL PRO KOMUNIKACI A UDRŽITELNOST

Zvýšený objem potravinových darů, snížení uhlíkové stopy či vzdělávací program pro děti o zdravém stravování. To jsou některé z hlavních úspěchů, kterými Albert v uplynulém roce přispěl ke zlepšení života komunit.

BARBORA VANKO

EDITORKA REPORTU

Následující stránky opět přinášejí řadu příkladů dobré praxe, ale i výzev, kterým v oblasti ESG čelíme. Ať už hledáte čísla a grafy, anebo konkrétní projekty a příběhy, které k nim vedou, přejeme vám inspirativní čtení.



UDRŽITELNOST MUSÍ MÍT SMYSL A DATA

Svoji odpovědnost vůči společnosti i celé planetě v Albertu nevnímáme jako něco navíc. Udržitelnost ovlivňuje naše každodenní rozhodování o strategii, investicích a dalším směřování společnosti. Zasahujeme do všech činností od spolupráce s dodavateli přes fungování prodejen a zapojení zaměstnanců až po nákupní košík zákazníků. Všechny tyto oblasti pečlivě sledujeme a transparentně zveřejňujeme. Nefinanční reporting je základem pro řízení naší ESG strategie, stanovování cílů a sledování jejich dosahování směrem k našim veřejně komunikovaným závazkům. Jsme rádi, že již třetím rokem můžeme široké veřejnosti i expertům představit komplexní pohled na udržitelnost v Albertu a konkrétní příklady, výsledky i závazky naší maloobchodní společnosti. Rok 2023 přinesl v oblasti ESG mnoho příležitostí a výzev do budoucna. Vážíme si toho, že nejen samotné zprávě o udržitelnosti, ale především naší strategii a jejímu naplňování se dostalo pozornosti publika i ocenění nezávislých odborníků.



ESG RATING

„Albert přikládá udržitelnosti a jejímu propisování do všech oblastí svého fungování velkou důležitost. Výsledky v environmentální sekci má výrazně nad průměrem velkých firem, což je očividným ukazatelem pevného závazku k odpovědnosti. V přístupu k environmentálním otázkám má dobře definované strategie a kvalitně nastavená měření v souladu s mezinárodními standardy.“



TOP ODPOVĚDNÁ FIRMA

„Albert prokazuje systematický a dlouhodobý přístup k odpovědnému podnikání. Společnost má jasně definovanou strategii rozvoje, klade důraz na prodej kvalitních produktů podporujících zdravý životní styl, péči o zaměstnance a podporu udržitelných řešení šetrných k životnímu prostředí. Albert si i do budoucna stanovuje ambiciózní cíle. Proto byl vyhodnocen jako Trendsetter 2023 v kategorii Velká odpovědná firma.“

IPSOS ESG & REPUTATION RESEARCH

„Albert je českou společností vnímán jako odpovědná firma, a to především díky aktivitám proti plýtvání potravinami, projektům na poli ekologie a ochrany, péči o potřebné, ale pozitivní zákaznické zkušenosti. Nejsilněji je pozitivně spojován s podporou lokálních dodavatelů, darováním potravin, péčí o zdraví zákazníků a podporou místních komunit.“

O NÁS



20

ZAMĚŠTNANCŮ

340+

prodejen

4,5 MILIONU

zákazníků týdně

NAŠE HODNOTY

ODVAHA
ČESTNOST
TÝMOVOST
PÉČE
HUMOR



1991

první supermarket
v ČR



NADAČNÍ FOND

Albert od roku 2009



ONLINE

Albert Online ve velkých
moravských městech



3

distribuční centra,
Centrální kancelář,
Recyklační centrum



MŮJ ALBERT

věrnostní program

SOUČÁST

skupiny Ahold Delhaize



STOJÍ ZA TO JÍST LÉPE

UDRŽITELNÝ ROK 2023

11. DODÁVKA

pro potravinové banky



ZDRAVÍ

Měsíc zdraví pro
zaměstnance

Běhy pro Nadační fond
Albert



SBÍRKA

Podzimní Sběrka potravin



SBÍRKA

Jarní Sběrka potravin

SBÍRKA
POTRAVIN



BERTÍK

ocenil vítězné
organizace v krajích



OBCHŮDKY

Velikonoční Obchůdky
s Albertem



ECO

Nová řada čistících
prostředků Nature's
Promise Eco



BENEŠOV

Nový hypermarket

25
Klub 25



POMOC

Bertík pomáhá



PERLA

Nová kolekce
čajů Perla



CERTIFIKACE

Udržitelný chov ryb

LEDEN ÚNOR BŘEZEN DUBEN KVĚTEN ČERVEN ČERVENEC SRPEN ZÁŘÍ ŘÍJEN LISTOPAD PROSINEC



3 ROKY

Linky pomoci



DELICATA

Uvedení férových čokolád
značky Delicata



BRIOŠKA

Mlynářská žitná brioška



DIVERZITA

Měsíc diversity v Albertu



1 000

učňů získalo praxi
v obchodech
Albert



FINÁLE

Zdravé 5



UDRŽITELNOST

Vydali jsme druhý report o udržitelnosti za rok 2022



TOP Odpovědná velká firma

2023
CENY ZA ODPOVĚDNÝ
PRŮMYŠLOVNÍ SPOLUPRÁCE
TRENSETTER



ONLINE

Albert online
v dalších městech



OBCHŮDKY

Adventní Obchůdky
s Albertem

AKTUÁLNĚ

POMOC PO POVODNÍCH 2024

V DOBĚ, KDY VYDÁVÁME NÁŠ TŘETÍ REPORT O UDRŽITELNOSTI, ČELÍ ČESKO NÁSLEDKŮM NIČIVÝCH POVODNÍ, KTERÉ ZASÁHLY PŘEDEVŠÍM SEVERNÍ MORAVU A SLEZSKO. VE SPOLUPRÁCI S POTRAVINOVÝMI BANKAMI ZAMÍŘILA DO ZASAŽENÝCH OBLASTÍ Z ALBERTA OKAMŽITÁ POMOC V PODOBĚ NĚKOLIKA KAMIONŮ BALENÉ VODY A POTRAVIN. SOUČÁSTÍ NAŠÍ POMOCI BYLY I PŘÍMÉ DODÁVKY PRO HASIČE A POLICISTY. JAKO DOBROVOLNÍCI SE ZAPOJILI TAKÉ NAŠI ZAMĚŠTNANCI.

Albert v zasažených oblastech přímo spolupracuje s hasiči a policisty, kteří si u nás mohou doplnit zásoby vody, energetických nápojů a rychlého občerstvení. Tato pomoc probíhá nejen přímo v prodejnách, ale také formou závozů z distribučního centra v Olomouci. V podpoře záchranných složek v Opavě, Jeseníku, Bruntálu či Krnově Albert pokračuje i nadále a poskytuje jim kromě jídla a nápojů také hygienické potřeby, včetně rukavic a dezinfekcí.

Záříjové povodně se dotkly i prodejen Albert. Prioritou v těchto týdnech zůstává bezpečnost a podpora našich kolegů a kolegyň. V rámci solidarity se zasaženými zaměstnanci jsme těmto lidem nabídli jednorázovou finanční pomoc ve výši deseti tisíc korun, poskytli čisticí prostředky v hodnotě několika tisíc korun a zajistili tři dny placeného volna. Tato pomoc je z Alberta smě-

řována nejen k vlastním pracovníkům, ale také k zaměstnancům dodavatelských firem včetně pracovníků ostražky.



„Náš velký obdiv a poděkování patří místním obyvatelům, záchranným složkám a v neposlední řadě také našim zaměstnancům za to, jak s obrovským nasazením a odhodláním čelí této situaci a následkům ničivých povodní. Jsem rád, že Albert prostřednictvím Nadačního fondu dokáže také pomoci a přispět tak, jak to nejlépe umíme, tedy dodávkami potravin a vody do zasažených oblastí.“

Jiří Mareček, ředitel pro komunikaci a udržitelnost

HODNOTOVÝ ŘETĚZEC

NEJSME V TOM SAMI

V ALBERTU INTENZIVNĚ PRACUJEME NA VYTVÁŘENÍ UDRŽITELNÉ HODNOTY A RŮSTU NAPŘÍČ CELÝM NAŠÍM HODNOTOVÝM ŘETĚZCEM. UVĚDOMUJEME SI, ŽE NÁŠ DOPAD NEKONČÍ ZA ZDMI OBCHODŮ, DISTRIBUČNÍCH CENTER ANI CENTRÁLY, ALE SAHÁ OD POLÍ A FAREM AŽ DO DOMÁCNOSTÍ SPOTŘEBITELŮ. SPOLUPRACUJEME PROTO S DODAVATELI A DALŠÍMI PARTNERY, ABYCHOM NAŠIM ZÁKAZNÍKŮM ZPŘÍSTUPNILI VÍCE KVALITNÍHO A ZDRAVÉHO JÍDLA A POMOHLI JIM ŽÍT LÉPE.



KDO SE NA TOM PODÍLÍ?

DODAVATELÉ

INVESTOŘI

STÁTNI SPRÁVA

MÉDIA



ZAMĚSTNANCI

OBOROVÁ SDRUŽENÍ

NEZISKOVÉ ORGANIZACE

ZÁKAZNÍCI



Náš přístup začíná snahou lépe porozumět světu, ve kterém žijeme, výzvám, kterým čelíme, a tomu, co od nás očekávají naši stakeholderi. Na základě těchto znalostí dokážeme definovat témata, na která máme nebo můžeme mít největší dopad, a na druhé straně ta, která naopak nejvíce ovlivňují nás. Ambice v oblasti ESG jsou dále tvořeny na základě cílů udržitelného rozvoje, analýzy významnosti naší mateřské společnosti, globální skupiny Ahold Delhaize, trendů na maloobchodním trhu, ale také budoucím vývojem, jako je například implementace CSRD směrnice a další mezinárodní i lokální legislativy.



ZDROJE



PRODUKCE



DISTRIBUCE



OBCHOD



ZÁKAZNÍCI

ESG STRATEGIE

ENVIRONMENTAL ŠETRNĚ K PŘÍRODĚ

NEPLÝTVÁME POTRAVINAMI

Prosazujeme principy odpovědného zacházení s jídlem a omezujeme plýtvání. Potraviny, které neprodáme, darujeme anebo jinak maximalizujeme jejich užitek.



SNIŽUJEME UHLÍKOVOU STOPU

V souladu s vědeckými poznatky snižujeme emise skleníkových plynů ve vlastním provozu a postupně v celém dodavatelském řetězci. Na redukci celkové uhlíkové stopy intenzivně spolupracujeme s našimi dodavateli.



ŠETŘÍME OBALOVÉ MATERIÁLY

Redukujeme množství plastových i jiných obalových materiálů a zvyšujeme jejich recyklovatelnost a cirkularitu. Zaměřujeme se na obaly výrobků našich vlastních značek.



SOCIAL ZDRAVĚJŠÍ VOLBY

ZDRAVĚJŠÍ VOLBA

Chceme, aby zdravé jídlo bylo dostupné pro všechny. Dlouhodobě rozšiřujeme nabídku zdravých produktů v sortimentu vlastních značek a inspirujeme zákazníky ke zdravému životnímu stylu.



ZDRAVÉ A BEZPEČNÉ PRACOVNÍ PROSTŘEDÍ

V ochodech, distribučních centrech i centrále vytváříme pro naše kolegy zdravé a bezpečné pracovní prostředí. Aktivně podporujeme fyzické i mentální zdraví našich zaměstnanců.



PODPORA KOMUNIT

Přispíváme k rozvoji lokálních komunit v místech, kde působíme. Pomáháme během společenských krizí i v náročných životních situacích. Podporujeme vzdělání a rozvoj dětí ze sociálně znevýhodněného prostředí a zdravý životní styl školáků.



GOVERNANCE UDRŽITELNÉ ZDROJE

UDRŽITELNÉ ZDROJE

Záleží nám na původu potravin i nepotravinového zboží, stejně jako na odpovědném přístupu k lidem, přírodě a celé produkci. Společně s dodavateli garantujeme nejvyšší standardy kvality a bezpečnosti produktů vlastních značek.



DIVERZITA A INKLUZE

Vytváříme férové pracovní prostředí, které inspiruje k růstu, spolupráci. Jsme tady pro všechny bez ohledu na věk, pohlaví, sexuální orientaci, náboženství, národnost, sociální zázemí či zdravotní znevýhodnění.



ENVIRONMENTAL

12 NEPLÝTVÁME POTRAVINAMI

17 SNIŽUJEME UHLÍKOVOU STOPU

23 ŠETŘÍME OBALOVÉ MATERIÁLY

Planetu máme jenom jednu, proto se snažíme eliminovat dopady našeho podnikání na klima a životní prostředí. Velkou pozornost věnujeme problematice plýtvání jídlem. Každou potravinu se snažíme prodat, a pokud to nejde, znovu ji zužítkovat. Jsme dlouhodobě největším firemním dárce jídla do potravinových bank. Jenom loni ho z našich prodejen zamířilo k potřebným 3 500 tun. Pomáháme i zvířecím farmám či kompostujeme. Pracujeme také na našem cíli uhlíkové neutrality. Jde o komplexní oblast, ke které přistupujeme na základě nejnovějších klimatických poznatků. Díky modernizacím prodejen, výrobě vlastní energie a nákupu té zelené se nám loni povedlo snížit emise skleníkových plynů ve vlastním provozu o polovinu oproti roku 2018. Řada úkolů před námi ještě stojí a my na nich intenzivně pracujeme s našimi partnery, od farmářů a výrobců přes dodavatele služeb, dopravce až po zaměstnance a spotřebitele. Další oblastí, které se věnujeme a je pro nás zásadní, jsou obalové materiály, především plasty. Balancujeme jejich výhody i dopad na přírodu a společně s dodavatelem hledáme udržitelná řešení obalů u výrobků našich vlastních značek. Výrobky, u kterých je to možné, odbalujeme, zvyšujeme obsah recyklátu a v neposlední řadě důsledně třídíme a recyklujeme materiály z logistiky.

NEPLÝTVÁME POTRAVINAMI

ALBERT JE DLOUHODOBĚ NEJVĚTŠÍM
DÁRCEM POTRAVIN. DÍKY ROZVÍJENÍ
SPOLUPRÁCE S POTRAVINOVÝMI
BANKAMI I NOVÝM PROJEKTŮM
ZAMĚŘENÝM NA DAROVÁNÍ ČERSTVÝCH
POTRAVIN SE V LOŇSKÉM ROCE
DOSTALO K POTŘEBNÝM
O DALŠÍCH



% VÍCE JÍDLA.

NEPLÝTVÁME POTRAVINAMI 2023



NEJVĚTŠÍ

dárce potravin



22 %

Meziročně jsme navýšili
potravinové dary o 22 %



446

tun potravin pro zvířata
v záchranných stanicích



0,06 %

Jen 0,06 % z celkového objemu potravin
v Albertu skončilo na skládce



3 500

Darovali jsme 3 500 tun
potravin potřebným



Během dvou sbírek potravin jsme společně s našimi štedrými
zákazníky darovali potřebným 185 tun trvanlivého jídla.

DĚLÁME VŠECHNO PRO TO, ABY JÍDLO KONČILO NA TALÍŘI

PLÝTVÁNÍ JÍDLEM MÁ KROMĚ NEGATIVNÍHO SPOLEČENSKÉHO ROZMĚRU TAKÉ DOPAD NA ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ I EKONOMIKU. V ALBERTU PŘEMÝŠLÍME O NEPLÝTVÁNÍ POTRAVINAMI V KONTEXTU CELÉHO HODNOTOVÉHO ŘETĚZCE OD VÝROBY A DISTRIBUCE PŘES SAMOTNÝ PRODEJ AŽ PO EDUKACI NAŠICH ZÁKAZNÍKŮ. DÍKY SYSTEMATICKÉMU PŘÍSTUPU SE NÁM DAŘÍ DRŽET PODÍL NEPRODANÝCH POTRAVIN NA ÚROVNI KOLEM JEDNOHO PROCENTA. A CO NEPRODÁME, DARUJEME POTŘEBNÝM ANEBU SMYSLUPLNĚ ZRECYKLUJEME.

