

Vállalati Felelősségvállalás Jelentés

a 2009/2010
üzleti évről



Vezérigazgatói köszöntő

2009 után immár második ízben számolunk be a Tesco vállalati felelősségvállalás jelentésében társadalmi és környezeti hatásainkról, az ezeket kezelő programjainkról, kezdeményezéseinkről. A hazai gazdasági élet meghatározó szereplőjeként fontosnak tartjuk, hogy működésünk ebben a tekintetben is átlátható és számon kérhető legyen.

Az elmúlt év jelentős részben a gazdasági válságról szólt itthon és világszerte. A válság hatásai a kiskereskedelemben is erősen érzékelhetőek voltak: csökkenő vásárlóerő, az olcsóbb, illetve akciós termékek előtérbe kerülése volt a jellemző. Ugyanakkor még ilyen nehéz gazdasági helyzetben sem veszíthetjük szem elől a hosszú távon is fenntartható működést biztosító céljainkat. Ennek szel-

lemében folytattuk a környezeti terhelésünk csökkentését célzó kezdeményezéseinket, és a korábbiaknál nagyobb gondot fordítottunk arra, hogy megismerjük érintettjeink véleményét, igényeit, és érdekeit figyelembe véve alakítsuk működésünket. Erőnkhez mérten bővítettük társadalmi szerepvállalási tevékenységünket is, hozzájárulva fontos társadalmi célok megvalósításához.

A jelentés összeállításakor is igyekeztünk figyelembe venni vállalati felelősségvállalás tevékenységünk új hangsúlyait, amelyeket az érintettektől kapott visszajelzésekre, az általuk megfogalmazott kritikákra is építve alakítottunk ki. Idetartoznak a hazai beszállítókkal való kapcsolat javítását és a hazai termékek

arányának növelését, valamint a Tesco helyi közösségekbe történő beágyazottságának erősítését célzó kezdeményezéseink, amelyekről a korábbiaknál nagyobb terjedelemben olvashatnak.

Bízom benne, hogy ez a kiadvány is hozzájárul ahhoz, hogy a Tesco-ról a korábbiaknál színesebb, összetettebb kép alakuljon ki a közvéleményben. Továbbra is várjuk az észrevételeiket, hozzászólásaikat, hogy tevékenységünket még inkább az önök igényeihez tudjuk igazítani.

Kellemes olvasást kívánok!

Per Bank,
vezérigazgató



Tartalomjegyzék

Vezérigazgatói köszöntő.....	2
Tartalomjegyzék.....	3
1 A Tesco a hazai gazdaságban.....	4
2 Kiskereskedelem • beszállítóktól a vásárlókig.....	7
2.1 Kapcsolat a hazai beszállítókkal.....	8
✦ Hazai termelők helyzetbe hozása.....	9
✦ Beszállítói kapcsolatok fejlesztése.....	10
2.2 Helyi termékek a helyi vásárlóknak.....	11
2.3 Figyelmünk középpontjában a vásárlók.....	13
3 Befogadó, sokszínű munkahely.....	16
3.1 Képzések.....	18
3.2 Munkavállalói juttatások.....	19
3.3 Munkavállalói elégedettség felmérés.....	20
4 Tesco a természetért.....	21
4.1 Klímaváltozás elleni küzdelem.....	23
4.2 Hulladékkezelése.....	26
5 Társadalmi szerepvállalásunk.....	28
5.1 Részvétel a helyi közösségek életében.....	30
5.2 Országos programok.....	33
✦ Az év támogatottja program.....	34
✦ Áruadományok.....	36
✦ Egészségnapok.....	38
6 A felelősségvállalási tevékenység irányítása.....	29
7 Vállalásaink és ezek teljesítése.....	42
A jelentésről.....	45
Melléklet.....	46
Impresszum.....	50

1

A Tesco a hazai gazdaságban



A Tesco a hazai gazdaságban

1

2010 elején a Tesco 18,3 százalékos piaci részesedéssel Magyarország legnagyobb hipermarket kereskedelmi láncja és egyben második legnagyobb brit befektetője. 16 éves magyarországi működésünk során eddig 102 hipermarketet nyitottunk, a teljes bolthálózatunk a kis alapterületű boltokkal együtt 176 egységből áll.

Fő tevékenységünk az élelmiszer-kiskereskedelem, de ezenkívül is számos termékcsoportot forgalmazunk a háztartási elektronikától kezdve a ruházati termékeken keresztül a sporteszközökön át egészen a kozmetikumokig és a lakás-kiegészítőig. A Tesco Pénzügyi Partner szolgáltatáson keresztül többféle hitel- és biztosítási terméket is kínálunk vásárlóinknak.

Az elmúlt üzleti évben összesen 150 916 776 vásárlót szolgáltunk ki, ami heti közel 3 millió vásárló. Több mint 22 000 munkavállalóval az ország legnagyobb munkál-

tatója vagyunk a magánszférában. Minden új áruház nyitásával több tucat új munkahelyet hozunk létre, az elmúlt évben megnyitott 21 új egységünkben – melyek többsége kisebb alapterületű Tesco Expressz üzlet – összesen 1481 munkavállalót alkalmazunk.

Az elmúlt 16 évben folyamatosan fejlesztettünk, a legtöbbször hazai vállalatokkal együttműködve. Országszerte áruházakat, raktári központokat építettünk, amivel jelentősen hozzájárultunk a hazai ingatlanfejlesztési szektor növekedéséhez. Megrendeléseinkkel különösen a gazdaságilag elmaradottabb régiókban nyújtottunk fontos segítséget az építésben, kivitelezésben érdekelt cégeknek. Több mint 60 milliárd forintos adóbefizetésünk – amellyel a magyar költségvetés egyik legnagyobb befizetője a Tesco – mintegy 20 000 közalkalmazott bérét fedezi. Más multinacionális

vállalatokkal ellentétben soha nem részesültünk még adókedvezményben vagy állami támogatásban.

A hazai beszállítók legnagyobb partnereként hozzájárulunk a magyar gazdaság kifehérítéséhez, alacsony szintű árainkkal pedig az infláció féken tartásához.

Üzleti működésünk során mindenkor a törvények és egyéb etikai normák betartását szem előtt tartva járunk el: betartjuk adófizetési kötelezettségeinket, munkatársainkat szabályszerűen foglalkoztatjuk, beszállítóinkat kellő időben kifizetjük, ezáltal is igyekszünk példát mutatni a magyar gazdaság szereplőinek.

A Tesco-Global Zrt. üzleti éve 2009. március 1-jétől 2010. február 28-ig tart. Az alábbiakban ezt 2009-2010-ként, illetve üzleti évként használjuk. Hasonlóképpen a 2007, 2008 évek is a márciustól februárig terjedő üzleti évet jelzik. Ahol mégis a naptári évre történik utalás, azt külön jelezzük.