Boj proti plýtvání potravinami patří mezi základní pilíře strategie udržitelnosti v Albertu. Díky znalosti potřeb našich zákazníků a využívání moderních technologií se podíl neprodaného jídla dlouhodobě pohybuje kolem 1 % z celkového objemu. S tímto přebytkem co nejefektivněji nakládáme. Rozvíjíme spolupráci s potravinovými bankami a rozjíždíme nové projekty.

Díky tomu se v roce 2023 do potravinových bank dostalo 3 475 tun potravin z obchodů Albert. Meziročně to je o 22 % více, a zároveň jde o překročení veřejného závazku o bezmála 500 tun. Již potřetí v řadě jsme se tak stali největším firemním dárcem České federace potravinových bank. Potravin z prodejen Albert představovaly v roce 2023 více než čtvrtinu celkově sesbíraných darů. Se svozem a distribucí čerstvých potravin pomáhá 11 chladicích dodávek, které jsme potravinovým bankám od roku 2020 darovali. Na jejich provoz a servis každoročně přispíváme, lohi šlo o částku 1,5 milionu korun.

JAK JSME SI VEDLI

V oblasti neplýtvání potravinami pokračujeme v úspěšné misi z minulých let. V roce 2023 se nám i přes otevření nových prodejen podařilo udržet podíl neprodaných potravin na úrovni jednoho procenta. Dobrou zprávou je také celkové zlepšení recyklace neprodaných potravin a naprostá minimalizace skládkování. Díky mimořádnému partnerství s potravinovými bankami jsme zvýšili objem darovaných potravin pro potřebné na 3 500 tun. Celkově jsme snížili potravinový odpad o 61 % oproti výchozímu roku 2016.

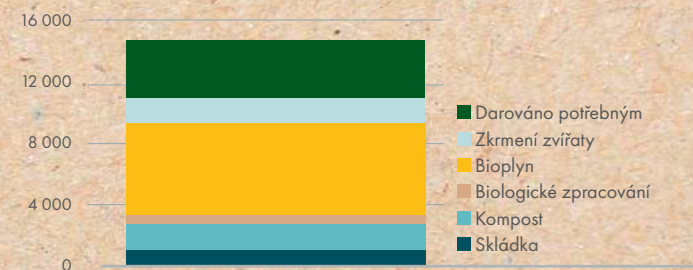


%
neprodaných
potravin bylo
využito

NAŠE CÍLE

V roce 2024 snížíme potravinový odpad o 63 % oproti výchozímu roku 2016. Do roku 2025 cílíme na 65% redukci a v roce 2028 pak chceme dosáhnout -68 %. Pro měření používáme podíl potravinového odpadu na tržby z prodeje potravin (t/milion €). Dále jsme se zavázali, že v roce 2024 darujeme potřebným prostřednictvím České federace potravinových bank minimálně 3 800 tun jídla.

Graf: Využití neprodaných potravin



„Společně se nám podařilo zachránit větší objem potravin a podpořit více potřebných lidí. Těší nás, že hledáme další možnosti spolupráce, jako je večerní darování, finanční podpora projektů nebo provozu jednotlivých bank.“

Aleš Slavíček, předseda České federace potravinových bank

ZAMĚŘENO NA: VEČERNÍ DAROVÁNÍ POTRAVIN

NEUSTÁLE HLEDÁME CESTY, JAK DAROVAT JÍDLO JEŠTĚ LÉPE A EFEKTIVNĚJI. JAKO PRVNÍ JSME VE SPOLUPRÁCI S ČESKOU FEDERACÍ POTRAVINOVÝCH BANK ZRYCHLILI DAROVÁNÍ ČERSTVÝCH POTRAVIN A NASTARTOVALI PROJEKT PŘÍMÉ POMOCI MÍSTNÍM KOMUNITÁM.

Díky této novince se večeře dostane na talíře potřebných do desítek minut. Jídlo totiž putuje z obchodů Albert přímo k lidem v nouzi. Zvyšujeme tak i objem darovaných čerstvých potravin, zejména masa a mléčných výrobků. Celkem jde o meziroční navýšení darů o 10 %.

Večerní darování čerstvých potravin smysluplně zapadá do naší celkové strategie neplýtvání. Oproti běžné distribuci potravinových darů se projekt liší zejména prvkem lokálnosti a přímé komunitní pomoci.

Jídlo putuje přímo do organizací, které umějí pokrmy ihned zpracovat. Hlavními příjemci pomoci jsou proto komunitní sociální kuchyně, chráněná bydlení či azylové domy pro rodiny v krizi. Jedním z příjemců večerní pomoci v podobě mléčných výrobků, ovocných šťáv či hotových jídel je azylový dům v Horních Počernicích, který se nachází kilometr od místního supermarketu Albert.

„S potravinovou bankou spolupracujeme dlouhodobě a získáváme jejím prostřednictvím především trvanlivé potraviny. Jsme velmi vděční a děkujeme společnosti Albert, že nyní můžeme přijet přímo do prodejny a vyzvednout čerstvé jídlo.“

Gabriela Selinger, azylový dům Horní Počernice SKP HOPO

JAK VEČERNÍ DAROVÁNÍ PROBÍHÁ?



VÝBĚR POTRAVIN

Během pozdního odpoledne připraví zaměstnanci v prodejnách Albert po celé České republice čerstvé potraviny, jako jsou mléčné výrobky, ovocné šťávy, maso či hotová jídla, kterým se blíží datum spotřeby a jsou vhodné k darování.



NA CESTĚ K POTŘEBNÝM

Pro potraviny si přijedou zástupci organizace z blízkého okolí, kde dokážou darované potraviny ihned zpracovat. Nejčastěji jde o azylové domy, sociální kuchyně či chráněná bydlení.



VEČEŘE NA STOLE DO DESÍTEK MINUT

Projekt večerního darování přináší možnost, jak zefektivnit darování potravin a dostat na talíř lidí v nouzi více kvalitního čerstvého jídla. Maminka samozřevitelka tak může připravit rychlou večeři pro sebe a malou dceru.

NEPLÝTVÁME POTRAVINAMI NAŠE UDRŽITELNÁ ŘEŠENÍ 2023

1

1. OBJEDNÁVKOVÝ SYSTÉM A INOVACE

Naše strategie proti plýtvání začíná objednávkovým systémem, který vychází z dlouhodobých dat a přesného algoritmu. Řídí se potřebami zákazníků a zohledňuje i roční období či počasí. Do obchodů přichází tolik potravin, kolik prodáme. Mezi inovace patří i teplotní čidla či suchá pára u ovoce a zeleniny ve vybraných prodejnách.

2. POTRAVINOVÉ BANKY

S potravinovými bankami spolupracujeme od roku 2012. Partnerství si vážíme, stejně jako jeho neustálého rozvoje. Naším cílem je, aby maximální množství neprodaných potravin skončilo na talíři těch, kteří to potřebují. Vloni to byla bezmála čtvrtina.

3. POMOC ZVÍŘATŮM

I loni jsme jídlo, které nešlo darovat lidem, posílali ke zkrmení zvířatům v záchraných stanicích nebo farmách. Do 36 organizací zamířilo 446 tun ovoce, zeleniny či pečiva, což je meziročně téměř třikrát víc. Finance, které ušetří, využívají na péči o zvířata.

4. BANÁNOVÝ CHLEBÍČEK

Kromě strategických projektů děláme i další malé či větší kroky. V prodejnách s vlastní pekárnou připravujeme chlebiček z neprodaných banánů, které jsou v rámci ovoce a zeleniny nejohroženější. Vloni jsme jich upekli 96 tisíc a zachránili 15 tun banánů.

5. ZERO FOOD WASTE PRODEJNA A KANTÝNA

Šéfkuchař Standa loni připravil 14 tisíc obědů z potravinových přebytků pro zaměstnance Albertu v Nových Butovicích a centrály. Kantýna jinak je součástí zero food waste prodejny, kde iniciativy proti plýtvání uvádíme v ještě větší komplexnosti. Výsledkem je eliminace skládkování a maximální znovupoužití neprodaných potravin.

6. ZAPOJENÍ ZÁKAZNÍKŮ

Do naší mise proti plýtvání zapojujeme i zákazníky. Oblíbená iniciativa „Pomozte nám neplýtvat“ je upozorňujeme na zboží, kterému se blíží datum spotřeby a mohou si ho pořídit s 30% slevou, u pečiva dokonce až 50%. Díky štedrosti našich zákazníků se nám také daří výrazně přispívat do jarních i podzimních Sbírek potravin.



SNIŽUJEME UHLÍKOVOU STOPU

POKRAČUJEME V CESTĚ K VLASTNÍ
UHLÍKOVÉ NEUTRALITĚ DO ROKU 2040.
V POSLEDNÍCH PĚTI LETECH JSME
DOKÁZALI SNIŽIT EMISE
O VÍCE
NEŽ

50%



STÁLE INTENZIVNĚJI SPOLUPRACUJEME
TAKÉ S NAŠIMI DODAVATELI I ZÁKAZNÍKY.

SNIŽUJEME UHLÍKOVOU STOPU 2023

-50,2 %

snížení emisí ve vlastním provozu
v posledních 5 letech



2040

uhlíková neutralita ve vlastním provozu



100%

šetřná chladiva k životnímu prostředí

95 %

prodejen využívá LED osvětlení



Při snižování uhlíkové stopy v tzv. Scope 3 jsme pro spolupráci na jejím výpočtu oslovili přes 80 lokálních dodavatelů.

SNIŽUJEME UHLÍKOVOU STOPU CESTA K VLASTNÍ NEUTRALITĚ VEDE PŘES INOVACE A INVESTICE

V ROCE 2023 JSME V ALBERTU DOSÁHLI DALŠÍHO VÝZNAMNÉHO MILNÍKU. DOKÁZALI JSME SNIŽIT EMISE SKLENÍKOVÝCH PLYNŮ VE VLASTNÍM PROVOZU, TZV. SCOPU 1 A 2, O POLOVINU OPROTI VÝCHOZÍMU ROKU 2018. K REDUKCI NA ÚROVEŇ **-50,2 % PŘÍSPĚLA ŘADA AKTIVIT V ČELE S DLOUHODOBÝM PLÁNEM INVESTIC DO MODERNIZACE NAŠICH PRODEJEN A SNIŽOVÁNÍ JEJICH ENERGETICKÉ I KLIMATICKÉ ZÁTĚŽE, ALE TAKÉ VÝROBA VLASTNÍ ENERGIE A NÁKUP ZELENÉ BEZEMISNÍ ELEKTŘINY.**

Redukce emisí skleníkových plynů je zásadním faktorem pro dosažení závazku Pařížské dohody a cíle OSN udržet globální oteplování pod úrovní 1,5 °C oproti teplotám před průmyslovou revolucí, a tím umožnit další fungování a rozvoj života na planetě Zemi. V Albertu přistupujeme k této oblasti na základě nejnovějších klimatických poznatků. V souladu se strategií založenou na vědecky podložených cílech jsme se zavázali dosáhnout nulových emisí z vlastního provozu do roku 2040 a kompletní uhlíkové neutrality nejpozději do roku 2050.

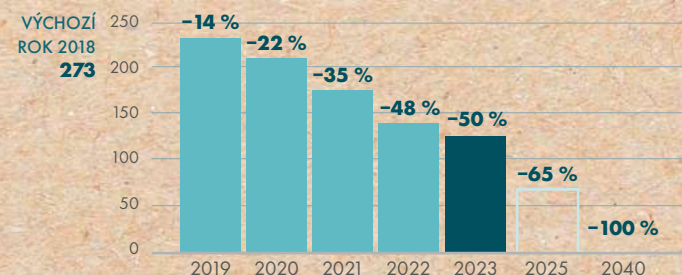
JAK JSME SI VĚDLI VE SCOPE 1 A 2

Emise v tzv. Scope 1 a Scope 2 zahrnují uhlíkovou stopu v našem vlastním provozu. Jde o spotřebu elektrické energie v našich prodejnách, distribučních centrech a centrále, paliv nutných na přepravu potravin či využití chladiv, které potraviny udržují v požadované teplotě. Největší část emisí skleníkových plynů ve Scope 1 a 2 je právě důsledkem spotřeby energií, v loňském roce to bylo přibližně 90 %, následují emise z chladiv a dopravy. Díky modernizaci prodejen se nám daří energetickou spotřebu výrazně snižovat. V loňském roce jsme představili zákazníkům po

celém Česku dalších více než 20 vylepšených obchodů Albert. Každá z těchto prodejen ušetří v průměru třetinu energií, u obchodů s větší prodejní plochou to pak může být až polovina. Za touto redukcí stojí miliardové investice do moderních technologií a výměny energeticky náročných zařízení, jako je chladicí a mrazicí nábytek, vytápění nebo svícení. Dále implementujeme také tzv. building management systém, který pomocí umělé inteligence řídí provoz veškerých technologií. Z pohledu svícení představuje nejvýraznější úsporu přechod na LED technologii – na konci roku 2023 ji využívalo už 95 % obchodů Albert. Podstatnou součástí našich klimatických řešení je také výměna chladiv za šetrnější alternativy s co nejnižším potenciálem globálního oteplování (GWP). Ve spolupráci s dodavateli chladicích a mrazicích zařízení pracujeme také na celkové efektivitě současných technologií.

Při cestě k vlastní uhlíkové neutralitě se kromě energetických úspor, kde už jsme většinu zásadních úkolů splnili v posledních letech, zároveň čím dál více díváme na možnost vlastní výroby elektřiny. Pracujeme na projektech, které umožní využití vhodných střech pro instalaci fotovoltaických panelů. V roce 2023 jsme FVT nainstalovali v Příbrami. Dalším z možných prostředků ke snižování uhlíkové zátěže je pak nákup zelené energie.

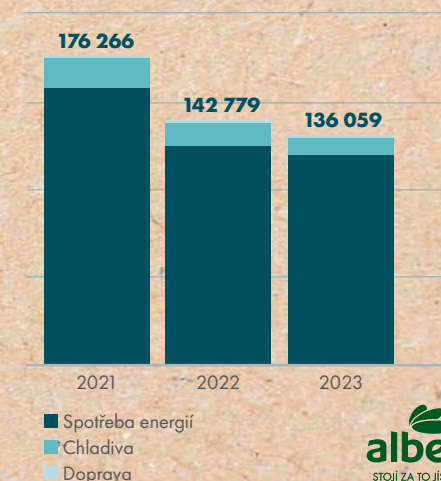
Graf:
Snižování emisí CO₂ (v tis. tun) Scope 1 a 2



NAŠE CÍLE PRO SCOPE 1 A 2

V roce 2024 snížíme emise skleníkových plynů z vlastního provozu (Scope 1 a 2) o 57,5 % ve srovnání s výchozím rokem 2018. Naším cílem do roku 2025 je pak redukce na úrovni 65 %. K uhlíkové neutralitě ve Scope 1 a 2 jsme se zavázali do roku 2040.

Graf: Celkové emise CO₂ (v tunách) dle typu Scope 1 a 2



SNIŽUJEME UHLÍKOVOU STOPU NAŠE UDRŽITELNÁ ŘEŠENÍ 2023



1. MODERNIZACE PRODEJEN

I vloni jsme dál modernizovali prodejny, vylepšili jsme dalších 22. Právě spotřeba energií, tepla a chladiv tvoří velkou část emisí v našem vlastním provozu. Investice do nových technologií, efektivního vytápění či šetrného chlazení přispívají k jejich snižování. Tyto obchody přinášejí skvělý nákupní zážitek a každý z nich šetří v průměru třetinu energií.

2. TEPLOTNÍ ČIDLA

Významnou roli při snižování emisí skleníkových plynů hraje teplotní management. Již v minulosti jsme se stali průkopníkem systému vzdáleného autonomního hlídání teplot na prodejní ploše i v zázemí. V roce 2023 jsme teplotní čidla doinstalovali do zbývajících dvou stovek prodejen.

3. CHYTRÉ KANCELÁŘE

V rámci centrální kanceláře jsme zavedli řadu inovací v čele se systémem chytrého osvětlení využívajícím LED technologii, který reaguje na pohyb v budově či na intenzitu venkovního světla a optimalizuje osvětlení. Dále jde například o automatické externí žaluzie nebo centrálně řízenou klimatizaci. Přináší nám to úsporu energií na úrovni 20 %.

4. UDRŽITELNÝ VOZOVÝ PARK

Do flotily služebních aut jsme zařadili tři typy alternativních pohonů, abychom otestovali různé varianty pro bezpečné a klimaticky šetrnější jízdy našich kolegů. Zkoušíme plně elektrická osobní auta, dále plug-in hybridy kombinující elektrický a spalovací motor a hybridní vozy. Pro nabíjení jsme u naší centrály instalovali tzv. wall boxy.

5. VLASTNÍ VÝROBA ENERGIE

Při dosahování energetických úspor v prodejnách, distribučních centrech a centrále se díváme i na vlastní výrobu elektřiny. V roce 2023 jsme zprovoznili 450 fotovoltaických panelů na střeše prodejny v Příbrami, která jí přináší až pětinovou úsporu elektřiny. Na projektech k využití vhodných střešních ploch pro instalaci FVT panelů dále pracujeme.



SCOPE 3: SPOLUPRÁCE S NAŠIMI DODAVATELI JE KLÍČOVÁ

V TÉMATU KLIMATU SE ANGAŽUJEME TAKÉ V OBLASTI TZV. SCOPE 3. ZATÍMCO VE SCOPE 1 A 2 JSME JIŽ VÝZNAMNĚ POKROČILI, U NEPŘÍMÝCH EMISÍ JSME ZAČALI INTENZIVNĚ PRACOVAT NA NAPLNĚNÍ NAŠEHO CÍLE KOMPLETNÍ UHLÍKOVÉ NEUTRALITY DO ROKU 2050. NA ZÁKLADĚ PRŮMĚRNÝCH EMISNÍCH KOEFICIENTŮ JSME VYPOČÍTALI VÝCHOZÍ ÚROVEŇ PRO SCOPE 3. NAŠÍ AMBICÍ JE PŘIPRAVIT PLÁN, KTERÝ BUDE POSTAVENÝ NA VZÁJEMNÉ SPOLUPRÁCI S DODAVATELI ZBOŽÍ I SLUŽEB A TAKÉ NA AKTIVITÁCH SE ZÁKAZNÍKY. UŽ NA KONCI ROKU 2023 JSME USKUTEČNILI SEMINÁŘ, KDE JSME PROPOJILI NÁZORY ODBORNÍKŮ, PŘÍSTUP KLÍČOVÝCH INSTITUCÍ I VLASTNÍ ZKUŠENOSTI A PŘEDALI JE NAŠIM DODAVATELŮM. V SOUČASNOSTI POSILUJEME INTERNÍ EXPERTIZU PROSTŘEDNICTVÍM ŠKOLENÍ, ABYCHOM MOHLI V NAŠEM PLÁNU POSTOUPIT.

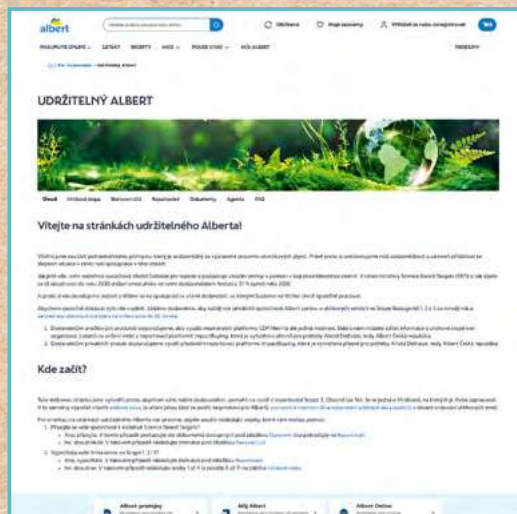
Zatímco emise skleníkových plynů ve Scope 1 a 2 dokážeme přímo měřit a ovlivňovat, ve Scope 3 jde o komplexnější problematiku. Nepřímé emise skleníkových plynů ve Scope 3, které tvoří 95 % celkové uhlíkové stopy v Albertu, prostupují celým hodnotovým řetězcem, od pěstování surovin a chov zvířat přes výrobu a logistiku až ke konečným spotřebitelům. Sběr dat ve Scope 3 a jejich reportování proto vyžaduje intenzivní spolupráci s našimi dodavateli, partnery a zákazníky.

JAK SI VEDEME

V roce 2023 došlo v Albertu ke stanovení výchozí úrovně (baseline) emisí ve Scope 3, a to pro rok 2020. K výpočtům využíváme tzv. emisní faktory, které jsou zveřejněné v oficiálních světových databázích, a po vynásobení počtem prodaných položek tak dokážeme vypočítat emise ve Scope 3 na základě průměrných koeficientů. Díky přesným datům od našich obchodních partnerů postupně čísla zpřesňujeme.

Snižování dopadu na klima je provázanou činností a závisí na vzájemné spolupráci s našimi dodavateli. Proto jsme na konci roku 2023 hostili v Praze setkání, na kterém jsme pěti desítkám převážně velkých, ale i středně velkých a malých dodavatelů představili cíl pro redukcí uhlíkové stopy ve Scope 3. Při setkání jsme představili také náš portál pro dodavatele, tzv. Climate Hub – webovou stránku, která je součástí oficiálního webu Albert a kde naši dodavatelé naleznou instruktážní videa a další materiály a informace o snižování uhlíkové stopy.

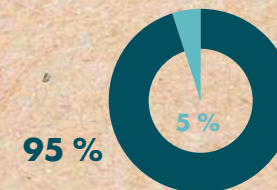
V průběhu roku 2024 oslovíme přes 80 lokálních a téměř 50 globálních dodavatelů. Po úvodním dopisu s nastiněním problematiky a našimi cíli při redukcí nepřímých emisí budou následovat setkání, která nabídnou platformu pro hlubší diskusi o klimatických cílech a naší spolupráci. Dalším plánovaným krokem bude výzva k vyplnění našeho dotazníku, dodavatele budeme žádat, aby zadali údaje za svoje emise, ty pro nás představují Scope 3.* Stejným způsobem přistupujeme i my ke spolupráci s třetími stranami, pro které tvoří naše emise Scope 1 a 2 jejich Scope 3.



NAŠE CÍLE PRO SCOPE 3

V roce 2024 máme za cíl vytvořit detailní plán kroků, které povedou ke snížení emisí ve Scope 3, a to především ve spolupráci s našimi dodavateli. Do roku 2030 chceme snížit nepřímé emise skleníkových plynů (Scope 3) o 37 %, a to v porovnání s výchozím rokem 2020. Kompletní uhlíkové neutrality plánujeme dosáhnout nejpozději do roku 2050.

Graf:
Podíl emisí podle kategorií SCOPE 1, 2 a 3



■ Scope 3
■ Scope 1 a 2

SEMINÁŘ O KLIMATU PRO DODAVATELE



USPOŘÁDALI JSME SETKÁNÍ O KLIMATU PRO NAŠE DODAVATELE, KTERÉHO SE ZÚČASTNILO TĚMĚŘ PĚT DESÍTEK NAŠICH NEJVĚTŠÍCH DODAVATELŮ. PŘI SETKÁNÍ JSME JIM NABÍDLI VHLED DO PROBLEMATIKY, PŘEDSTAVILI CÍLE I NÁSTROJE, KTERÉ NÁM POMOHOU K JEJÍCH DOSAŽENÍ. NA SEMINÁŘI VYSTOUPILI ZÁSTUPCI NEJVYŠŠÍHO VEDENÍ ALBERTA, ODBORNÉ SFÉRY A KLÍČOVÝCH INSTITUCÍ, JAKO JE MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ, POTRAVINÁŘSKÁ KOMORA NEBO SVAZ OBCHODU A CESTOVNÍHO RUCHU.

ŠETŘÍME OBALOVÉ MATERIÁLY

V ALBERTU VÍME, ŽE NEJLEPŠÍ OBAL JE ŽÁDNÝ OBAL. PROTO SE SNAŽÍME ELIMINOVAT MNOŽSTVÍ OBALOVÉHO MATERIÁLU, PŘEDEVŠÍM PLASTŮ. NAŠÍM CÍLEM JE TAKÉ ZVYŠOVAT CIRKULARITU A VYUŽÍVAT STÁLE VYŠŠÍ PODÍL RECYKLÁTU. V LOŇSKÉM ROCE TO BYLO U VÝROBKŮ VLASTNÍCH ZNAČEK TĚMĚŘ



ŠETŘÍME OBALOVÉ MATERIÁLY 2023



Recyklace

PLASTŮ, PAPIŘU, SKLA I BATERIÍ

v prodejnách



-126

tun plastu díky 80%
podílu recyklátu
v nákupních taškách



15 000

km termopapíru ušetřily elektronické účtenky



1 410 000

digitálních cenovek ve 222 prodejnách

12

Od roku 2021 provozujeme v Klecanech recyklační centrum ve vlastní distribuci.
Každý rok tady připraví k recyklaci až 12 tisíc tun obalů.

ŠETŘÍME OBALOVÉ MATERIÁLY CESTA K UDRŽITELNÝM OBALŮM JE PLNÁ VÝZEV I PŘÍLEŽITOSTÍ

NEJLEPŠÍ OBALOVÝ MATERIÁL JE TEN, KTERÝ VŮBEC NEPOUŽIJEME. DLOUHODOBĚ PROTO USILUJEME O REDUKCI PLASTŮ U OBALŮ VÝROBKŮ VLASTNÍCH ZNAČEK A ZVYŠOVÁNÍ CIRKULARITY. PEČLIVĚ BALANCUJEME ZACHOVÁNÍ KVALITY POTRAVIN PRO ZÁKAZNÍKY A DOPAD NA ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ. VE SPOLUPRÁCI S NAŠIMI DODAVATELI PŘINÁŠÍME DO OBCHODŮ OBALY S OHLEDEM NA JEJICH ENVIRONMENTÁLNÍ BENEFITY, A TO NA ZÁKLADĚ VĚDECKÝCH POZNATKŮ. S OHLEDEM NA PŘÍSNOU METODOLOGII, KTEROU SE ŘÍDÍME, PŘEDSTAVUJE OBLAST REDUKCE PLASTŮ NADÁLE VELKÝ ZÁVAZEK.

Albert, stejně jako další značky skupiny Ahold Delhaize, se připojil k iniciativě The New Plastics Economy Global Commitment, vedené Ellen MacArthur Foundation a OSN, a to s cílem vytvořit cirkulární ekonomiku, kde plast nikdy nekončí jako odpad.

Klademe důraz na snadnou recyklovatelnost, která je také pro zákazníky pochopitelná a srozumitelná. Na druhé straně s sebou tato metodologie přináší přísnější podmínky recyklovatelnosti, které jdou nad rámec praxe v českém prostředí. Tyto podmínky a jejich plnění ovlivňují míru reportované recyklace, přestože technicky nebo podle lokálních zvyklostí recyklovatelné být mohou. V praxi to pak znamená rozdíl v podílu vykazované recyklovatelnosti až o více než 20 procentních bodů. Nejvíce se na tomto rozdílu podílí přístup k recyklaci flexibilních materiálů na bázi polyethylenu (např. HDPE, LDPE), která je v Česku možná, ale nesplňuje podmínky kladené EMF.

JAK JSME SI VEDLI

Plasty a jejich snižování ve výrobcích našich vlastních značek, kde dokážeme materiály ve spolupráci s dodavateli nejvíce ovlivnit, patří mezi klíčové body ESG strategie v environmentální oblasti. Musíme konstatovat, že tato problematika představuje nadále velkou výzvu, kterou nejsme schopni naplňovat v takové intenzitě, jakou jsme si ve výchozím roce 2021 stanovili a jakou bychom si přáli. Využití plastů ovlivňuje mnoho aspektů v čele s faktem, že jde o vhodný materiál pro kontakt s potravinami, který často nelze eliminovat anebo nahradit, a dokonce to ani není naší ambicí. Tady je potřeba vyzdvihnout plastový obal a jeho hygienickou roli, stejně jako ochranu před plýtváním potravinami. V roce 2023 jsme meziročně navýšili objem virgin plastu u výrobků vlastních značek o 63 tun, což představuje nárůst 1,2 p. b. vzhledem k baseline. Důvodem je zejména uvádění nových výrobků vlastních značek a zvyšování prodejů, ale také spotřeba jednorázových bezplatných sáčků při nákupech, což je jedna z oblastí, na jejíž řešení se plánujeme v příštím období zaměřit. Mírně pozitivní trend jsme v roce 2023 sledovali v aspektu cirkularity plastů – podařilo se nám zvýšit podíl postspotřebitelského recyklovaného plastu v obalech výrobků vlastních značek o 2,9 p. b. na 17,9 %.

NAŠE CÍLE

Do roku 2028 snížíme u obalů výrobků vlastních značek objem virgin plastu o 5,3 % oproti výchozímu roku 2021. Naším cílem v oblasti recyklovatelnosti plastů, okrajově pak znovupoužitelnosti a kompostovatelnosti, je každoroční postupné zvyšování podílu RRC u obalů výrobků vlastních značek. Stejně tak u vlastních produktů cílíme na kontinuální zvyšování podílu postspotřebitelského recyklovaného plastu (PCR, například rPET) v obalech.

UDRŽITELNÉ OBALY

výrobků vlastních značek



1. MĚNĚ
PLASTU



2. VĚTŠÍ
CIRKULARITA



3. LEPŠÍ
RECYKLOVATELNOST

ŠETŘÍME OBALOVÉ MATERIÁLY NAŠE UDRŽITELNÁ ŘEŠENÍ 2023



1. VÍCE RECYKLÁTU, MÉNĚ NOVÉHO PLASTU

Odbalit či minimalizovat plastový obal není vždy možné. Redukce objemu tzv. virgin plastu dále dosahujeme zvyšováním podílu postspotřebitelského recyklovaného plastu (PCR, u obalů potravin rPET) u výrobků našich vlastních značek. V našich čerstvých džusech jsme nahradili 50 % plastu recyklátem, což přináší roční úsporu 20 tun virgin plastu.

2. LEPŠÍ RECYKLOVATELNOST MÁ SMYSL

Kromě minimalizace plastových obalů u výrobků vlastních značek a využití recyklovaných materiálů dále hledáme způsoby, jak přispět ke snadnější recyklovatelnosti. Příkladem je výměna bílého plastového obalu u našich prostředků na mytí nádobí za transparentní, který recyklaci významně ulehčuje.

3. TŘÍDĚNÍ V PRODEJNÁCH

V našich prodejnách důsledně třídíme zejména papír a plast, ale také sklo, dřevo, olej či použité baterie. Všechny tyto materiály od nás míří k dalšímu využití. Z vytríděného papíru vzniká recyklovaný, barevné plasty je možné využít ve stavebnictví, čiré lze přeměnit například v tzv. rPET. Olej po přefiltrování může dále sloužit jako mazivo. Z baterií se recyklací získávají kovonosné druhotné suroviny.