TESCO

18,3%-os
piaci részesedés

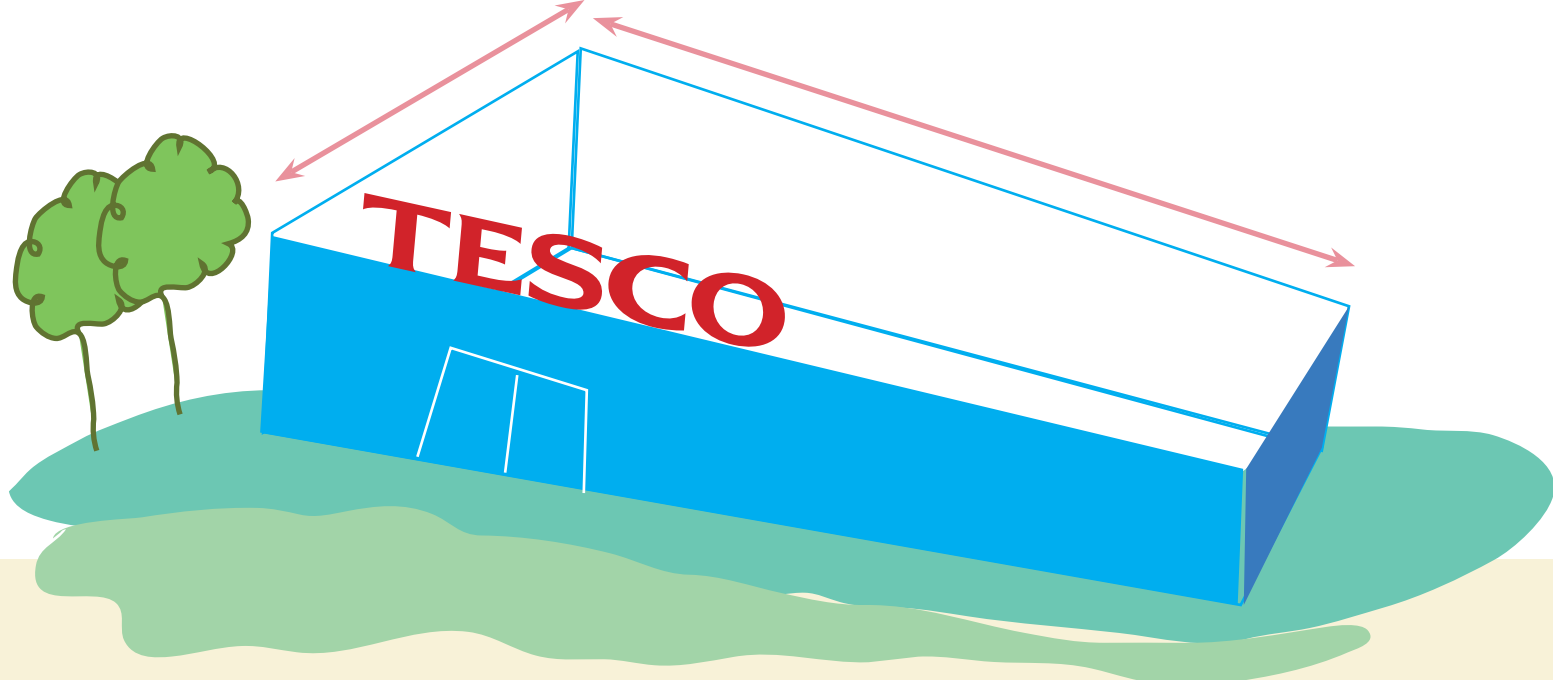
16 év

60
milliárd forint
adó

3 millió
vásárló

22 000
munkavállaló





Legfontosabb pénzügyi adataink:

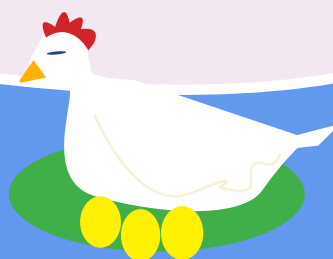
Adatok Ft-ban	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10
Értékesítés bruttó árbevétele	565 703 292 522	632 124 398 075	681 358 664 366	689 368 749 983
Áfa	83 969 438 512	97 911 800 855	104 825 038 092	116 059 599 592
Értékesítés nettó árbevétele	481 733 854 010	534 212 597 220	576 533 626 274	573 309 150 391
Működési költségek	478 146 272 037	532 685 831 606	572 103 768 026	571 639 780 459
Adózás előtti eredmény	12 296 528 264	10 278 169 070	13 501 631 934	9 901 587 185
Adózás utáni eredmény	12 084 940 264	9 885 366 519	13 320 775 519	9 739 863 244

Tesco kiskereskedelmi egységek száma és az eladótér felülete:

	2009.02.28.	2010.02.28.
Kereskedelmi egységek száma (db)	149	176
Eladótér felülete összesen (m²)	555 182	595 465



2 Kiskereskedelem • beszállítóktól a vásárlókig



Kiskereskedelem • beszállítóktól a vásárlókig

2

Piacvezető kiskereskedelmi láncként számos hazai beszállítónk számára mi adjuk a legnagyobb felületet, hogy termékeiket eljuttassák a fogyasztóikhoz. Multinacionális vállalatként is tisztában vagyunk a gazdasági súlyunkból fakadó helyi felelősséggel.

Alapelvünk, hogy lehetőség szerint helyi beszállítókkal dolgozzunk együtt. Ez egyrészt csökkenti a termékek szállításának környezeti terhelését, másrészt támogatja az ország gazdaságát. Nem utolsósorban egybeesik vásárlóink azon igényével, hogy jó minőségű, hazai termékeket találjanak polcainkon.

2.1 Kapcsolat

a hazai beszállítókkal

2.2 Helyi termékek

a helyi vásárlóknak

2.3 Figyelmünk középpontjában a vásárlók



Kapcsolat a hazai beszállítókkal

A Tesco üzletpolitikájának elsődleges célja, hogy a vásárlók számára megfelelő ár-érték arányban kínáljon jó minőségű termékeket, széles választékban, a legolcsóbb beszerzési forrásból. Ezt szolgálja a helyi, magyarországi, regionális és nemzetközi rendszerre épülő beszerzési modell is, amit más, hazai és nemzetközi kiskereskedelmi láncokhoz hasonlóan alkalmazunk, hogy árainkat alacsony szinten tarthassuk.

A globális beszerzés meghatározóan nem élelmiszerekre, hanem főleg a Távol-Keletről származó textíliákra, ruházati termékekre és elektronikai cikkekre vonatkozik, melyeket közvetlenül a gyártótól vásárol a cég; ez szintén az árak alacsony tartásának fenntartását szolgálja. A regionális beszerzési modell keretében a teljes európai hálózat számára történik a beszerzés, ami nem csak a vásárlók számára garantálja a legkedvezőbb árakat, de segít a magyar beszállítóknak abban is, hogy könnyebben elérjék a nemzetközi piacokat.

Hazai termelők helyzetbe hozása Beszállítói kapcsolatok fejlesztése

Jelenleg a magyar beszállítók közel 100-féle magyar termékkel, köztük édességekkel, szénsavmentes italokkal, fagyasztott zöldségekkel, konzervekkel, sós pereccel/pálcikával stb. látják el a környező országok Tesco áruházait. A magyar vállalkozók 2009-ben összesen mintegy 21 milliárd forint értékben exportáltak termékeket a Tesco áruházakba világszerte. Fontosnak tartjuk, hogy beszállítóinkat mindig időben, a 30 napos fizetési határidőn belül kifizessük.

TESCO

Beszállítók megoszlása darabszám és forgalmi érték szerint:

	darab	darab megoszlás	forgalom	forgalom megoszlása
Külföldi cég	244	20%	69 689 788 411	14%
Magyar cég	964	80%	431 026 199 478	86%

Hazai termelők helyzetbe hozása

83,1 milliárd forint értékű mezőgazdasági termék exportja

A mezőgazdasági szektor termeli meg a hazai GDP 2,5 százalékát, társadalmi jelentősége azonban meghaladja a gazdasági jelentőségét: számos elmaradottabb fejlettségű térségben a mai napig ez adja az egyetlen lehetőséget a megélhetésre. Magyarország kedvező földrajzi adottságai miatt továbbra is jelentős értékben exportál mezőgazdasági termékeket, 2009-ben 83,1 milliárd forint értékben. A Tesco elkötelezett támogatója a hazai mezőgazdasági termékek piacra juttatásának. A tavaszi-nyári szezonban az értékesített zöldség és gyümölcs több mint 90 százaléka magyar termelőktől származik (a kivétel a déligyümölcs), de az arányuk még a téli időszakban is 50 százalék felett van.

A magyar termékeket kis magyar zászlós matricával is megjelöljük, hogy a vásárlók könnyebben megtalálhassák őket. Az ily módon megjelölt termékek között számos tradicionális magyar termék található, pl. az alma, körte, káposzta, saláta, hagyma, zöldpaprika, paradicsom, cékla, retek stb.

2009-ben több száz kamionnyi magyar görögdinnyét exportált a Tesco Szlovákiába, Csehországba és Lengyelországba. A 2010-es zöldség- és gyümölcsexporttervben olyan termékek szerepelnek, mint a szilva, alma, zöldpaprika, paradicsom, burgonya és a görögdinnye. Az exportlehetőségek fenntartásán túl technológiai információkkal is segítjük a beszállítóinkat, szakértői

támogatást nyújtunk számukra az üzleti folyamataik fejlesztéséhez, hogy jobban megfeleljenek a Tesco által támasztott minőségre vonatkozó követelményeknek. Több beszállítónk, így például a Debreceni Húsipari Zrt. vagy a Kuntej is jelentősen profitált a Tescoval fenntartott technológiai partneri kapcsolatból.



❁ Beszállítói kapcsolatok fejlesztése



Fontos számunkra, hogy a beszállítóinkkal korrekt, mindkét fél érdekeit szem előtt tartó kapcsolatot tudjunk kialakítani. Ennek eléréséhez szükségünk van a beszállítóktól kapott visszajelzésekre, hogy tudjuk, milyen területeken kell fejlődünk, mi az, amivel elégedettek, és mi az, amivel nem. A beszállítói vélemények megismeréséhez minden évben elvégezzük az ún. Beszállítói nézőpont nevű felmérésünket.

2009-ben a kérdőívet 96 beszállítónk töltötte ki, 33-mal több mint 2008-ban, ami 61 százalékos válaszaránynak felel meg.

A válaszolók 15 különféle termék-kategóriát képviseltek. A hazai beszállítók 58 százaléka összességében pozitívan ítélte meg a Tescóval való kapcsolatot. A leggyakrabban említett pozitívumok közé tartozik, hogy egyértelmű a beszerzői csapat összetétele, betartjuk az ígéreteinket, pénzügyileg stabil partnerek vagyunk,

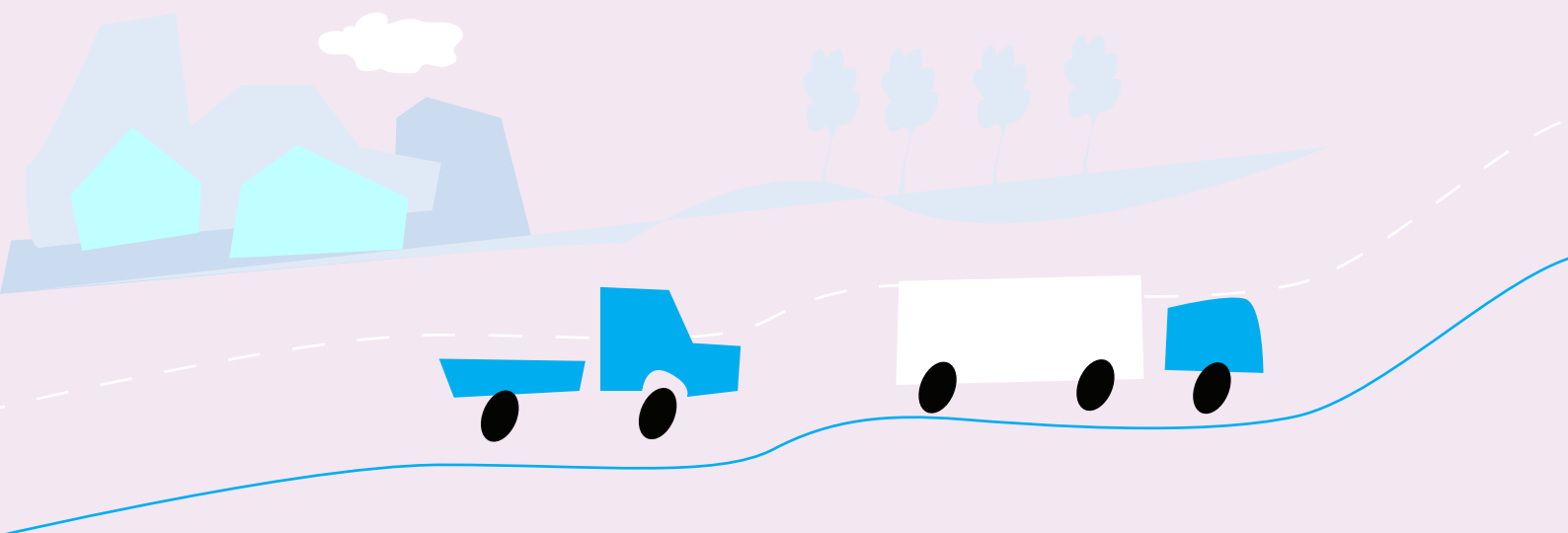
és élvezetes a velünk való együttműködés. A legtöbbször említett negatívum a beszerzői csoport eljárási egységességének a hiánya, a túlzott bürokrácia, a beszállítói nehézségek, problémák megértésének hiánya és a sikerek elismerésének a hiánya volt.

Az említett problémák kiküszöbölése érdekében számos fejlesztést valósítottunk meg. Nagyobb figyelmet fordítottunk a beszerzésben érdekelt funkciók közötti együttműködés javítására, létrehoztunk egy karbantartott kontakt adatbázist a 100 legnagyobb beszállítónk részére nevekkal és telefonszámokkal, 6 havonta átnézzük a beszerzési folyamatainkat a legnagyobb 30 beszállítónkkal, valamint a májusi beszállítói konferencián bemutattuk azokat a terveinket, amelyek a beszállítóink bevonását célozzák a kis formátumú boltjaink optimális kialakítása érdekében.

A bürokrácia csökkentését cé-

lozza, hogy 2009-ben 40 százalékkal ritkábban vizsgáltuk felül a választékunkat és korlátoztuk az alapvető termékválaszték felülvizsgálatát. Ezenkívül már júliusban kommunikáltuk a 2010-es beszerzési terveinket, és újrászabtuk az alapvető termékvonalak felülvizsgálati folyamatát termék-kategóriánkénti és beszállítónkénti limitek meghatározásával. További célkitűzésünk, hogy 2010 nyaráig 40 beszállítóval térjünk át az elektronikus számlázásra.

A beszállítók helyzetének pontosabb megértése érdekében előírtuk, hogy a 100 legnagyobb beszállítót minimum évente egyszer fel kell keresni a telephelyükön, ezzel együtt megnöveltük a beszerzők által havonta teljesítendő beszállítói látogatások számát. A sikerek elismerését célozza a Beszállítói Értékeink Díj létrehozása, a júniusi konferencián 5 díjat osztottunk ki a beszállítók között.



Helyi termékek a helyi vásárlóknak

Az elmúlt évben is nagy gondot fordítunk arra, hogy növeljük a hazai beszállítóink számát. Egyik ilyen kezdeményezésünk volt az első ízben Debrecenben megrendezett beszállítói fórum, amelynek a célja a regionális hazai kis- és középállati beszállítói kör szélesítése volt.

Debrecenben keresett új beszállítókat a Tesco

A Tesco első regionális beszállítói találkozója nagy lökést adhat a kisebb magyar termelőknek Debrecen, 2009. november 20.

— Első ízben tartott regionális beszállítói találkozót a Tesco.

A Debrecenben megtartott esemény célja az volt, hogy megismerkedjék az áruházlánc kisebb regionális beszállítókkal, közöttük helyi specialitásnak számító termékeket előállító gyártókkal, amelyek — akár regionális szinten — a cég beszállítóivá válhatnak.