4. RECYKLACE MATERIÁLŮ V LOGISTICE

Více než 15 let třídíme a svážíme obalové materiály z našich prodejen. Od roku 2021 funguje recyklační centrum v Klecanech. Ročně tady připraví k recyklaci až 12 000 tun obalů. V zázemí obchodů pak u lisů na kartony využíváme technologii čidel, která automaticky plánují svoz, a šetří tak uhlíkovou stopu i čas zaměstnanců. Nadále také smysluplně využíváme textilní dvířka u všech transportních klecí, díky kterým ročně šetříme 70 tun plastu v podobě nespotřebované strečové fólie.

5. ZAPOJENÍ ZÁKAZNÍKŮ

Odpovědné nakládání s obaly usnadňujeme i zákazníkům. V aplikaci Můj Albert si mohou zvolit elektronickou podobu účtenky. Loni jsme takto ušetřili 15 tisíc km papíru. Ve vybraných prodejnách mohou zase nakupovat potraviny a drogerii bez obalu. Dále podporujeme možnost více druhů pečiva v jednom sáčku. Těší nás, že zákazníci u mnohých druhů ovoce a zeleniny nevyužívají jednorázové sáčky, nebo upřednostní ty zno-vupoužitelné z naší nabídky.



SOCIAL

LEPŠÍ PRO ZDRAVÍ

28 ZDRAVĚJŠÍ VOLBA

32 ZDRAVÉ A BEZPEČNÉ PRACOVNÍ PROSTŘEDÍ

37 PODPORA KOMUNIT

Jsme odpovědným obchodníkem a záleží nám na lidech kolem nás. Podporujeme naše zákazníky i kolegy, aby jedli a žili zdravěji, a staráme se o komunity, kde působíme. Zákazníkům se snažíme maximálně usnadnit cestu k tomu, aby mohli jíst lépe. Ukazujeme jim, jak na to, a zároveň intenzivně pracujeme na tzv. demokratizaci zdravého jídla. Těší nás, že v této pro nás stěžejní oblasti se nám daří naplňovat cíle. Zdravé produkty vloni tvořily 55,6 % prodeje vlastních značek, což představuje pokračující nárůst. Pečovat o naše zákazníky by nebylo možné bez našich kolegů, pro které vytváříme zdravé a bezpečné pracovní prostředí a také je motivujeme ke zdravému životnímu stylu. Poskytujeme jim řadu benefitů s důrazem na zdraví, prevenci a wellbeing. Neméně důležitý je pro nás také jejich rozvoj, vzdělání a celková spokojenost. Loni uvedlo 89 % kolegů a kolegyně, že by doporučili Albert jako místo k práci. Neoddělitelnou součástí našeho podnikání je i podpora komunit, které to potřebují, v místech, kde působíme. Pomáháme dětem ze sociálně znevýhodněného prostředí – spolupracujeme s desítkami dětských domovů, vzděláváme děti v oblasti zdravého životního stylu, rozvíjíme partnerství s potravinovými bankami i dalšími prospěšnými organizacemi a pomáháme během společenských krizí i v náročných životních situacích. V roce 2023 naše pomoc dosáhla bezmála 15 milionů korun.

ZDRAVĚJŠÍ VOLBA

V ALBERTU VĚŘÍME, ŽE STOJÍ ZA TO JÍST
LÉPE. ZÁKAZNICÍM I ZÁKAZNÍKŮM
A JEJICH RODINÁM PŘINÁŠÍME ŠIROKOU
A DOSTUPNOU NABÍDKU ZDRAVÝCH
POTRAVIN VLASTNÍCH ZNAČEK VČETNĚ
TĚCH V BIO KVALITĚ.
CELKOVĚ TO VLONI BYLO PŘES



VÝROBKŮ.

ZDRAVĚJŠÍ VOLBA 2023



NEJVĚTŠÍ

obchod se zdravým jídlem v Česku²



BIO

Nejširší nabídka bio potravin²



55,6 %

prodejů potravin vlastních značek
tvořily zdravé výrobky¹



MLYNÁŘSKÁ

řada žitného pečiva

7

Oblíbená značka Nature's Promise nabídla zákazníkům téměř 450 výrobků v sedmi produktových řadách, nejvíce v kategorii bio.

POMÁHÁME ZÁKAZNÍKŮM, ŽÍT LÉPE A ZDRAVĚJI

PESTRÁ A VYVÁŽENÁ STRAVA VÝRAZNĚ NAPOMÁHÁ K CELKOVÉMU ZDRAVÍ. PROTO NAŠE ZÁKAZNÍKY MOTIVUJEME K NÁKUPU ZDRAVÝCH PRODUKTŮ, KTERÉ ZÁROVEŇ DĚLÁME I DOSTUPNĚJŠÍ. DLOUHODOBĚ ROZŠÍŘUJEME NABÍDKU TĚCHTO VÝROBKŮ V SORTIMENTU VLASTNÍCH ZNAČEK – JENOM LONI ŠLO O DALŠÍ DVĚ STOVKY POTRAVIN. ZÁROVEŇ INTENZIVNĚ SPOLUPRACUJEME S NAŠIMI DODAVATELI NA SNIŽOVÁNÍ OBSAHU ČI ODSTRAŇOVÁNÍ PŘÍDATNÝCH LÁTEK, TZV. „ÉČEK“. ZAMĚŘUJEME SE TAKÉ NA SNIŽOVÁNÍ OBSAHU TUKU, CUKRU I SOLI A ROZŠÍŘUJEME NABÍDKU BIO POTRAVIN ZA DOSTUPNÉ CENY. ZDRAVÉ PRODUKTY LONI TVOŘILY VÍCE NEŽ POLOVINU PRODEJŮ VLASTNÍCH ZNAČEK.

Jsm rádi, že k tomuto pozitivnímu podílu loni výrazně přispělo nejen ovoce a zelenina, maso či mléčné výrobky, ale také pečivo. Jako základní potravině, kterou má většina lidí na talíři každý den, mu věnujeme velkou pozornost. Pekárenský sortiment v obchodech Albert je zdravější, protože ho připravujeme s nižším obsahem cukru i soli a odstraňujeme zbytečné přídavné látky. Příkladem je naše Mlynářská řada žitného pečiva, která obsahuje až 100 % žita a je tak bohatá na vlákninu. Vidíme, že zákazníci vnímají její benefity a chutná jim. Zájem o ni totiž každým rokem roste, jenom loni si nakoupili miliony kusů Mlynářského pečiva. V roce 2023 jsme také rozšířili nabídku této řady – k chlebu, rohlíku a vece přibyla brioška. Připravujeme si je od základu podle vlastních jedinečných receptur.

Rozšiřujeme a zpřehledňujeme také nabídku pro zákazníky, kteří chtějí nebo musejí dodržovat specifické nároky na výběr potravin. Vhodné produkty u nás najdou celiáci, diabetici, vegetariáni, vegani i lidé s alergií na laktózu. O něco lépe mohou od loňského roku vybírat také lidé s intolerancí na lepek. V rámci naší vlastní značky Albertovo pekařství jsme uvedli bezlepkovou vánočku a bezlepkový bochník, u kterého zákazníci oceňují, že vypadá i chutná jako běžný chléb. V nákupních košících vloni skončily každý měsíc desítky tisíc těchto bochníků.

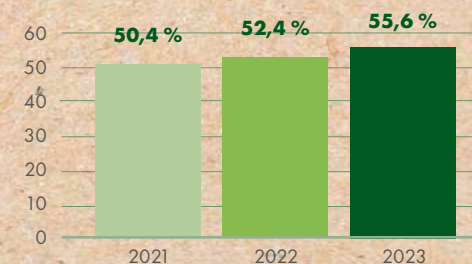
JAK JSME SI VEDLI

Podpora prodeje zdravých potravin patří mezi klíčové oblasti naší udržitelné strategie a celkového poslání obchodů Albert. Jsme rádi, že rok 2023 znamenal další posun v tzv. demokratizaci zdravého jídla, kterou jsme si předsevzali. Zdravé produkty vloni tvořily 55,6 % prodeje vlastních značek, což představuje nárůst o více než 3 p. b. ve srovnání s rokem 2022. Sortiment zdravých potravin vlastních značek jsme rozšířili o dvě stovky produktů na celkových 2 194 položek, z čehož 10 % tvoří pečivo.

NAŠE CÍLE

V roce 2024 budou tvořit zdravé produkty 56,7 % prodeje vlastních značek. Při měření aspektu zdraví v Albertu vycházíme dlouhodobě ze systému Nutri-Score, který řada států EU zavedla na maloobchodním trhu jako oficiální způsob značení s podporou ministerstev zdravotnictví. Za zdravé potraviny považujeme ty s označením A a B. Od roku 2025 přejdeme na metodologii Nutri-Score 2.0, na jejímž základě dojde k přepočtu cílů pro následující období.

Graf: % podíl prodeje zdravých potravin vlastních značek¹



ZDRAVĚJŠÍ VOLBA NAŠE ZDRAVÁ ŘEŠENÍ 2023



2



4



5

1. ZDRAVÍ PRO KAŽDÉHO

Myslíme na všechny, kdo musejí nebo chtějí dodržovat specifické nároky na výběr potravin. Vhodné výrobky u nás najdou jak diabetici, tak lidé s intolerancí laktózy nebo alergií na lepek. Staráme se o neustálé rozšiřování nabídky i lepší orientaci. Například při výběru bezlepkového pečiva zákazníkům nově pomáhá speciální označení.

2. NATURE'S PROMISE

Dostupné produkty pro zdravý životní styl a odpovědný přístup k přírodě, to je poslání naší vlastní značky Nature's Promise. Výrobky neobsahují umělá aroma a barviva či palmový olej. Neříkáme 102 kontroverzním látkám. Kromě potravin nabízíme i ekologickou řadu prostředků pro úklid domácnosti či hygienu. Nejbohatší ze 7 produktových řad je Bio, včetně potravin pro nejmenší.

3. ZDRAVĚ S APLIKACÍ MŮJ ALBERT

Zákazníky motivujeme, aby jedli lépe, i prostřednictvím naší aplikace. Za nákup produktů značky Nature's Promise, bio výrobků nebo vybraných zdravých produktů v roce 2023 získávali kredity navíc, které mohli proměnit za slevu na nákup.

4. ZDRAVĚ I BEZ MASA

Věříme, že není potřeba jíst maso každý den. Tuto cestu ukazujeme našim zákazníkům několik let i v kampani. V prodejnách nabízíme široký výběr produktů od masových alternativ přes rostlinné pomazánky a nápoje, oříšky až po jídla z luštěnin, a to nejenom pod značkou Nature's Promise. Inspiraci, jak na to, přinášíme v magazínu Albert.

5. ZDRAVÁ 5

Již dvě desetiletí realizujeme vzdělávací projekt Zdravá 5, který hravou formou učí děti z mateřských a základních škol, jak na správný životní styl a jíst zdravě. Loni lektorky programem provedly 37 000 dětí po celé České republice.



ZDRAVÉ A BEZPEČNÉ PRACOVNÍ PROSTŘEDÍ



Z 10 KOLEGYŇ A KOLEGŮ POVAŽUJE ALBERT ZA SKVĚLÉ MÍSTO PRO PRÁCI. VĚŘÍME, ŽE KE SPOKOJENOSTI MIMO JINÉ PŘÍSPÍVÁ ŘADA BENEFITŮ V ČELE S AKTIVITAMI NA PODPORU FYZICKÉHO I MENTÁLNÍHO ZDRAVÍ, PREVENCE A WELLBEINGU.

ZDRAVÉ A BEZPEČNÉ PRACOVNÍ PROSTŘEDÍ 2023

89 %

zaměstnanců považuje Albert
za skvělé místo pro práci³



294 000



korun pro děti z dětských domovů
díky sportování zaměstnanců



8,6

let je průměrná doba
zaměstnání v Albertu



ZDRAVÍ

Měsíc zdraví a Dny zdraví v prodejnách,
distribučních centrech i centrále

10

Cenou Zlatý Albert jsme odměnili 10 kolegů a kolegyní za mimořádné naplňování našich hodnot,
kterými jsou týmovost, péče, čestnost, odvaha a humor.

ZDRAVÉ A BEZPEČNÉ PRACOVNÍ PROSTŘEDÍ

ZDRAVÍ JE ZÁSADNÍM TÉMATEM ŽIVOTA V ALBERTU

NAŠE KOLEGY MOTIVUJEME KE ZDRAVÉMU ŽIVOTNÍMU STYLU. POSKYTUJEME JIM ŘADU BENEFITŮ V ČELE S AKTIVITAMI NA PODPORU ZDRAVÍ, PREVENCE A WELLBEINGU, DO KTERÝCH JSME V ROCE 2023 INVESTOVALI BEZMÁLA 400 MILIONŮ KORUN. NAŠE DALŠÍ INVESTICE SMĚŘOVALY TAKÉ DO ROZVOJE ZAMĚSTNANCŮ. UCELENÝ SYSTÉM ŠKOLENÍ, KONTROL A PREVENTIVNÍCH PROGRAMŮ NÁM UMOŽŇUJE DRŽET VELMI NÍZKÝ POČET PRACOVNÍCH ÚRAZŮ A CELKOVĚ BEZPEČNÉ PRACOVNÍ PROSTŘEDÍ PRO 20 TISÍC KOLEGŮ A KOLEGYŇ. VELMI NÁS TĚŠÍ, ŽE ZAMĚSTNANCI NAŠE KROKY OCEŇUJÍ A JEJICH SPOKOJENOST PODLE PRŮZKUMU A DAT ZŮSTÁVÁ VELMI VYSOKÁ. PRŮMĚRNÁ DOBA SETRVÁNÍ V ZAMĚSTNÁNÍ NAROSTLA NA 8,6 LET A 9 Z 10 NAŠICH KOLEGYŇ A KOLEGŮ UVÁDÍ, ŽE BY DOPORUČILI ALBERT JAKO MÍSTO K PRÁCI.

Vyvrcholením všech aktivit v oblasti zdraví a správného životního stylu byl již tradičně Měsíc zdraví, který loni proběhl po sedmé a jehož patronem se stal lékař Tomáš Šebek. Zapojili se do něj všichni zaměstnanci Alberta. Kromě jiného je v tomto období navštívily lektorky Zdravé 5, které je seznámily se základními pilíři správného stravování a motivovaly je k udržitelnému chování a neplýtvání. Zaměřily se také na složení konkrétních výrobků a nechyběly ani ochutnávky.

Velmi oblíbené jsou i Dny zdraví, které opět proběhly v září. Zaměstnancům 112 prodejen, tří distribučních center a centrály v Praze nabídly různé aktivity jako spirometrie, měření skladby těla, ergonomie na pracovišti či masáže.

V pohybu i v podpoře dobré věci pomáhá zaměstnancům naše mobilní aplikace. Vloni v ní v rámci dvou výzev vysportovali pro děti ze čtyř dětských domovů či neziskových organizací 60 000 korun. Pohybem pomáhali naši kolegové také ve velkém finále Měsíce zdraví, kterým je charitativní Běh pro Nadační fond Albert. Každý naběhaný či nachozený kilometr jsme proměnili ve finanční obnos. Výtěžek putoval do dětských domovů.