November 19-én, csütörtökön Debrecenben rendezte meg első regionális beszállítói találkozóját a Tesco-Global Áruházak Zrt. Az áruházlánc annak érdekében indított párbeszédet a potenciális kis beszállítói partnerekkel, hogy segítsen azoknak a cégeknek, amelyek nagyságuknál fogva országos szinten ugyan nem, de helyi viszonylatban, néhány áruházat illetően beszállítóivá is válhatnak a Tescónak. Így a vásárlók azon igénye is kielégíthető, hogy szeret-

nének minél nagyobb választékban jó minőségű hazai termékeket és helyi specialitásokat találni a Tesco áruházak polcain.

A debreceni Kölcsey Központban megtartott egész napos fórumra három megye (Hajdú-Bihar, Borsod-Abaúj-Zemplén és Szabolcs-Szatmár-Bereg) olyan élelmiszeripari cégei kaptak meghívót, amelyek kapacitásuknál fogva képesek lehetnek megfelelő mennyiségű és jó minőségű terméket előállítani, valamint országos és/vagy regionális szinten beszállítani a Tesco számára.

A Tesco üzletfejlesztési törekvései közé tartozik, hogy a gyáli, valamint herceghalmi központi raktár-bázis mellett további, regionális depókat hoz létre országszerte. Az első új áruelosztó központok már el is készültek, így megnyílt a lehetőség, hogy az eddigi országos beszállítók mellett már akár regionális szinten szerződjenek új partnerekkel a Tesco.

A debreceni találkozón – amely úttörő jelentőségű a Tesco kis-beszállítói kapcsolatrendszerének kialakításában – 22 cég képviselői vettek részt, amelyek üdvözlötték a Tesco kezdeményezését. Többen kiemelték, hogy olyan lehetőség nyílt meg előttük, amilyenben eddig a nagyobb termelési kapacitás hiányában nem volt részük. Nagy jelentőséget látnak abban, hogy az élelmiszeripar szempontjából oly fontos területnek számító három megyében indította útjára

kezdeményezését a Tesco.

„Tisztában vagyunk vele, hogy fogyasztóink szeretnék több helyi terméket látni az áruházak polcain. Tudjuk azt is, hogy a kisebb jelentőségű termelők a múltban nehézségekbe ütköztek, amikor hipermarketeknek szerettek volna beszállítani. A mostani kezdeménnyel szeretnénk ezt a két kérdést egyszerűbben kezelni és megoldani. Olyan lelkes embereket keresünk, akik ismerik és szeretik a saját régiójukat és annak specialitásait” – mondta John Scouler, a Tesco beszerzési igazgatója.

A debreceni rendezvény rendkívül pozitív visszhangra talált. A 2009. november 19-én megtartott fórumot követően számos résztvevővel kezdtünk tárgyalásokba, aminek eredményeként tizenöt vállalkozást kértünk fel arra, hogy legyenek a Tesco állandó beszállítói. A fórum sikerét látva úgy döntöttünk, hogy folytatjuk az egyeztetéseket a helyi kis- és középállatalkozásokkal, és a jövőben minden nagy régióban fogunk hasonló beszállítói fórumokat szervezni.



**Új magyar termékek a Tescóban
A legnagyobb kiskereskedelmi
lánc elkötelezett a hazai
beszállítók iránt**

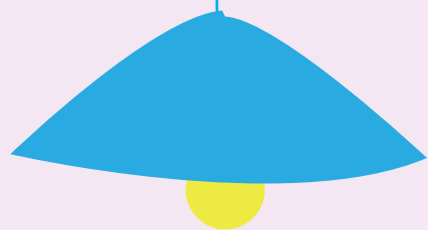
Budaörs, 2010. április 1.

— **Újabb magyar specialitásokkal bővült a Tesco kínálata.**

A vállalat tavaly ősszel elindított, regionális beszállítókat támogató kezdeményezésének köszönhetően március közepétől 52 új hazai termék kapható Debrecen, Kazincbarcika, Mátészalka, Miskolc, Nyíregyháza, Ózd és Hajdúszoboszló Tesco áruházaiiban.

Az új termékek azért különlegesek, mert ezeket a régióban működő kis- és közép vállalkozások állítják elő. Olyan specialitások is találhatók közöttük, mint a biológiailag ellenőrzött tartásból származó tej, a lókolbász vagy a különböző házi tésztafélék. Debrecenből kenyérfélék és egyéb pékáru széles választéka, Tokaj térségéből pedig gazdag borkínálat érkezik immár az érintett áruházakba. Az együttműködés nem csak a kisebb, helyi beszállítók számára ad kiváló lehetőséget, hanem azon vásárlóknak is előnyös, akik hazai termékekhez szeretnének alacsony szintű áron hozzájutni a Tesco áruházakban. Az új program lehetővé teszi, hogy a fogyasztók kedvenc helyi specialitásokat is megtalálják a hozzájuk legközelebb eső áruházban (pl. a helyi termelőtől érkező tejtermékek ezentúl megjelennek a Tesco hipermarket polcain).

A Tesco tavaly novemberben indított párbeszédet hazai kis- és közép vállalkozásokkal, ennek eredményeként kerültek most a polcokra az adott régióból származó, arra a területre jellemző termékek. „Büszkék vagyunk arra, hogy hazánkban egyedülálló módon párbeszédet kezdeményeztünk az áruházaink környezetében működő magyar termelőkkel, gyártókkal. Célunk, hogy az ország minden szegletében támogassuk a kisebb beszállítókat, egyszerre két-három megyét bevonva az egyes tárgyalási körökbe. A Tesco elkötelezett a magyar áruk és magyar gazdaság mellett, ezért ezt a programot a jövőben is folytatni fogjuk, hogy országosan egyre több helyi, regionális termék legyen elérhető a polcainkon” – mondta el Iglódi-Csató Judit, a Tesco kommunikációs igazgatója.



Figyelmünk középpontjában a vásárlók

A Tesco áruházak országszerte mintegy 50 ezer termékből álló kínálattal várják a vásárlókat, megteremtve így a választás lehetőségét. Arra törekszünk, hogy a méretgazdaságosság előnyeinek kihasználása révén, felhasználva a Tesco globális és regionális beszerzési kapacitásait a kiváló minőségű termékeket is minél előnyösebb áron tehesük hozzáférhetővé, például a ruházati termékek, a háztartási elektronika vagy a déli-gyümölcsök tekintetében. Szeretnénk kényelmesebbé tenni a vásárlást, ezért mind nyitva tartásunkkal mind üzleteink elhelyezkedésével igyekszünk a lakosság igényeihez igazodni. Míg a nagyobb hipermarketjeink a nap 24 órájában várják a vásárlókat, kis alapterületű, Tesco Express boltjainkban a vásárlók már a belvárosokban is elérik a jó árú, széles termékválasztékot. Az egészséges életmód jegyében nemcsak a csökkentett kalóriatartalmú Light Choices termékcsaládot vezettük be, hanem az Irányadó Napi Beviteli Érték (INBÉ) jelölések alkalmazásával támogatjuk a tudatos vásárlást a termékek tápanyag-információinak pontos feltüntetésével.

Célunk a folyamatos innováció, hogy mindig új termékeket tudjunk kínálni a vásárlóknak. Saját márkás kínálatunk fejlesztésével és bővítésével, új termékvonalak bevezetésével reagálunk a változó vásárlói igényekre. Mindig együttműködünk a hatóságokkal, megfelelünk a legszigorúbb európai uniós és magyar minőség-ellenőrzési előírásoknak. A hatóságokkal való együttműködésen kívül a legjobb minőség fenntartása érdekében saját hálókörben is végeztetünk véletlenszerű és független termékvizsgálatokat.