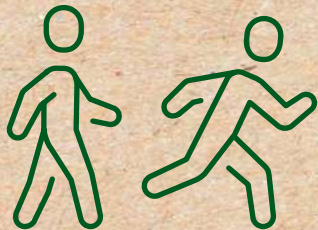


„Líbí se mi, když se zdraví zaměstnanců stává zásadním tématem života firem. Albert je v tomto směru příkladný. Jsem rád, že mohu podpořit Měsíc zdraví a třeba i trochu něco navíc přinést a předat.“

Tomáš Šebek, chirurg, Lékař bez hranic

ZDRAVÉ A BEZPEČNÉ PRACOVNÍ PROSTŘEDÍ

BĚH PRO NADAČNÍ FOND ALBERT



BĚHEM ČI CHŮZÍ PODPOŘILI NAŠI KOLEGOVÉ V PRAZE, OLOMOUCI A BŘEZHRADĚ DĚTI ZE SOCIÁLNĚ ZNEVÝHODNĚNÉHO PROSTŘEDÍ. V SEMMÉM ROČNÍKU VYBĚHLO NA ZÁVODNÍ TRÁŤ CELKEM 460 ÚČASTNÍKŮ A NASBÍRALO 2 336 KILOMETRŮ, KTERÉ JSME PAK FINAČNĚ ZNÁSOBILI. NADAČNÍ FOND ALBERT TAK ROZDĚLIL MEZI DEVÍTKU DĚTSKÝCH DOMOVŮ A NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍ 233 600 KORUN.

ZDRAVÉ A BEZPEČNÉ PRACOVNÍ PROSTŘEDÍ NAŠE ZDRAVÁ ŘEŠENÍ 2023



1. LINKA POMOCI

Již čtyři roky pomáhá zaměstnancům v těžkých životních situacích linka pomoci. Poskytuje speciální poradenství v oblasti psychologie, vztahů, zdraví či práva. Podává pomocnou ruku jak ve chvílích aktuální nouze, tak i s řešením dlouhodobých potíží. Konzultanti měsíčně poradí s více než stovkou dotazů.

2. ZLATÝ ALBERT

Vážíme si a odměňujeme naše kolegy kteří nadstandardně naplňují naše hodnoty – týmovost, péči, čestnost, odvahu a humor. Loni si nejvyšší ocenění Zlatý Albert při slavnostním firemním setkání odnesla desítka zaměstnanců z prodejen, distribučních center i centrály, kteří jsou vzorem pro naše kolegy.

3. FLEXIBILITA PRÁCE

V našem velkém týmu kolegyně a kolegů máme nejrůznější úvazky včetně dohod o provedení práce či pracovní činnosti a zkrácených úvazků. Zaměstnanci mají možnost pracovat na plný úvazek, nicméně vycházíme vstříc velké skupině lidí, kteří vítají větší flexibilitu. Pokud to pracovní pozice umožňuje, mají naši kolegové také možnost práce z domova, a to i ze zahraničí.



4. PREVENCE VE ČTVRTEK

Od roku 2021 pořádáme webináře na podporu fyzického a duševního zdraví. Vždy jeden čtvrtek v měsíci zveme do online prostoru lékaře nebo psychologa, se kterým se bavíme o aktuálním tématu. Loni jsme například řešili: jak zvládnout předvánoční stres, mobilitu pohybového aparátu, psychosomatiku či jak si poradit se školákem.

5. PREVENTIVNÍ PROGRAMY

Pro naše kolegy máme vytvořený program prevence respiračních a chřipkových onemocnění. Loni jsme rozdali přes dva miliony kusů vitaminů a minerálů. K zaměstnancům zamířilo také 5 000 informačních brožurek o prevenci či 2 000 litrů ochranného krému na ruce. Stovky zaměstnanců využily také možnosti bezplatného očkování proti chřipce. V průběhu celého roku mohou naši kolegové a kolegyně konzultovat s lékařem online či zvýhodněně sportovat díky kartě MultiSport.



PODPORA KOMUNIT

BERTÍK POMÁHÁ JE NEJVĚTŠÍ GRANTOVÝ
PROGRAM NADAČNÍHO FONDU ALBERT
S VÍCE NEŽ DVACETILETOU HISTORIÍ.
V ROCE 2023 PODPOŘIL



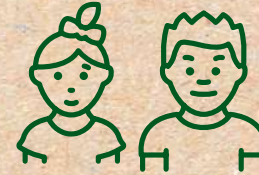
LOKÁLNÍCH PROJEKTŮ A STOVKY
SOCIÁLNĚ ZNEVÝHODNĚNÝCH DĚTÍ.

PODPORA KOMUNIT 2023



1 080 000

korun přinesly Obchůdky s Albertem



40 000

děti proškolila Zdravá 5



15 MILIONŮ

korun dosáhla naše pomoc



CENA

Fóra dárců v kategorii Charitativní projekt



Do potravinových sbírek v obchodech Albert se zapojily také čtyři desítky dětských domovů. Vybrané jídlo jim pomohlo vylepšit jídelníček i rozpočet.

PODPORA KOMUNIT

NAŠE POMOC MÁ SMYSL A NEUSTÁLE JI ROZVÍJÍME

POMÁHÁME TĚM, KTEŘÍ TO POTŘEBUJÍ, A V MÍSTECH, KDE PŮSOBÍME. PROTO V ROCE 2009 VZNIKL NADAČNÍ FOND ALBERT. JEHO HLAVNÍ ZAMĚŘENÍ ZŮSTÁVÁ TĚMĚŘ 15 LET STEJNÉ – SOUSTŘEDÍ SE NA POMOC DĚTEM ZE SOCIÁLNĚ ZNEVÝHODNĚNÉHO PROSTŘEDÍ A PODPORUJE ZDRAVÝ ŽIVOTNÍ STYL ŠKOLÁKŮ A JEJICH RODIN. V ROCE 2023 JSME NAVÍC PŘEDSTAVILI I DVA NOVÉ PROJEKTY V OBLASTI ZDRAVÉHO STRAVOVÁNÍ. TAKÉ JSME POKRAČOVALI V MATERIÁLNÍ A POTRAVINOVÉ POMOCI. CELKEM JSME ROZDĚLILI TĚMĚŘ 15 MILIONŮ KORUN.

Budujeme dlouhodobé vztahy s dětskými domovy a neziskovými organizacemi, které pomáhají dětem ze sociálně znevýhodněného prostředí, a také se školami a školkami, které podporujeme při upevňování zdravého životního stylu dětí.

Velmi nás těší, že jsme se pro mnohé z těchto organizací stali etablovaným partnerem, na kterého se neváhají obrátit, když potřebují pomoc. Zároveň vědí, že díky našim projektům, jako jsou Bertík pomáhá, Obchůdky s Albertem, Běh pro Nadační fond Albert či Zdravá 5, budou moci nakoupit vybavení pro děti, poslat je na tábor, uhradit kroužky či pomoci s rozvojem nebo výukou zdravého životního stylu.

NOVÉ PROJEKTY

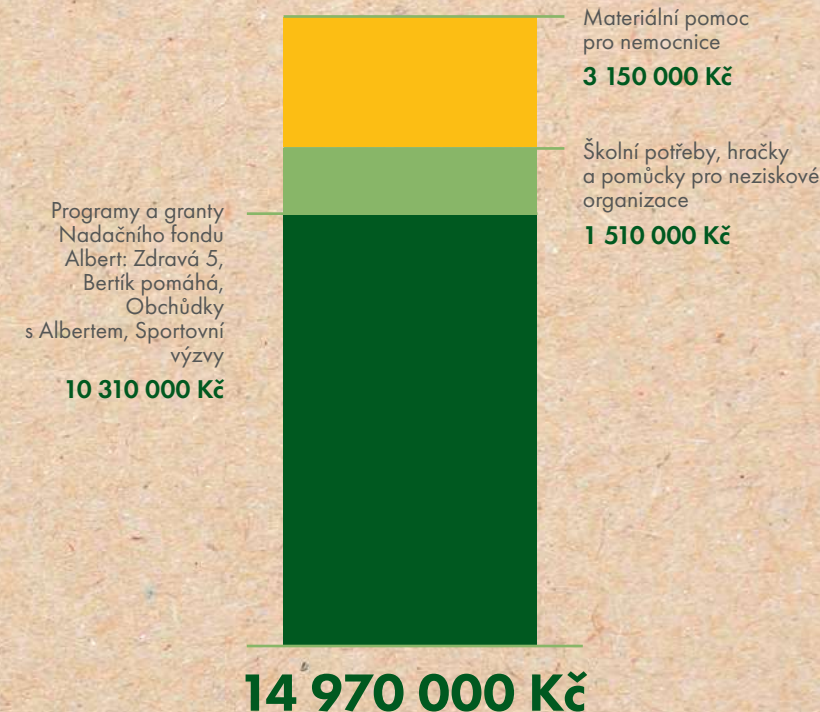
Chceme, aby naše aktivity a pomoc odpovídaly aktuálním potřebám a požadavkům. Proto jsme v loňském roce představili dvě novinky – kurzy udržitelného vaření a anglický výukový program Zdravé 5 pod názvem Mr. Tummy.

MATERIÁLNÍ A POTRAVINOVÁ POMOC

I loni jsme pokračovali v mimořádné pomoci v podobě materiálních a potravinových darů. Do nemocnic putovaly hygienické potřeby, do dětských domovů a neziskových organizací zase školní potřeby, knížky či hračky.

Opět jsme se se svými prodejny zapojili do obou sbírek potravin. Díky naší dlouhodobé spolupráci se jí zúčastnily i čtyři desítky dětských domovů a neziskových organizací, pro které se povedly vybrat desítky tun potravin.

Graf: Naše pomoc komunitám v roce 2023



„Díky dlouholeté finanční podpoře se nám daří rozvíjet důležitou část naší práce, což je péče o sociálně ohrožené rodiny, a její výsledky jsou obrovskou motivací pro naši další činnost.“

Jiří Pitaš, ředitel SKP CENTRA, o. p. s.

PODPORA KOMUNIT PŘÍBĚHY DĚTÍ

ZÁŽITKY JSOU NEJLEPŠÍ MOTIVACÍ DO ŽIVOTA



INSPIRACE UMĚNÍM

Patnáctiletá Ester miluje umění a jednou by se chtěla stát malířkou. Na splnění svého snu intenzivně pracuje, pravidelně chodí do výtvarného kroužku a malování se věnuje i ve svém volném čase. Svět barev, tvarů a nekonečné fantazie je pro nadanou dívku z dětského domova v Plzni místem, kde se cítí být skutečně sama sebou. Nadační fond Albert ji proto pozval do Národní galerie v Praze, kde se setkala s ředitelkou Sbírkou moderního umění, která se jí naplno věnovala. Společně si prohlédly více než 450 obrazů a plastik v expozici Umění dlouhého století. Popovídaly si třeba o malbách Josefa Mánesa, Pabla Picassa, Františka Kupky nebo Bohumila Kubišty a Ester tak mohla načerpat inspiraci a vědomosti, které se jí budou rozhodně hodit v cestě za profesním snem. Čekají ji totiž přijímačky na uměleckou střední školu.

„Mým přáním bylo inspirovat se různými malíři a sochaři, takže to pro mě byla hodně velká příležitost.“ Ester



DOKONALÁ KÁVA

Baristika, tedy specializovaná příprava kávy, je velkým koníčkem Ládi z dětského domova v Pardubicích. Čerstvě plnoletého mladíka baví dělat lidem radost kávou. Věří, že při její přípravě může předvést, co má v sobě. Důležitý pro něj je perfektní výkon, aby byla vidět snaha a kvalita práce. Díky Nadačnímu fondu Albert je jeho káva ještě dokonalejší a on opět blíž svému snu – stát se profesionálním baristou. Mladíka si na jeden den vzal pod svá křídla tým jedné z nejlepších pražských kaváren Můj šálek kávy. Nejprve si spolu prohlédli kavárnu a probrali vše o kávě a její přípravě, a následně už začal intenzivní kurz. Láďa se naučil pracovat s profesionálním kávovarem, připravit a správně degustovat espresso a vykouzlit různé druhy kávových koktejlů.

„Zase jsem se někam posunul. V tomhle odvětví se pořád dějí nějaké inovace. Byla to pro mě cenná zkušenost.“ Láďa



KOUZLENÍ S NŮŽKAMI

Osmnáctiletá Katka z dětského domova má celoživotní vášeň – péči o vlasy. Svým snem doslova žije. Získala už několik profesních certifikátů a kadeřníci se chce také vyučit. Spoustu cenných rad a zkušeností nabrala díky setkání s Tomášem Arsovem, jednou z předních osobností vlasové péče u nás. Společně si nejdříve prošli jeho dvoupatrový salon v centru Prahy, poté Katka usedla do křesla a nechala o sebe pečovat. Tomáš jí vykouzlil perfektní nový sestřih a pak si sama vyzkoušela, jaké to je být kadeřnicí. Po řádném zaškolení a důležitých instrukcích se Katka chopila nůžek a pustila se do práce. Podle Tomáše má v sobě tato mladá dáma obrovský talent a je vidět, že chce tuto práci opravdu dělat. Díky setkání, které zprostředkoval Nadační fond Albert, je Katka opět o něco blíž svému snu.

„Tomáš mi vyšel vstříc ve všech otázkách, na které jsem se ho ptala, a navíc jsme si i hezky popovídali.“ Katka

PODPORA KOMUNIT

ZAMĚŘENO NA: ZDRAVÁ 5 VZDĚLÁVÁ DĚTI UŽ 20 LET

PROGRAM ZDRAVÁ 5 UČÍ DĚTI JÍST ZDRAVĚ A VÁŽIT SI POTRAVIN. UKAZUJE, JAK SNADNÉ, A DOKONCE I ZÁBAVNÉ TO MŮŽE BÝT. VZDĚLÁVÁNÍ POSKYTUJE ZDARMA, DLOUHODOBĚ MÁ AKREDITACI MŠMT A OD ROKU 2020 SE PROJEKT PYŠNÍ I PODPOROU SPOLEČNOSTI PRO VÝŽIVU.



V rámci pěti výukových programů provedly lektorky v roce 2023 zásadami zdravé stravy a správného životního stylu 37 000 dětí po celé České republice. V tradiční kuchařské soutěži Finále Zdravé 5 poměřilo síly na 350 tříčlenných týmů z mateřských a základních škol i neziskových organizací. Semináře Zdravé 5, které mají dlouhodobou akreditaci MŠMT, navštívilo přes 200 pedagogů z mateřských škol, kteří si odnesli metodické materiály.

Novinkou loňského roku jsou kurzy udržitelného vaření pro děti ze sociálně znevýhodněného prostředí a vzdělávací program Mr. Tummy, který propojuje výuku angličtiny s tématem zdraví. Lektorky s pomocí unikátních edukačních pomůcek přednášely v angličtině žákům ze čtyř desítek tříd.

Zdravá 5 pomáhá i s péčí o zaměstnance obchodů Albert. Již popáté vyrazily lektorky do prodejen, distribučních center a centrály vzdělávat zaměstnance v základech zdravého životního stylu a výživy.



„Děti si program Mr. Tummy užily natolik, že o něm mluvily ještě dlouho po jeho skončení a sdílely své nové znalosti s rodiči a spolužáky.“

Mgr. Martina Kredbová, 1. ZŠ Hořovice

PODPORA KOMUNIT NAŠE AKTIVITY 2023



1. KURZY UDRŽITELNÉHO VAŘENÍ

Zdravá 5 učí děti z dětských domovů a neziskových organizací vařit s ohledem na přírodu i peněženku. Nový projekt ukazuje, jak v kuchyni využít zvadlou zeleninu či uskladnit potraviny. Děti si zároveň prohlubují znalosti vyvážené životosprávy. Kurzy, které probíhají v zero food waste kantýně obchodu Albert v Praze, loni absolvovalo na 150 dětí.

2. BRIGÁDY PRO MLADÉ Z DĚTSKÝCH DOMOVŮ

Nadační fond Albert pomohl najít letní brigády pro sedm dětí ze sociálně znevýhodněného prostředí. Jednou z nich je devatenáctiletá Míša, která si díky brigádě spoří na dobu, kdy bude muset z domova odejít. Iniciativa pomáhá mladým osvojit si pracovní návyky a podpořit je při vstupu do samostatného života.



3. CHARITATIVNÍ SNÍDANĚ

Zaměstnanci pražské centrály v průběhu roku opět dvakrát napekli a uvařili, aby prodejem snídaní kolegům vybrali peníze a splnili přání dětem z dětských domovů. Ty z Lipové si užily letní pobyt plný zájmových aktivit a Honza z Dětského domova Zašová si mohl udělat řidičák.



4. SPORTOVNÍ VÝZVA

Děti z více než dvou desítek dětských domovů a neziskovek si v průběhu léta zaznamenávaly nasportované kilometry, dohromady přes 39 tisíc. Jedenáctka nejlepších organizací si pak rozdělila 269 000 Kč, které vyběhali zaměstnanci v Běhu pro Nadační fond Albert. Odměnu použily na podporu aktivit dětí, sportovní vybavení či zážitky.

5. OCENĚNÍ PRO OBCHŮDKY S ALBERTEM

Od roku 2012 podporují Obchůdky s Albertem rozvoj dětí z dětských domovů. Loni se do nich zapojilo 59 organizací, které od zákazníků utržily přes 1 080 000 korun. Propojení aktivit, díky kterým se rozvíjejí děti a organizace se zdokonalují v komunikaci, loni ocenilo Fórum dárců. Obchůdky se umístily na 3. místě v kategorii Charitativně komunikační projekt.



GOVERNANCE

44 UDRŽITELNÉ ZDROJE

50 DIVERZITA A INKLUZE

Pečlivě dbáme na bezpečnost a kvalitu potravin i nepotravinového zboží. Na naše dodavatele proto klademe velké nároky, přičemž se zaměřujeme také na odpovědný přístup k lidem, přírodě a celé produkci. S prokazováním našich vysokých standardů nám pomáhají mezinárodně uznávané certifikace. Dlouhodobě spolupracujeme se stovkami českých dodavatelů. Díky tomu můžeme našim zákazníkům nabídnout každý den tisíce potravin tuzemského původu. Jejich množství nadále rozšiřujeme, a to i v rámci naší vlastní značky Česká chuť, která čítá přes stovku produktů a dává příležitost i malým českým výrobcům potravin. Kvalita, odpovědnost, rozmanitost a jejich zachování jsou pro nás důležité nejenom v rámci spolupráce s dodavateli, ale také v případě našich kolegů a kolegyně. Jsme jedním z největších soukromých zaměstnavatelů v Česku a nabízíme místo pro práci i rozvoj 20 tisícům lidí bez ohledu na věk, pohlaví, sexuální orientaci, náboženství či sociální zázemí. Příležitost k rozvoji dáváme jak mladým, tak i zkušeným lidem ze širokého spektra profesí. Děláme vše pro to, abychom vytvářeli otevřené prostředí založené na vzájemném respektu. Zároveň klademe velký důraz na flexibilitu a s tím souvisejícím sladěním osobního a pracovního života. Velmi nás těší, že 93 % kolegů a kolegyně považuje Albert za místo podporující diverzitu.

UDRŽITELNÉ ZDROJE

VÍTE, ŽE V ALBERTU NAJDETE KÁVU
A ČAJ NAŠICH VLASTNÍCH ZNAČEK NA

100 % CERTIFIKOVANÉ?


NA PŮVODU POTRAVIN I NEPOTRAVINOVÉHO
ZBOŽÍ, STEJNĚ JAKO NA ODPOVĚDNOSTI,
DŮVĚRYHODNOSTI A DLOUHODOBÝCH
VZTAZÍCH S NAŠIMI DODAVATELI NÁM TOTIŽ
VELMI ZÁLEŽÍ.

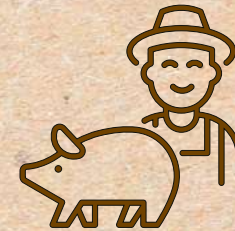
UDRŽITELNÉ ZDROJE 2023



98,5%

našich dodavatelů vlastních značek
má GFSI certifikaci

32



let podporujeme české dodavatele

Od roku 2018 jsou naše káva a čaj

100%

certifikované



Český



KAPR

má certifikát „Udržitelný chov ryb“



Na standardech kvality našich výrobků vlastních značek odborně spolupracujeme se čtyřmi českými univerzitami: Mendelu, ČZU, VŠCHT, VetUni.

BEZPEČNOST, KVALITU A PŮVOD MÁME POD KONTROLOU

DBÁME NA BEZPEČNOST, KVALITU, PŮVOD I UDRŽITELNOU A ODPOVĚDNOU PRODUKCI POTRAVIN A NEPOTRAVINOVÉHO ZBOŽÍ. NAŠE DODAVATELE SI PROTO PEČLIVĚ VYBÍRÁME. OPÍRÁME SE PŘI TOM O MEZINÁRODNĚ UZNÁVANÉ CERTIFIKACE, KTERÉ NÁM GARANTUJÍ SPLNĚNÍ VŠECH NAŠICH POŽADAVKŮ TAK, ABY SE ZÁKAZNÍCI MOHLI NA POTRAVINY V NAŠICH PRODEJNÁCH PLNĚ SPOLEHNOUT A VYHOVOVALY JEJICH POTŘEBÁM, CHUTÍM I OSOBNÍM HODNOTÁM. MNOZÍ NAŠI DODAVATELÉ DOKONCE NAPLŇUJÍ VYŠŠÍ STANDARDY, NEŽ UDÁVÁ LEGISLATIVA.

BEZPEČNOST PRODUKTŮ

Dodržování maximální úrovně bezpečnosti potravin i výrobků, které nabízíme, je pro nás zásadní. Pro zajištění vysokých standardů u potravin proto vyžadujeme od našich dodavatelů certifikace schválené Global Food Safety Initiative (GFSI). Konkrétně jde o:

- SQF (Safe Quality Food)
- BRC (British Retail Consortium)
- FSSC 22000 (Food Safety System Certification)
- IFS (International Featured Standards)
- Global GAP (Good Agricultural Practices)
- PrimusGFS

Jsm rádi, že až 98,5 % dodavatelů našich vlastních značek má certifikaci GFSI nebo splňuje srovnatelné standardy. Kromě potravinové bezpečnosti požadujeme také certifikace pro nepotravinové zboží, zejména pro rizikové položky, jako jsou předměty pro děti do tří let, detergenty a produkty, které přicházejí do kontaktu s potravinami.

DODRŽOVÁNÍ ETICKÝCH A SPOLEČENSKÝCH STANDARDŮ

Neméně důležité jsou pro nás také spravedlivé pracovní podmínky a dodržování etických a společenských standardů. V případě dodavatelů z rozvojových, resp. rizikových zemí proto vyžadujeme certifikace BSCI (Business Social Compliance Initiative) nebo SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit). Ty garantují, že zaměstnanci pracují v bezpečných podmínkách a vylučují další neetické a nepřijatelné jevy jako dětskou či nucenou práci. Porušení tohoto principu pro nás znamená okamžité ukončení spolupráce.

NAKLÁDÁNÍ S KRITICKÝMI KOMODITAMI

Dbáme také na odpovědné nakládání s kritickými komoditami, jako jsou káva, čaj, palmový olej, sója, kakao, mořské plody a dřevo, u nichž je klíčová ochrana životního prostředí i sociálně odpovědná produkce.



Většina výrobků vlastních značek, které obsahují kávu, čaj a ve více než 5 % kakao, nese certifikaci Rainforest Alliance. Ta garantuje, že produkt pochází z farmy, kde se hospodář v důstojných a bezpečných podmínkách s ohledem na ochranu volně žijících živočichů a přírodních stanovišť. V případě výrobků s palmovým olejem vyžadujeme u vlastních značek certifikaci RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil), která garantuje, že olej pochází z udržitelných zdrojů a splňuje přísná kritéria na ochranu životního prostředí. Chceme, aby byl dostatek ryb i pro další generace, proto až 94 % sortimentu ryb a potravin našich značek s jejich obsahem jako primární složkou nese certifikaci MSC (Marine Stewardship Council) nebo ASC (Aquaculture Stewardship Council). Ty zajišťují, že ryby pocházejí z udržitelného mořského rybolovu nebo ekologického a společensky odpovědného farmového chovu. U výrobků z papíru či dřeva požadujeme certifikát FSC (Forest Stewardship Council) pro udržitelné lesní hospodaření či PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification), který je vhodný pro vlastníky menších lesů. Pro rok 2024 se s našimi dodavateli připravujeme na regulaci v oblasti deforestace, která přinese do oblasti certifikací a garancí pro zákazníky nové standardy.

UDRŽITELNÉ ZDROJE: LEPŠÍ PRO ČESKO

UŽ OD ROKU 1991, KDY PŮSOBÍME NA ČESKÉM TRHU, PODPORUJEME LOKÁLNÍ DODAVATELE A BEZ JEJICH DODÁVEK BY NAŠE PRODEJNY ZELY PRÁZDNOTOU.

Tisíce lokálních potravin tvoří totiž většinu naší nabídky ve většině kategorií, ať už se jedná o mléčné výrobky, maso, pekárnou, či ovoce a zeleninu. Toto se nám daří díky dlouhodobé spolupráci se stovkami českých pěstitelů, farmářů, pekařů, vinařů a mnoha dalších výrobců. Našich vztahů si vážíme a nabídku lokálních potravin dále rozvíjíme.



MLÉKÁRNA BIO VAVŘINEC



Středočeská mlékárna Bio Vavřinec navazuje na letitou tradici výroby přírodních mléčných produktů nejvyšší kvality. V naší řadě Česká chuť nabízíme bio kefir.

Ve svých výrobcích používá jako základ výhradně nehomogenizované bio mléko pocházející z českých welfare chovů z plně certifikovaných farem. Součástí její filozofie je mimořádná ohleduplnost k životnímu prostředí. Produkty charakterizuje poctivost a jednoduchost složení.

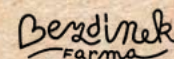
Při výrobě zpravidla využívá pouze mléko, probiotické kultury a syřidlo. Díky tomu její produkty neobsahují žádné konzervanty, zahušňovačla, barviva, sušené mléko ani stabilizátory.

„Naším posláním není pouze nabízet zákazníkům vysoce kvalitní mléčné produkty, ale rovněž přispět k zachování tradiční řemeslné výroby pro další generace. Máme velkou radost, že stále více lidí dává přednost bio výrobkům před klasickými konvenčními produkty.“

Petr Poláček, provozní mlékárny Bio Vavřinec



FARMA BEZDÍNEK



Dolnolutynská farma z Karvinska dodává do našich obchodů rajčata odrůdy Hranáček. Je jednou z nejmodernějších a největších farem v České republice se zaměřením na pěstování rajčat. Využívá k tomu moderní skleníky o celkové rozloze 14,5 hektaru. Ročně vypěstuje přibližně 6 000 tun rajčat, což znamená přes jednu třetinu celkové produkce v České republice.

Na farmě dbají na udržitelnou produkci a využívají technologie bez pesticidů. V současnosti zaměstnávají téměř 300 lidí, z toho tvoří asi polovinu místní obyvatelé.

ZAMĚŘENO NA: POSÍLENÍ ČESKÉHO RYBÁŘSTVÍ

NOVÁ ČESKÁ CERTIFIKACE „UDRŽITELNÝ CHOV RYB“ GARANTUJE NEJEN LOKÁLNOST A TRADIČNÍ ZPŮSOB CHOVU I VÝLOVU RYB, ALE TAKÉ KVALITNÍ MASO. DÁVÁ ZÁKAZNÍKŮM JISTOTU, ŽE SI VYBÍRAJÍ RYBY, KTERÉ JSOU CHOVANÉ V SOULADU S TRADICEMI ČESKÉHO RYBNÍKÁŘSTVÍ A S OHLEDEM NA ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ. JSOU NEJEN CHUTNÉ, ALE TAKÉ UDRŽITELNÉ.



S cílem posílit udržitelnost chovu ryb v České republice jsme představili společně s rybáři z Mendelovy univerzity v Brně certifikaci „Udržitelný chov ryb“. Iniciovali jsme ji, abychom podpořili českého kapra a pomohli zachovat tradici českého rybníkářství. Vyvinuli ji odborníci z akademické sféry společně s Rybářským svazem a rybáři, našimi dodavateli. Při splnění podmínek budou moci využívat certifikát čeští rybáři dodávající ryby

a produkty z nich do našich prodejen a později do celého trhu. Mendelova univerzita vytvořila tuto certifikaci ve spolupráci s námi na základě přísných kritérií, která zahrnují desatero zásad nutných pro její získání a držení. Jedná se o významný milník nejen pro Albert, ale také pro celé odvětví rybářství v České republice.

Iniciativu zaštitilo Rybářské sdružení ČR, které již dlouho podporuje zachování rybníčního bohatství a tradičního rybářství v České republice. „Naši předkové přetvořili mnohdy neúrodnou krajinu a vytvořili tak z naší země rybníkářskou velmoc, která nemá v Evropě obdoby. Posláním rybářů i celé naší společnosti by proto měla být služba rybníčnímu bohatství dochovanému z minulých století jako odkaz předků, zachování přírodních hodnot rybníků spolu s řádnou péčí o obsádky ryb,“ uvedl Lukáš Harabiš z oddělení Rybářství a hydrobiologie na Mendelově univerzitě v Brně.

„Posláním rybářů i celé naší společnosti by měla být služba rybníčnímu bohatství dochovanému z minulých století jako odkaz předků.“

Lukáš Harabiš, oddělení Rybářství a hydrobiologie na Mendelově univerzitě v Brně



Udržitelný chov ryb je klíčovým faktorem pro ochranu našich vodních ekosystémů a zajištění, že si budoucí generace budou moci vychutnávat čerstvé a kvalitní ryby. Proto jsou všechny mořské ryby z Albertova Rybího trhu označené ASC nebo MSC a pocházejí z ekologického a společensky zodpovědného farmového chovu nebo udržitelného mořského rybolovu. Jsme rádi, že k mezinárodním certifikacím přibyla díky naší iniciativě a spolupráci s odborníky i dodavateli ještě jedna, ryze česká, díky které jsme již vloni v předvánočním čase zákazníkům nabídli certifikovaného kapra.

UDRŽITELNÉ ZDROJE NAŠE UDRŽITELNÁ ŘEŠENÍ 2023



1

1. ČOKOLÁDY DELICATA

Loni jsme představili privátní značku čokolád Delicata, která jde nad rámec certifikace Rainforest Alliance. Garantuje férové podmínky pro farmáře, kteří udržitelně pěstují kakaové boby. Charakterizuje ji férová cena, podpora farmářů (děti jsou ve škole, ne v práci), kakao s jasným původem, produktivita, kvalita a dlouhodobá partnerství, na něž se farmáři mohou spolehnout.

2. ČAJE PERLA

Ke kávě značky Perla, která se těší velké oblibě, jsme loni uvedli kolekci čajů, jež nese certifikaci Rainforest Alliance. Čaje tedy pocházejí z farem, které podléhají standardům, kde farmáři a jejich rodiny hospodaří v důstojných a bezpečných podmínkách s ohledem na ochranu volně žijících živočichů a přírodních stanovišť.



2



3

3. BIO ZA CENY NEBIO

Naši dlouhodobou misí je, aby zákazníci mohli jíst lépe a za rozumnou cenu. V prodejnách proto najdou širokou nabídku bio potravin zaručujících tu nejvyšší kvalitu. Ať už jde o ovoce, zeleninu, pečivo, mléčné výrobky nebo třeba maso. V rámci kampaní „Bio za ceny nebio“ jsme přinesli množství produktů v bio kvalitě za cenu běžných potravin.