A saját márkás termékek esetében nagy gondot fordítunk a világos, egyértelmű termékcímkézésre, és a törvényileg kötelező adatokon túl feltüntetjük a termékek tápértékét, összetevőit és javasolt napi beviteli mennyiségét, ezzel is támogatva a tudatos vásárlói döntéseket. Kifejezetten az egészségtudatos vásárlókat célozza az újonnan bevezetett Light Choices termékcsalád.



**Új termékcsalád a Tescóban:
Light Choices, könnyű
választások mindennap**

A Light Choices termékcsalád minden tagja valóban könnyű választást garantál, hiszen ízben gazdag, ugyanakkor kisebb tápanyagtartalmú termékeket jelöl. Budapest, 2009. március 10.

**— A Tesco megkezdte az új,
Light Choices néven forgal-
mazott termékcsalád beveze-
tését, amely az egészséges
életmód híveinek kínál meg-
fizethető árú élelmiszereket.**

A Tesco folyamatosan bővíti saját márkás kínálatát, ezen belül 2009 márciusában új színfoltként jelenik meg a Light Choices termékcsalád. Az áruházlánc a vásárlói igényeknek megfelelően

alakítja termékpalettáját, ezért az új élelmiszerekkel az egészséges életmód elkötelezettjei számára, a kiegyensúlyozott táplálkozás megfizethető alternatíváját kínálja. A Light Choices termékcsalád tökéletes része a kiegyensúlyozott étrendnek. Valamennyi tagjánál alkalmazzuk a Tesco saját márkás termékeknél már megszokott INBÉ (Irányadó Napi Beviteli Érték) tápérték-jelölési rendszert, amely megmutatja a vásárlóknak, hogy egy felnőtt napi tápanyag-szükségletének hány százalékát fedezik a termékben található tápanyagok. A Light Choices élelmiszerek mind a frissáru, mind a szárazáru termékkategóriákban megtalálhatók, folyamatosan bővülő választékban.

Fontos célunk, hogy a vásárlóknak kifogástalan vásárlási élményt nyújtsunk. Ennek érdekében folyamatosan fejlesztjük működésünket azokon a területeken, ahol a korábbi években a vásárlók problémákat érzékelhettek. Erőfeszítéseink eredményeit és az előrehaladást mutatja a Tescóra kiszabott bírságok örvendetesen csökkenő tendenciája is.

A Tescóra kiszabott bírságok száma

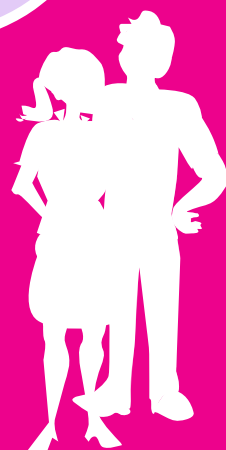
Bírságok száma

Hatóság megnevezése	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10
Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság	259	212	126	143
Gazdasági Versenyhivatal	2	1	1	0
Országos Munkavédelmi és Munkaügyi Főfelügyelőség	9	8	7	2



3

**Befogadó,
sokszínű
munkahely**



3.1 Képzések

3.2 Munkavállalói juttatások

3.3 Munkavállalói elégedettség felmérés

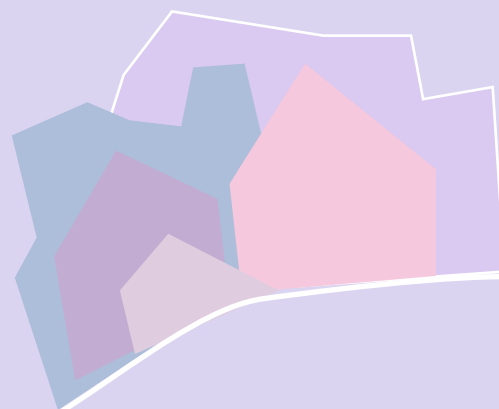
A Tesco a magánszektor egyik legnagyobb munkáltatójaként a felelős működés elveit szem előtt tartva jár el: legális, bejelentett munkahelyeket teremtünk országszerte, ezzel az elmaradottabb fejlettségű térségekben is hozzájárulva a gazdaság kifehérítéséhez. Több mint 22 000 alkalmazottat foglalkoztatunk, további 2500 főt kölcsönzött, illetve szezonális munkaerőként (főleg a karácsony és húsvét előtti időszakban) alkalmazunk. Ezenfelül mintegy 8000 főnek kínálunk megélhetést a helyi kiskereskedelemben és a szolgáltatószektorban az áruházainkban található üzletsorok területén (lásd melléklet).

Új áruházaink nyitásával évente hozzávetőlegesen 1500 új állást teremtünk. A 2009-10-es pénzügyi évben 29 új boltot nyitottunk, ezzel 1481 új munkahelyet teremtve. A legtöbb új áruházat Budapesten nyitottuk, amelyek kis alapterületű, Expressz boltok. Így a legtöbb új munkahely Budapesten és Pest megyében jött létre, de emellett jelentős számú új munkahelyet teremtettünk Hajdú-Bihar, Somogy és Baranya megyében is (lásd melléklet). Büszkék vagyunk a nálunk dolgozók sokszínűségére. Munkalehetőségeink rugalmasak, így állást kínálunk teljes vagy rész-munkaidőben, diákoknak és nyugdíjasoknak, de a kisgyermekes anyák számára is (lásd melléklet). A kiemelt időszakokban szezonális munkahelyeket teremtünk – mellyel akár hosszú távon is enyhítjük a munkanélküliség problémáját; sok munkatársunk ugyanis végleg a Tescónál marad. A középiskolásoknak szóló szakmai gyakorlati programban évente 900 diák vesz részt, akik értékes tapasztalatokat szereznek nálunk, növelve a munkaerő-piaci értéküket. Pályakezdő diplomások számára sikeres karrierprogramot működtetünk.

A Tesco összes munkavállalójának több mint kétharmada nő, ugyanakkor az áruház-igazgatók, a közép- és felső vezetők között az arányuk 40 százalék alatt marad. A nők legnagyobb arányban a kis-boltokban, legkisebb arányban a logisztikai központokban képviseltetik magukat (lásd melléklet). Dolgozóink átlagéletkora 35 év. Nagy figyelmet szentelünk a megváltozott munkaképességűek foglalkoztatására. Befogadó Közösség elnevezésű programunk keretében áruházanként 4-5 megváltozott munkaképességű alkalmazottat foglalkoztatunk országszerte, s így több száz ember munkaerő-piaci reintegrációját segítjük elő. 2009-ben 169 megváltozott munkaképességű személy dolgozott nálunk, 2010-ben a terveink szerint további 150 fővel gyarapszik a létszámuk.

Végzettség szerinti megoszlás

Év végi létszám	Fizikai	Szellemi
2008.02.29	9 708	9272
2009.02.28	10 588	9654
2010.02.28	11 191	9392



3.1 Képzések

Munkavállalóink számára változatos belső képzési lehetőségeket nyújtunk, kinyitva ezzel az egyéni karrierutak minél nagyobb szabadságát. 2009-ben 500 millió forintot fordítottunk munkatársaink szakmai és személyes készségfejlesztő képzésére, minden tízedik kollégánk részt vett valamilyen belső karrierfejlesztési programunkban. Ezek sikerét igazolja, hogy jelenleg is több mint ezer olyan menedzser dolgozik a Tescónál, aki egyszerű kiszolgáló személyzetként kezdett nálunk.