4. ŠETRNÉ ECO PRODUKTY NATURE'S PROMISE

Není nad to, když domácnost dýchá svěžestí a čistotou a zároveň je vše uklizené šetrně s ohledem na přírodu. V rámci značky Nature's Promise jsme loni zařadili do nabídky ekologické produkty pro čistou a svěží kuchyň i koupelnu. Výrobky získaly jeden z nejpřísnějších mezinárodních certifikátů EcoGarantie.

4



DIVERZITA A INKLUZE

JSME HRDÍ, ŽE V ALBERTU SPOLEČNĚ
PRACUJÍ ČTYŘI GENERACE A NAVZÁJEM
SE INSPIRUJÍ. STEJNĚ TAK NÁS TĚŠÍ,
ŽE



PROCENT ZAMĚSTNANCŮ
VE VEDOUCÍCH POZICÍCH TVOŘÍ ŽENY.

DIVERZITA A INKLUZE 2023



20 487

zaměstnanců

3

zaměstnanecké skupiny



Povýšili jsme

781



zaměstnanců

Více než



50%

manažerských pozic
je obsazeno ženami



133

Klub 25 pro zaměstnance, kteří v Albertu oslavili čtvrtstoletí, přivítal dalších 133 členů.



V průzkumu spokojenosti³ řeklo 93 % kolegů a kolegyně, že Albert podporuje rozmanitost. Toto číslo již několik let v řadě roste.

DVĚ GENERACE A JEJICH POHLEDY NA ROZMANITOST

V ALBERTU NABÍZÍME MÍSTO PRO PRÁCI I ROZVOJ 20 TISÍCŮM LIDÍ A NEZŘÍDKKA SE STÁVÁ, ŽE V JEDNÉ PRODEJNĚ SPOLU PRACUJÍ AŽ ČTYŘI GENERACE, NAPŘÍKLAD 23LETÝ MLADÍK A 72LETÁ DÁMA. PŘÁVĚ TO PŘINÁŠÍ DO TÝMŮ PESTROST POHLEDŮ, ZNALOSTÍ A ZKUŠENOSTÍ, KTERÉ SE PAK ODRÁŽEJÍ V JEJICH DOBRÉM FUNGOVÁNÍ. SNAŽÍME SE, ABY BYLY KOLEKTIVY NA JEDNÉ STRANĚ VĚKOVĚ ROZMANITÉ, ALE NA STRANĚ DRUHÉ I VYVÁŽENÉ.

K podpoře mezigeneračního dialogu jsme zároveň před pár lety vytvořili dvě skupiny: YAD Albert neboli ti mladí a Experienced Albert neboli ti zkušení. Vznikly, aby spojily zaměstnance podobného věku a následně se vzájemně propojovaly a pomáhaly k mezigeneračnímu dialogu.



**Nikola
Semeráková**
členka YAD Albert



Jan Mádr
člen Experienced Albert

V jakém kolektivu se vám lépe pracuje – ve věkově stejném, nebo různorodém?

Nikola: V týmu jsem nejmladší. Dobře se mi pracuje, když je skupina heterogenní. Díky jiným pohledům na věc se vzájemně posouváme a učíme se od sebe.

Honza: V různorodosti je síla. Spolupracuji s kolegy i v týmu ve věkovém rozmezí 25 až 60 let, což pomáhá nahlížet na věci z různých úhlů pohledu. Mladší kolegové rádi objevují a zkoušejí nové metody, přístupy, většinou jsou adaptabilnější při práci s novými technologiemi, oproti tomu u starších je zkušenost, určitá rozvaha a nadhled na věci ze širší perspektivy.

S jakými předsudky a stereotypy spojenými s věkovou diverzitou se setkáváte?

Nikola: Pro mě je propojování mladších a starších normální. Nevšímám si nějakých předsudků. Ano, někdy narazím na nepochopení mých hodnot, například že nejím maso. Není to ale nic, co bych si brala osobně, lidé prostě mají jiný postoj. Už jenom vznikem našich dvou skupin pěkně ukazujeme, jak Albert s touto problematikou pracuje. Je skvělé, že se můžeme takto vzájemně obohacovat. Jde ale i o řadu dalších aktivit, jako je například Měsíc diverzity.

Honza: Myslím si, že občas mladí kolegové můžou u některých letitých pracovníků narážet na to, že přišel někdo po škole a co mi má co povídat. Aby to fungovalo, je potřeba oboustranná ohleduplnost, respekt a funkční dialog. Abychom uměli takovéto situace zvládat nebo ideálně, aby se vůbec neděly, tak v Albertu na úrovni nejen managementu o tématu diverzity diskutujeme a máme i aktivity v rámci setkání manažerů, které se této problematice věnují. Také nesmíme zapomenout na naše mladé a zkušené skupiny.

Vyvíjí se váš postoj k věkové diverzitě? Ovlivnilo to i pracovní prostředí?

Nikola: Podle mě je důležité nebát se stát si za svým názorem a říct ho, aby i druhá strana viděla širší perspektivu. Diverzita je pro mě součástí udržitelnosti, a ta je pro mě srdečková. Věnuji se jí dlouhodobě. Beru ji prostě automaticky.

Honza: Jak jsem již zmiňoval, Albert organizuje různé tréninky a společně s tím, že se o této problematice mluví, tak o tom člověk i víc přemýšlí. Pokud by to nebylo, tak by se předsudky mohly vyskytnout snáz. Zároveň pro mě osobně byla dobrá zkušenost s programem Summer internship, když jsem spolupracoval se stážistou z vysoké školy. I po třech letech jsme pořád v kontaktu, jednou za čtvrt roku se sejdem a pobavíme se o novinkách jak v osobním, tak pracovním životě. Setkání s ním je pro mě zdrojem inspirace a energie.

ZAMĚŘENO NA: ŘEMESLO JAKO DOBRÝ SMĚR PRO MLADÉ

JIŽ ŘADU LET POMÁHÁME STUDENTŮM MATURITNÍCH I UČEBNÍCH OBORŮ VZDĚLÁVAT SE, ZÍSKÁVAT PRAXI A MOTIVUJEME JE K VOLBĚ PROFESNÍ CESTY SPOJENÉ S OBCHODEM. JENOM V PRŮBĚHU POSLEDNÍHO ŠKOLNÍHO ROKU ABSOLVOVALA PRAXI V NAŠICH PRODEJNÁCH TISÍCOVKA MLADÝCH ZE SEDMI DESÍTEK ŠKOL A UČILIŠŤ.

O studenty pečuje **Eva Mušinská**, díky které zná většina učňovských škol v zemi naše obchody jako dobré místo k práci a příležitost pro budoucí zaměstnání.

Pro jaké obory praxe nabízíte?

Zkušenosti u nás získávají jak studenti maturitních, tak učebních oborů. Tradičně jde o prodavače, pekaře, cukráře či skladníky. Pomáháme také vytvářet podmínky pro praxe žákům se specifickými potřebami vzdělávání v oborech prodavačské a pekařské práce.

Mají studenti o praxe zájem?

Zájem každým rokem roste. Absolventi třetích ročníků v prodejnách rádi zůstávají. Nastupují k nám na hlavní pracovní poměr nebo na dohody. Záleží, jak jim to vyhovuje. Těm, kteří pokračují dál v maturitním studiu, nabízíme brigády, abychom jim umožnili prohlubování dovedností v řemesle a zároveň sladění osobního, pracovního a studentského života. Osobně mi dělá velkou radost vidět bývalé učně mezi našimi stálými zaměstnanci.

Jakou cestou mohou potenciální zájemci o praxi zažádat?

Ve většině případů nás osloví škola samotná s žádostí o zařazení žáků. V rámci výuky i praxe dlouhodobě spolupracujeme s desítkami odborných škol, se kterými uzavíráme smlouvy o spolupráci. Školy poté do našich obchodů zařadí sjednaný počet žáků. Zúčastňujeme se také náborových dnů ve školách, podporujeme různé studentské soutěže, pořádáme exkurze a zapojujeme se do dalších různorodých projektů, abychom ukázali, že Albertu záleží na řemesle a na mladé generaci zaměstnanců.



MLADÍ PEKAŘI MAJÍ V ALBERTU DVEŘE OTEVŘENÉ

Vedle rozvoje mladých pekařů v našich prodejnách se soustředíme také na popularizaci řemesla. Jsme dlouholetým generálním partnerem soutěže Pekař roku junior, která se loni konala již po pětadvacáté pod záštitou Svazu pekařů a cukrářů v České republice. Své síly změřila desítko nejlepších studentů potravinářských škol a učilišť z celé země. Podpořit a motivovat ve studiu a práci je přišel i Václav Bozděch, mistr pekař z Alberta a Rytíř české chuti.

„Dělá mi velkou radost vidět bývalé učně mezi našimi stálými zaměstnanci.“

Eva Mušinská, HR specialista

DIVERZITA A INKLUZE NAŠE AKTIVITY 2023



1. ALBERT PRIDE

V loňském roce jsme založili třetí zaměstnaneckou skupinu – Albert Pride. Sdružuje všechny, kteří chtějí podporovat LGBT+ komunity nejen v Albertu. Členové se rovnou zapojili do prvních aktivit, kdy se účastnili běhu ve Žlutých lázních Fun & Run a pochodu Prahou Prague Pride. Skupina aktivně podporuje rovnost práv každého.

2. KLUB 25

Na podzim jsme opět oceňovali zaměstnance, kteří s námi prožili čtvrt století svého pracovního života. Do K25 jsme přivítali dalších 133 kolegů z prodejen, distribučních center a centrály. Připravili jsme pro ně celodenní program zakončený slavnostním ceremoniálem. Vážíme si dlouhověkosti v zaměstnání a dokážeme ji oslavit a ocenit.



3. MĚSÍC DIVERZITY A PODPORA RODIČŮ

Loňský květen byl v Albertu Měsícem diversity. Zorganizovali jsme panelovou diskusi na téma Úspěšné ženy v byznysu aneb Rodičovská není brzda či webináře o mezigeneračním porozumění a nevědomých předsudcích. Ve spolupráci se společností Marter jsme spustili online program mentoringu a rozvojových aktivit pro maminky a tatínky na rodičovské.



4. ROZVOJ TALENTŮ

V Albertu zaměstnáváme a nabízíme příležitosti k rozvoji širokého spektru profesí a cílových skupin. Pro zaměstnance prodejen dlouhodobě fungují speciální školicí „huby“ či Albert akademie. Našich školení se loni zúčastnilo všech 20 487 zaměstnanců, kteří vzděláváním dohromady strávili 45 000 hodin. Navíc bylo 781 kolegů povýšeno.

5. ŽENY VE VEDOUCÍCH POZICÍCH

Dlouhodobě dbáme na rovné příležitosti mužů a žen. To se odráží i ve výběrových řízeních, kde máme jasně stanovená pravidla. Velmi nás těší, že 58 % našich vedoucích pozic je obsazeno ženami. Problematicke se nepřestáváme věnovat a dál analyzujeme potenciální příležitosti.



ESG PŘÍLOHY

56 ENVIRONMENTAL

60 SOCIAL

62 GOVERNANCE



ENVIRONMENTAL

NEPLÝTVÁME POTRAVINAMI

NEPLÝTVÁME POTRAVINAMI	2023	2022	2021	2020
PODÍL NEPRODANÝCH POTRAVIN Z CELKOVÉHO OBJEMU	1,11 %	1,04 %	1,47 %	1,47 %
DAROVANÉ POTRAVINY (T)	3 475	2 845	1 891	735
PODÍL DAROVANÝCH POTRAVIN Z NEPRODANÝCH POTRAVIN	24,18 %	21,03 %	12,74 %	4,97 %
POTRAVINOVÝ ODPAD (T)	10 894	10 681	12 944	14 068
POTRAVINOVÝ ODPAD NA PRODEJE POTRAVIN (T/MILION €)*	4,29	4,70	6,59	7,57
- snížení vs. 2016 (t/milion €)	-60,94 %	-57,17 %	-40,01 %	-31,06 %
% potravinového odpadu k dalšímu využití (recyklováno)	92,45 %	82,16 %	76,02 %	65,98 %

* Základní metrikou, kterou pro měření potravinového odpadu využíváme, jsou tuny potravinového odpadu na milion eur tržeb z prodeje potravin (t/milion €), přičemž výchozím rokem je 2016. Vzhledem k tomu, že tržby jsou uváděny v cizí měně (euro), mohou být ovlivněny směnnými kurzy. Hodnota potravinového odpadu použitá v této metrice se přepočítává na eura na základě účetních zásad používaných pro konsolidovanou účetní závěrku.

METODOLOGIE Potravinový odpad měříme na základě protokolu Food Loss and Waste Accounting and Reporting Standard, který nabízí globální standard pro vykazování. V rámci skupiny Ahold Delhaize se řídíme jeho nejpřísnější definicí – do potravinového odpadu zahrnujeme jak potraviny určené k druhotnému využití (recyklováno), tzn. ke zkrmení zvířaty, do bioplynových stanic či k dalšímu biologickému zpracování a kompostování, tak potraviny mířící na skládku a do spaloven (nerecyklováno). Potravinový odpad naopak neobsahuje neprodané jídlo darované k lidské spotřebě prostřednictvím potravinových bank. Pojem potravinový odpad tedy představuje množství neprodaných potravin (t), od kterého odečítáme množství potravin darovaných potřebným.

DATA A MĚŘENÍ Potravinový odpad vykazujeme čtvrtletně, a to kombinací interních měření a reportů od externích partnerů. Odpad v prodejnách a distribučních centrech třídíme na potravinový odpad, karton, plast, sklo a směsný odpad. Své kolegy ve správnosti třídění odpadu pravidelně školíme a provádíme také interní audity.

GRI INDIKÁTORY

- 306-1 Vznik odpadů a jejich dopad
- 306-2 Řízení dopadů spojených s odpady
- 306-3 Produkce odpadů
- 306-4 Odpad předaný k dalšímu využití
- 306-5 Odpad předaný k likvidaci

ENVIRONMENTAL

CELKOVÝ ODPAD A SPOTŘEBA VODY

CELKOVÝ ODPAD	2023	2022	2021	2020
CELKOVÝ ODPAD (T)	40 960	40 520	43 770	43 510
podíl recyklovaného odpadu	78,91 %	76,51 %	75,13 %	73,35 %

METODOLOGIE Celkový odpad zahrnuje potravinový odpad, karton, plast, sklo, kovy a dřevo.

DATA A MĚŘENÍ Údaje k celkovému odpadu vykazujeme pololetně, a to kombinací interních měření a reportů od externích partnerů. Data zahrnují potravinový i nepotravinový odpad ze všech obchodů Albert a distribučních center. Při nakládání s odpady a recyklaci spolupracujeme s řadou externích partnerů. Většinu odpadu zpracováváme mimo místo vzniku.

GRI INDIKÁTORY

- 306-1 Vznik odpadů a jejich dopad
- 306-2 Řízení dopadů spojených s odpady
- 306-3 Produkce odpadů
- 306-4 Odpad předaný k dalšímu využití
- 306-5 Odpad předaný k likvidaci

SPOTŘEBA VODY	2023	2022	2021	2020
CELKOVÁ SPOTŘEBA VODY (m ³)	432 410	367 794	351 062	396 137
na m ² prodejní plochy (m ³)	0,95	0,74	0,7	0,77

METODOLOGIE Celkově spotřebovaná voda v našich obchodech a distribučních centrech.

DATA A MĚŘENÍ Údaje o spotřebě vody shromažďujeme na roční bázi. Zdrojem jsou data od dodavatelů, která uvádí na fakturách za spotřebu vody.