Éves szinten közel 900 ezer órányi tréningen vesznek részt munkatársaink, a képzések részvételi óraszám 15%-kal növekedett az előző évihez képest. A kiskereskedelemben megtartott szakmai képzések óraszám 2008-09-es pénzügyi évihez mérten, ami egyfelől a hipermarketek és a kisformátum expanziójának, másfelől a saját szakoktatói csapat által kialakított új belső szakmai képzési rendszernek köszönhető. Dolgozóink évente átlagosan több mint 1 hét időbeli képzésen vesznek részt. Többféle gyakorlati programunk van, a szakmai, angol nyelvi és IT-képzéseken felül kiemelt figyelmet fordítunk a vezetők készségeinek fejlesztésére is (lásd melléklet).

évente
1 hét
tréning/fő

500
ezer óra
tréning

500
millió forint
képzésre



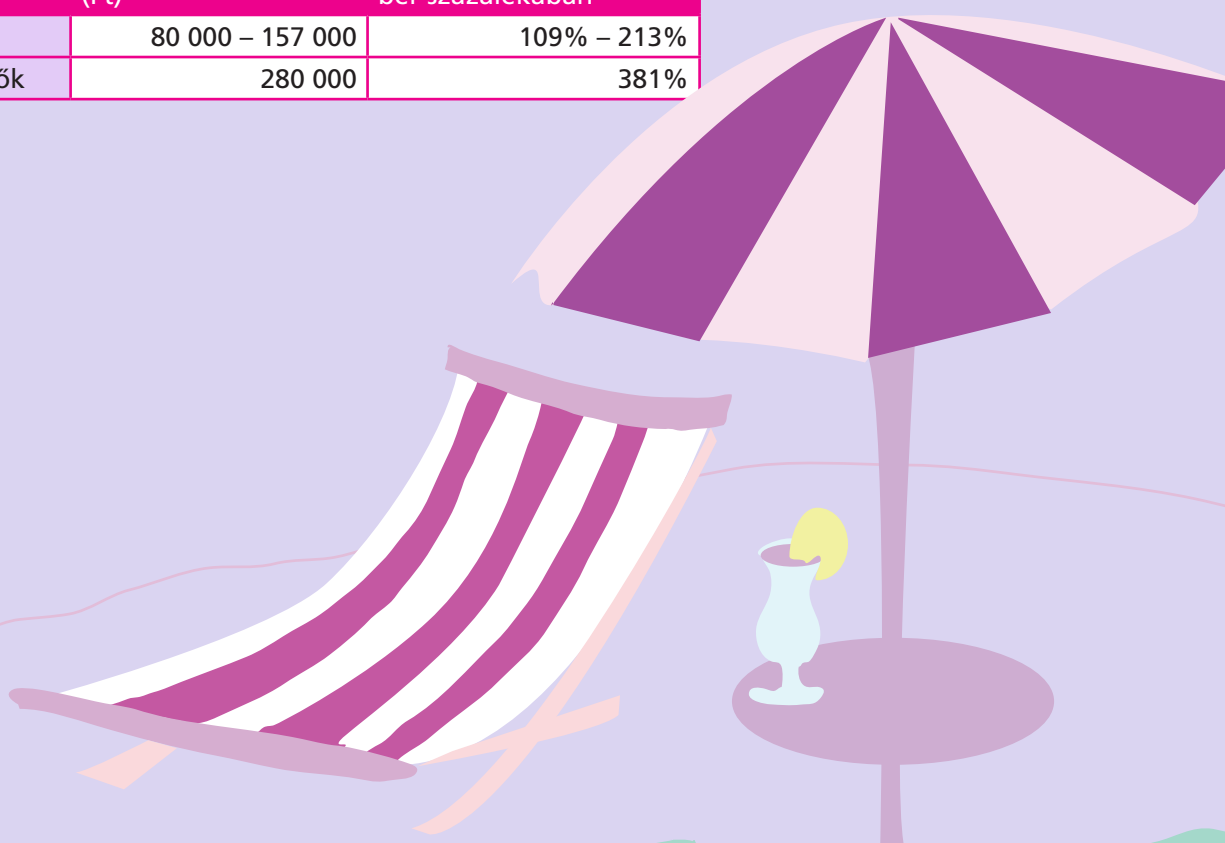
A munkakörök összetettsége, a feladatkör és a felelősség nagysága alapján világos és átlátható javadalmazási rendszert alakítottunk ki, így téve lehetővé a munkakörök értékének és a piaci viszonyoknak megfelelő fizetési színvonalat és a belső méltányosságot. Amellett, hogy az üzletág valamennyi területén és minden szinten versenyképes fizetést kínálunk, törekszünk arra, hogy a lehető legszélesebb körben alkalmazható juttatási elemeket is kínáljunk munkatársaink részére.

Ezek közé tartozik a vásárlási kedvezmény a Tesco áruházakban vásárolható termékekre és a kedvezmény a Tesco biztosítási és utazási szolgáltatásaira, valamint az egészségpénztári juttatás és az étkezési hozzájárulás. Ezen kívül olyan programokat is kialakítottunk, amelyek keretében munkatársaink jelentős árkedvezményrel vásárolhatnak, vagy előnyös feltételekkel és kedvezményekkel vehetnek igénybe különböző szolgáltatásokat partnereinknél.

Lehetőség van családi csomagban kedvezményes mobiltelefon és mobilinternet előfizetésre, egyéni és családi baleset-, kórházi és egyéb biztosítások megkötésére, továbbá, kedvezményes bel- és külföldi üdülésre. Mindezekon felül vállalatunknál a hosszú távú elkötelezettség elismerésére hűségjutalom-program is működik.

Pályakezdők átlagos fizetése a minimálbér százalékában

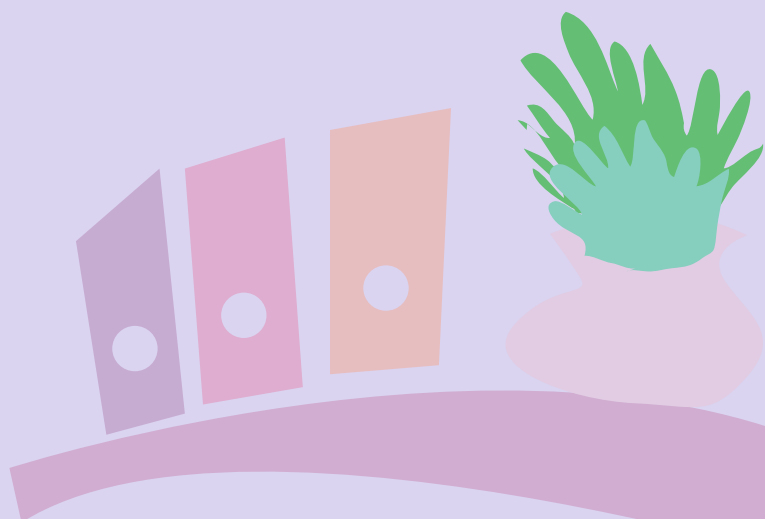
	Átlagos kezdő fizetés (Ft)	Kezdő fizetés a minimálbér százalékában
Pályakezdők	80 000 – 157 000	109% – 213%
Diplomás pályakezdők	280 000	381%



Munkavállalói elégedettség felmérés

A Tesco HORIZONT néven saját Dolgozói elégedettségfelmérést készít, évente egyszer a teljes dolgozói állomány kérdőíves megkérdezésével, önkéntes kitöltési alapon. A 2010. februári felmérésen a kitöltési arány kiemelkedően nagy, 91 százalékos volt, a kérdőíves minta létszáma 16 687 fő. A felmérés 7 kérdés-csoportban (témában) 32 kérdés megválaszolásával ad képet a munkavállalók elégedettségéről.

Az országos eredmény 2010-ben minden kategóriában javulást mutatott a 2009-es eredményekhez képest (lásd melléklet). Az eredmény immár minden kategóriában meghaladja az 50 pontot, azaz a pozitív tartományban van. A válaszadók ezen belül is kiemelkedően pozitívan értékelték a vezetőktől kapott támogatást és a végzett munka érdekességét. Bár a felmérés szerint jelentősen javult a munkatársak megelégedettsége, az összes vizsgált dimenzió közül továbbra is ez kapta a legkisebb értéket.