ENVIRONMENTAL

SNIŽUJEME UHLÍKOVOU STOPU

EMISE SKLENÍKOVÝCH PLYNŮ	2023	2022	2021	2020
CELKOVÉ EMISE SCOPE 1 A 2 (T CO ₂ E)	136 059	142 779	176 266	213 335
snížení vs. 2018	-50,20 %	-47,74 %	-35,48 %	-21,92 %
SCOPE 1 – LOKÁLNÍ MĚŘENÍ (T CO ₂ E)	22 323	26 767	29 407	52 736
SCOPE 2 – TRŽNÍ MĚŘENÍ (T CO ₂ E)	113 736	116 012	146 859	160 599

SPOTŘEBA ENERGIÍ	2023	2022	2021	2020
CELKOVÁ SPOTŘEBA ENERGIÍ (MWH)	295 721	304 307	325 942	341 755
na m ² prodejní plochy (kWh/m ²)	650	611	645	668

METODOLOGIE Údaje o emisích uhlíku (Scope 1 a 2) reportujeme na základě Protokolu o skleníkových plynech (GHG Protocol). Naše hlavní zdroje uhlíkových emisí pocházejí ze spotřeby energií, resp. paliv potřebných k jejich výrobě, a úniků chladiv. Pro výpočet ekvivalentů emisí uhlíku na základě těchto zdrojů používáme emisní faktory. Údaje o uhlíkových emisích se skládají z vypočteného ekvivalentu, který je definován jako skutečné emise CO₂ plus ekvivalentní emise dalších skleníkových plynů, jako je metan (CH₄), oxid dusný (N₂O) a různé chladicí směsi včetně fluorovaných uhlovodíků (HFC). Naším výchozím rokem je 2018. Metodika uhlíkové stopy se řídí pokyny Světové podnikatelské rady pro udržitelný rozvoj (WBCSD – World Business Council for Sustainable Development) a jejím protokolem o účtování a vykazování sklení-

kových plynů ve firmách. Zdrojem emisních faktorů pro elektřinu při lokálním měření je Mezinárodní energetická agentura (IEA), při tržním měření je zdrojem emisních faktorů Zbytkový energetický mix (AIB). Pro paliva získáváme emisní faktory dle Protokolu o skleníkových plynech (GHG Protocol) či z jiných vhodných zdrojů. Při únicích chladiv jsou hodnoty potenciálu globálního oteplování (GWP – global warming potential) vypočteny z Mezivládního panelu pro změnu klimatu (IPCC). Výpočet emisí ve Scope 3 je velice komplexní, protože v obchodech nabízíme tisícovky produktů od stovek dodavatelů. Tito dodavatelé získávají suroviny a materiály od svých dodavatelů, což vede ke složitému řetězci. V důsledku této složitosti jsme v minulém reportu dokázali uvést data pouze za externí dopravu zboží z distribučních center do našich prodejen. Emise ve Scope 3 se však dělí do celkem 15 kategorií, z nichž největší podíl tvoří nakoupení zboží a služby. Aktuálně se ve spolupráci s dodavateli věnujeme výpočtu za rok 2023 a přesná data plánujeme uvést v příští zprávě o udržitelnosti.

DATA A MĚŘENÍ Data o spotřebě energií, úniku chladiv a litrech paliva použitého při dopravě (Scope 1 a 2) shromažďujeme čtvrtletně. Zdrojem těchto dat jsou faktury, známá měřicí zařízení, zprávy třetích stran (poskytovatelů služeb) a interní zprávy. Zdrojová data interně přezkoumáváme a vykazujeme pomocí interního nástroje pro reportování, v němž jsou uloženy emisní faktory pro výpočet emisí uhlíku. Absolutní emise uhlíku počítáme vynásobením zdrojových údajů příslušnými emisními faktory.

GRI INDIKÁTORY

- 302-1 Spotřeba energie v rámci organizace
- 302-5 Snížení energetické náročnosti výrobků a služeb
- 305-1 Přímé emise skleníkových plynů (Scope 1)
- 305-2 Nepřímé emise skleníkových plynů z energií (Scope 2)
- 305-4 Intenzita emisí skleníkových plynů
- 305-5 Snížení emisí skleníkových plynů

ENVIRONMENTAL

ŠETŘÍME OBALOVÉ MATERIÁLY

PLASTY	2023	2022	2021
PRIMÁRNÍ PLASTOVÉ OBALY VÝROBKŮ VLASTNÍCH ZNAČEK (T)	6 223	5 940	6 358
RRC podíl	15,65 %	17,37 %	17,87 %
PRIMÁRNÍ VIRGIN PLASTOVÉ OBALY VÝROBKŮ VLASTNÍCH ZNAČEK (T)	5 109	5 046	5 359
snížení vs. 2021	-4,65 %	-5,84 %	
OBALY VÝROBKŮ VLASTNÍCH ZNAČEK VYROBENÉ Z PCR PLASTU (T)	1 113	894	1 000

METODOLOGIE Reportování plastů zahrnuje pouze primární obaly výrobků našich vlastních značek. Přístup k hodnocení recyklovatelnosti plastu vychází z metodiky New Plastics Economy pod vedením Ellen MacArthur Foundation (EMF). To znamená, že pro reportování se používá reálná, nikoli pouze potenciální možnost recyklace. Obal vykazujeme jako recyklovatelný za podmínky, že za a) jeho úspěšný postspotřebitelský sběr, třídění a recyklace fungují v praxi a v širokém měřítku, tj. alespoň 30% míra postspotřebitelské recyklace v několika zemích, které dohromady představují nejméně 400 milionů obyvatel; a za b) žádné materiály obalu nenarušují systém recyklace – ověřujeme, zda barva plastového obalu reálně nebrání jeho recyklaci. Zmíněné podmínky a jejich plnění ovlivňují míru skutečné recyklace, kterou reportujeme, přestože technicky anebo v lokálních podmínkách recyklovatelné být mohou.

DATA A MĚŘENÍ Sběr dat pro reporting plastových obalů je složitý a komplexní úkol, do kterého vstupuje mnoho okolností. Jednou z nich je skutečnost, že většinu obalů nevyrobí přímo naši dodavatelé, ale třetí strany, na jejichž informace se musíme spolehnout. Dalším aspektem je častá a průběžná obnova designu našich výrobků, které s sebou přináší nutnost včas zachytit tyto změny v našich reportovacích systémech. V neposlední řadě ovlivňují sběr dat také samotné obaly, jejich složení, materiály a reálná možnost recyklace. Výchozím rokem pro měření v oblasti plastů je 2021. Data vykazujeme na čtvrtletní bázi a jejich sběr probíhá prostřednictvím dotazníků pro dodavatele. Tyto údaje interně kontrolujeme z hlediska přesnosti a úplnosti. Celkovou hmotnost primárních plastových obalů stanovujeme jako hmotnost primárního obalu daného výrobku, kterou násobíme počtem nakoupených kusů výrobku. Recyklovatelnost primárních plastových obalů vlastní značky posuzujeme interně na základě metodiky EMF.

GRI INDIKÁTORY

- 301-1 Použité materiály podle hmotnosti nebo objemu
- 301-2 Použité recyklované vstupní materiály
- 301-3 Recyklované výrobky a jejich obalové materiály

SOCIAL

ZDRAVĚJŠÍ VOLBA

ZDRAVĚJŠÍ VOLBA	2023	2022	2021
% PODÍL PRODEJŮ ZDRAVÝCH POTRAVIN VLASTNÍCH ZNAČEK NA CELKOVÝCH PRODEJÍCH POTRAVIN VLASTNÍCH ZNAČEK	55,6 %	52,4 %	50,4 %

METODOLOGIE Pro hodnocení aspektu zdraví u potravinových výrobků vlastních značek využíváme systém Nutri-Score (1). Ten na základě algoritmu určuje, do jaké míry je potravina zdravá, přičemž zohledňuje její složení a výživové hodnoty. Výsledek pak převádí na skóre od A do E. Potravinový výrobek vlastní značky reportujeme jako zdravý, pokud získá skóre A nebo B.

Pro výsledky zákaznického vnímání využíváme nástroj Brand Tracking FLEXI (2), což je výzkum společnosti Kantar CZ realizovaný opakovaným online dotazováním od Q3 2020 na vzorku 2 500 respondentů za rok.

DATA A MĚŘENÍ Údaje v oblasti zdraví u potravinových výrobků vlastních značek sbíráme čtvrtletně, a to prostřednictvím interních informačních systémů, které pracují s daty o výrobcích a tržbách.

GRI INDIKÁTORY

Vlastní indikátor: % podíl prodejů zdravých potravin vlastních značek na celkových prodejkách potravin vlastních značek.

SOCIAL

ZDRAVÉ A BEZPEČNÉ PRACOVNÍ PROSTŘEDÍ

SPOKOJENOST ZAMĚSTNANCŮ	2023	2022	2021
ALBERT JE SKVĚLÉ MÍSTO PRO PRÁCI (ENGAGEMENT SKÓRE)	89 %	89 %	87 %
ALBERT PODPORUJE ZDRAVÍ	90 %	91 %	89 %
ALBERT PODPORUJE ROZVOJ	90 %	89 %	86 %
ALBERT PODPORUJE DIVERZITU A INKLUZI	93 %	92 %	88 %

METODOLOGIE Zpětnou vazbu od zaměstnanců získáváme každoročně průzkumem spokojenosti, který realizuje nezávislá externí společnost Perceptyx (3).

DATA A MĚŘENÍ Průzkum spokojenosti probíhá na roční bázi, a to jako anonymizovaný online dotazník zasláný všem zaměstnancům. Dotazník zpravidla obsahuje 30 otázek a jeho vyplnění je dobrovolné. V roce 2023 obsahoval 43 otázek a do průzkumu se zapojilo 85 % zaměstnanců. Struktura a počet otázek se mohou meziročně mírně lišit.

GRI INDIKÁTORY n/a

BEZPEČNOST V PRÁCI

BEZPEČNOST V PRÁCI	2023	2022	2021
POČET ÚRAZŮ VEDOUČÍCH K PRACOVNÍ NESCHOPNOSTI NA 100 EKVIVALENTŮ PLNÉHO ÚVAZKU	2,00	2,00	2,11

METODOLOGIE Ukazatel počtu úrazů počítáme jako podíl celkového počtu úrazů vedoucích k pracovní neschopnosti na celkovém počtu pracovních hodin 100 ekvivalentů plného úvazku. Úrazem vedoucím k pracovní neschopnosti je jakýkoli úraz, ke kterému došlo při výkonu zaměstnání a který má za následek alespoň jeden den pracovní neschopnosti způsobený zdravotním stavem či lékařským ošetřením.

DATA A MĚŘENÍ Údaje o pracovních úrazech shromažďujeme čtvrtletně pomocí interních informačních systémů. Proces hlášení úrazů probíhá prostřednictvím elektronické knihy úrazů a spoléhá na podrobné a včasné reporty odpovědných osob. Plně respektujeme legislativní předpisy.

GRI INDIKÁTORY
403-9 Pracovní úrazy

GOVERNANCE

UDRŽITELNÉ ZDROJE

UDRŽITELNÉ ZDROJE	2023	2022	2021
PODÍL DODAVATELŮ VLASTNÍCH ZNAČEK, KTEŘÍ MAJÍ CERTIFIKACI GFSI NEBO SPLŇUJÍ SROVNATELNÉ STANDARDY BEZPEČNOSTI POTRAVIN	98,5 %	99 %	99 %

METODOLOGIE Všichni dodavatelé potravin vlastních značek musejí získat certifikát uznávaný Globální iniciativou pro bezpečnost potravin (GFSI). GFSI je akčním sdružením při Fóru pro spotřební zboží (Consumer Goods Forum), které pomáhá neustále zlepšovat řízení bezpečnosti potravin v celém dodavatelském řetězci. Malé procento dodavatelů, kteří nemůžou získat certifikace GFSI, musí splňovat srovnatelné standardy bezpečnosti potravin, jejichž seznam vede náš tým Compliance.

DATA A MĚŘENÍ Informace o certifikacích získáváme od dodavatelů a následně interně přezkoumáváme, abychom měli jistotu o jejich aktuálnosti a platnosti. Od dodavatelů požadujeme audity certifikací, které jsou prováděny ověřovacími orgány třetích stran. Průběžně investujeme do zlepšování datových systémů a přesnosti výkaznictví.

GRI INDIKÁTORY

Vlastní indikátor: % podíl dodavatelů vlastních značek, kteří mají certifikaci GFSI nebo splňují srovnatelné standardy bezpečnosti potravin.

GOVERNANCE

DIVERZITA A INKLUZE

	2023	2022	2021
POČET ZAMĚSTNANCŮ	20 487	19 664	19 475
HPP	52 %	56 %	62 %
průměrná doba setrvání v zaměstnání	8,6 let	8,2 let	7,5 let
DPP/DPČ	48 %	44 %	38 %
PLNÝ ÚVAZEK	58 %	59 %	60 %
- ČÁSTEČNÝ ÚVAZEK	42 %	41 %	40 %

METODOLOGIE Používáme zavedený proces, díky kterému můžeme automaticky mapovat výše uvedené údaje a metriky. Data získáváme z interního HR systému. Celý proces je zabezpečen a výstupy jsou poskytovány na souhrnné úrovni. Uvedené údaje se vždy vztahují k 31. prosinci.

GRI INDIKÁTORY

GRI 2: Obecně zveřejňované údaje: Zaměstnanci

GENDEROVÁ STRUKTURA	2023	2022	2021
ŽENY V PŘEDSTAVENSTVU	38 %	38 %	29 %
ŽENY V TOP MANAGEMENTU	40 %	39 %	40 %
ŽENY V MANAGEMENTU A VEDOUCÍCH POZICÍCH	58 %	58 %	55 %
ŽENY V OSTATNÍCH POZICÍCH	71 %	73 %	74 %
ŽENY CELKEM	71 %	72 %	73 %

VĚKOVÁ STRUKTURA	2023	2022	2021
BABY BOOMERS (1946–1964)	9 %	10 %	12 %
GENERACE X (1965–1979)	29 %	30 %	32 %
GENERACE Y (1980–1995)	26 %	28 %	28 %
GENERACE Z (1996+)	36 %	32 %	28 %

NA ZÁVĚR



DĚKUJEME, ŽE JSTE SE ROZHODLI VĚNOVAT POZORNOST NAŠEMU V POŘADÍ TŘETÍMU REPORTU O UDRŽITELNOSTI. I V ROCE 2023 PRO NÁS BYLA UDRŽITELNOST KLÍČOVOU HODNOTOU, KTERÁ OVLIVŇOVALA MALÁ I VELKÁ ROZHODNUTÍ V ALBERTU A PROMÍTLA SE DO VŠECH OBLASTÍ NAŠEHO PODNIKÁNÍ – OD PÉČE O ZDRAVÍ NAŠICH ZÁKAZNÍKŮ, ZAMĚSTNANCŮ A KOMUNIT AŽ PO DOPAD NA KLIMA A ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ. TUTO ODPOVĚDNOST NESEME NEJEN V KAŽDODENNÍ PRACOVNÍ ROVINĚ, ALE I NA ÚROVNI NEJVYŠŠÍHO VEDENÍ, KTERÉ AKTIVNĚ A STRATEGICKY NAŠI STRATEGII UDRŽITELNOSTI PODPORUJE. NÁŠ TÝM, SLOŽENÝ Z ODBORNÍKŮ NAPŘÍČ BYZNYSEM, NADÁLE INTENZIVNĚ PRACUJE NA NAPLŇOVÁNÍ AMBICIÓZNÍCH CÍLŮ V OBLASTI UDRŽITELNOSTI S CÍLEM PŘÍSPĚT K DLOUHODOBÉ POZITIVNÍ ZMĚNĚ PRO BUDOUCÍ GENERACE.



ZDRAVĚ A UDRŽITELNĚ ALBERT 2023

Albert Česká republika, s. r. o.
Radlická 117, 158 00 Praha 5
czpress@albert.cz

www.albert.cz/udrzitelnost

✕ Albert ČR (@albertcesko)


STOJÍ ZA TO JÍST LÉPE