4 Tesco a természetért



- 4.1 **Klíímaváltozás**
elleni küzdelem
- 4.2 **Hulladékok**
kezelése



Klímaváltozás elleni küzdelem

A Tesco elkötelezett a környezet védelme és a klímaváltozásért leginkább felelős szén-dioxid kibocsátásának csökkentése mellett. A kiskereskedelmi szektor működése – az áruk eljuttatása a termelőktől a fogyasztókig: szállítmányozás, raktározás, szükség esetén hűtés – jelentős energiafelhasználással jár. A termékek közötti fuvarozása során felhasznált üzemanyag, illetve az áruházak fűtésére felhasznált földgáz elégetése során közvetlenül is bocsátunk ki szén-dioxidot a légkörbe, de az áruk hűtésére és világításra felhasznált elektromos áramot is egyelőre jelentős részben fosszilis tüzelőanyagok elégetésével termeljük meg a hazai erőművek, így közvetetten az áramfogyasztásunkkal is hozzájárulunk a szén-dioxid-kibocsátáshoz (lásd melléklet). Épp ezért tartjuk kiemelkedően fontosnak, hogy működésünk minden területén törekedjünk az energiafelhasználás csökkentésére, és ahol lehet, különböző megújuló energiaforrások bevonására. 2009-ben a szén-dioxid-kibocsátás csökkentését célzó projektjeink összköltségvetése 2,8 milliárd forint volt. Folyamatosan növekszik zöldáruházaink száma; mind az újonnan épült üzletek, mind a régiek átalakítása során számos innovatív, az energiafogyasztás csökkentését célzó, illetve a fosszilis energiahordozók kiváltását lehetővé tevő megoldást vezettünk be. Ezek közé tartozik többek között:

- a geotermikus energia hasznosítása meleg víz előállítására és az épületek fűtésére-hűtésére,
- zöldtető alkalmazása az épület hőszigetelésének javítására,
- napkollektorok használata 26 áruházban meleg víz előállítására,
- komplex, több mint 1000 négyzetméter felületű napkollektorrendszer a budaörsi áruház tetején fűtésre-hűtésre és meleg víz előállítására,
- napelemek alkalmazása áramtermelésre 3 áruházban (5, 20, illetve 100 kilowatt teljesítménnyel)
- hűtő-fűtő közegek energiájának visszanyerése,
- ajtók felszerelése a hűtőszekrényekre (30-40 százalékos energia-megtakarítás).

Az év végére három úgynevezett fenntartható áruházunk volt. Sátorlajújhelyen, Bonyhádon és Dunakeszi-Gödön. Ezek közül Dunakeszi-Gödön a jelenleg elérhető összes innovatív technológia alkalmazásával 50 százalékos szén-dioxid-kibocsátás megtakarítását értünk el a hagyományos áruházakéhoz képest. További 5 áruházunk tartozik az úgynevezett zöldáruházak közé: Várpalota, Dorog, Gyömrő, Szolnok (zöldtetővel és könnyűszerkezetes építési móddal) és Balassagyarmat.

Ezekben az áruházakban is nagy számban találhatóak különféle energiatakarékos megoldások. Célunk, hogy 2020-ra nominálisan a felére csökkentsük épületeink szén-dioxid-kibocsátását a 2006-os bázisévihez képest. 2009-ben az új áruházak esetén 6, a meglévő áruházak átalakításával 31, szállított áru egységre vonatkoztatva 9 százalékos szén-dioxid-kibocsátás csökkentését sikerült elérnünk. 2010-re vonatkozó tervünk, hogy 7 százalékkal mérsékeljük az elektromos áram- és a földgázfogyasztásunkat, és 2 százalékkal kevesebb vizet használunk, mint 2009-ben.





Közép-Kelet-Európa legzöldebb Tesco áruháza Dunakeszin

A számos hazai zöld Tesco áruház közül kiemelkedik a tavaly szeptemberben Dunakeszi-Gödön nyílt hipermarket. Ez az áruház egy átlagos hipermarket energiaszükségletének csak a felét használja fel, jelentős mértékben csökkentve ezzel az üvegházhatású gázok kibocsátását.

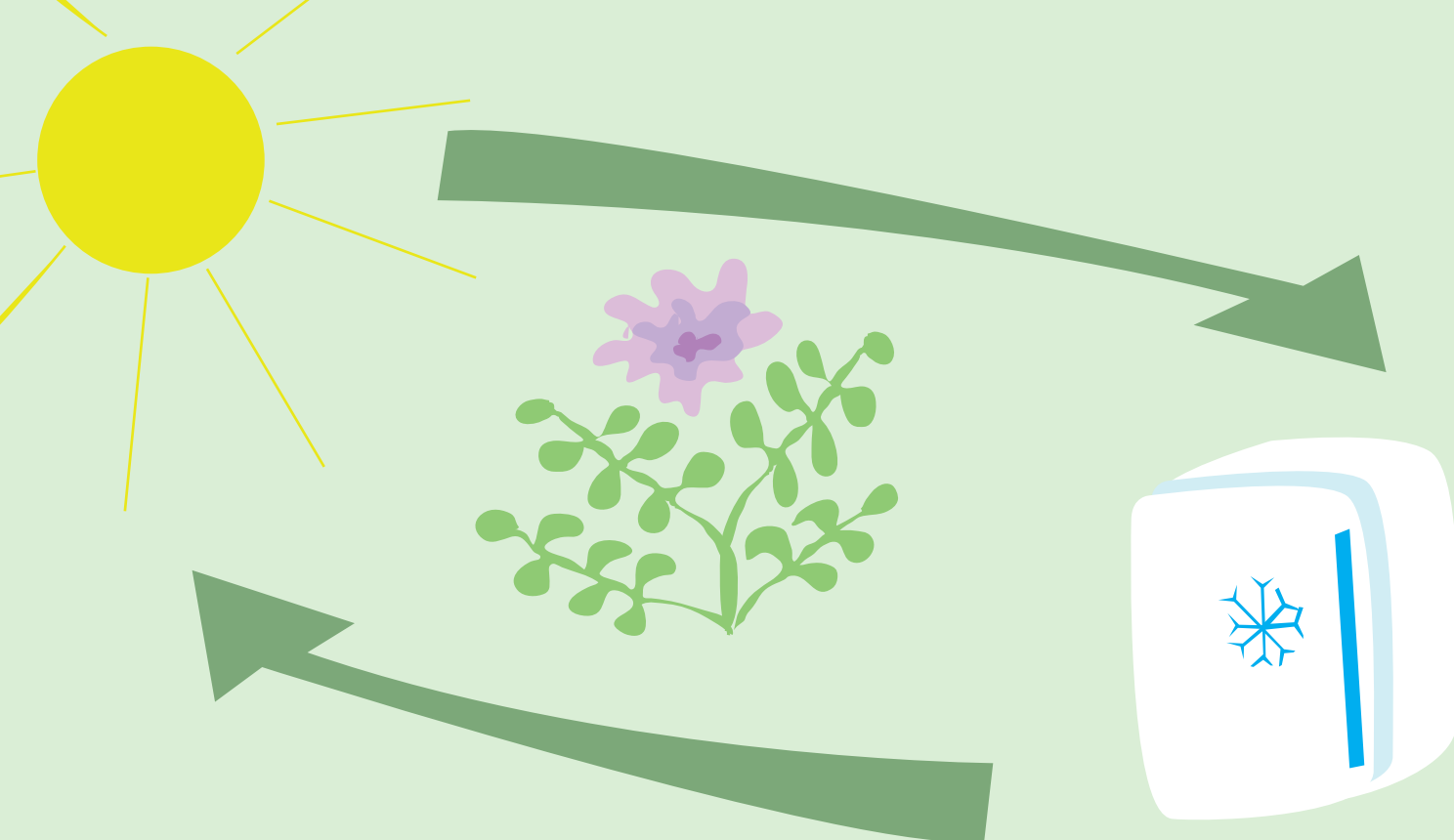
Az áruház nem rejti el különlegességét, már az épület színe is eltér az eddig megszokott kék-fehértől. Az eladótérbe neonfény helyett természetes fényt vezettek be, és nagy szerepet játszanak a világításban az áruház oldalán elhelyezett ablakok is. A sok ablakfelület korszerű árnyékoló rendszerrel látták el, ami az aktuális fényviszonyoknak megfelelően szabályozható, így jelentősen hozzájárul az energiafelhasználás csökkentéséhez. A hűtőpultokhoz egy ajtón keresztül lehet eljutni, így nem hűtik az egész áruházat, és

az árut is jobban védik a minőségromlástól nyitogatáskor. A hűtőpultokat speciális LED-világítással szerelték fel, ami egyrészt kevesebb energiát használ fel, mint a hagyományos izzók, másrészt kevesebb hőt bocsát ki, ami nem elhanyagolandó körülmény egy hűtő belsejében.

Energiamegtakarítási szempontból fontos helyszín a raktár és az áruház teteje is. A raktárban speciális szolár csöveken keresztül bevezetett természetes fény szolgáltatja a világítást, a tetőn pedig számos napelem és napkollektor sorakozik, amelyeket meleg víz előállításához, fűtéshez és hűtéshez, illetve áramfelvételhez használnak. A zöldmegoldások sora a tetőn található panelekkel sem teljes még, hiszen Közép-Európa legzöldebb hipermarketje a földből is nyer energiát. Egy úgynevezett talajszondás hőszivattyú gondoskodik arról, hogy az áruház közelében begyűjtött

geotermikus energiát megfelelően hasznosítsák. A kiszivattyúzott földhőt télen az épület fűtésére használják, nyáron pedig az épületből a talajba juttatják a hőt, jelentősen növelve ezzel a hűtés hatékonyságát.

Az összes szén-dioxid-kibocsátásunk az új áruházak nyitása miatt 2009-ben is nőtt, mintegy 3 százalékkal (lásd melléklet). Ugyanakkor az energiatakarékos megoldások elterjedése miatt továbbcsökkent az egységnyi eladóterületre vetített szén-dioxid-kibocsátásunk, a tavalyi évihez képest 8,3 százalékkal, míg a 2006-os bázisévihez viszonyítva már csaknem 18 százalékkal. Ezzel párhuzamosan az egységnyi eladóterületre vetített elektromosáram-felhasználásunk is több mint 14 százalékkal csökkent a tavalyi évihez képest, ugyanakkor a földgázfelhasználásunk csaknem 5 százalékkal nőtt (lásd melléklet).



Napenergiával hűtik a budaörsi Tescót

Magyarországon egyedülálló energiafelhasználási rendszert mutattak be

Budaörs, 2009. április 27.

– **Magyarországon egyedülálló, gigantikus méretű napkollektortelepet mutatott be hétfőn a Tesco-Global Áruházak Zrt. Az Energiagazdálkodási Tudományos Egyesülettel közösen kifejlesztett megújuló rendszer hatékony és környezetbarát energiafelhasználást tesz lehetővé, hiszen a napkollektorok által begyűjtött hő nyáron hűtésre, télen fűtésre fordítható.**

A Tesco a Természetért elnevezésű program az áruházlánc környezet-tudatos filozófiáját, a környezet védelme érdekében tett törekvéseit és célkitűzéseit foglalja össze. Három fő témakört ölel fel: az energiafogyasztás és a káros gázok kibocsátásának csökkentését, a keletkezett hulladék újrahasznosítását, mennyiségének csökkentését, valamint a bevásárlószatyrokkal kapcsolatos koncepciót.

A prioritásként kezelt témák közül a hatékony és környezetbarát energiagazdálkodás ösztönzése a Tesco kutatásfejlesztési tevékenységének egyik kulcsfontosságú eleme, mely révén folyamatosan megújuló erőforrásokat kapcsolnak be az áruházak energiaellátásába. E törekvés jegyében került megépítésre a budaörsi áruház tetején található, 1030 négyzetméter nagyságú napkollektortelep, melyhez egy ún. abszorpciós hűtőgép társul. A rendszer lényege, hogy a napsugárzás által nyert hőt a napkollektor begyűjti, majd az abszorpciós hűtő az energiát folyamatosan és a felmerülő igényeknek megfelelően képes alkalmazni akár fűtésre, akár hűtésre. Téli üzemben az irodák és az áruház melegvíz-ellátását, valamint az áruházi eladótér fűtését szolgálja a rendszer, nyáron pedig az irodater klimatizációját látja el. E megoldás előnye, hogy a legnagyobb mértékű napsütés mellett jelentkező hűtési igény esetén képes a legjobb fokú hűtésre. A napkollektortelep éves szinten 200 háztartás fogyasztásának megfelelő energiát állít elő.

A budaörsi fejlesztés mellett a pesterzsébeti Tesco M5 Megapark komplexum tetején 670 négyzetméter felületű napelemes rendszer van, mely az általa megtermelt energiával jelentősen csökkenti az áruház villamosenergia-felvételét a közcélú hálózatból. Becslések szerint évente 100 000 kWh villamos energiát, azaz hozzávetőleg 70 családi ház éves áramigényét képes kitermelni e környezetbarát megoldás, mely révén az áruház a széndioxid-kibocsátását is jelentősen, kb. 42 000 kg-mal tudja visszaszorítani évente.

A Tesco-Global Áruházak Zrt. folyamatosan figyelemmel kíséri az energia-előállítás mértékét és hasznosíthatóságát, annak érdekében, hogy az alternatív működési rendszerek közül megtalálja az optimális megoldást. Valamennyi áruházában alkalmaz környezetbarát technológiákat, a már meglévőket korszerűsíti, valamint évről évre növeli az ún. zöldáruházainak számát, melyekben már a kivitelezéstől kezdve korszerű és energiatakarékos rendszereket alkalmaz.

Magyarországon elsőként vezettünk be száz százalékban lebomló bevásárlótáskákat, ezenkívül visszaváltható „örökzöld” táskák is elérhetőek a pénztáraknál, melyeket csak egyszer kell megvásárolni – ezt követően megrongálódás vagy elhasználódás esetén a vásárló kérésére ingyen kicseréljük, a leadott használt szatyrot pedig újrahasznosítjuk. A Tesco kínálatában további tartós táskák találhatók, amelyek erősek, számtalanszor használhatók, élettartamuk végén pedig újrahasznosíthatók – remek alternatívái tehát az eldobható nejlonszatyroknak. Az ingyenes nejlonzacsók megszüntetésével a 2008-as 300 millió darabos felhasználást 2009-re 140 millió darabra sikerült csökkenteni. A nejlonzacsó-felhasználás 2009-ről 2010-re várhatóan további 90 millió darabbal csökken, ami átszámítva újabb 815 000 kilogramnyi hulladéktól kíméli meg a környezetet.

2009 elejétől számos áruházban biztosítunk lehetőséget a PET-palackok és alumíniumdobozok visszaváltására. Nemcsak vásárlóinkat biztatjuk a tudatos hulladékkezelésre, hanem a vállalaton belül is sokat teszünk a cél érdekében: az áruházi és irodai hulladékokat több mint 65 százalékban újrahasznosítjuk. Szelektív hulladékgyűjtő rendszert vezettünk be az áruházakban, az üzletsorokon és az irodákban, minden áruházunkban lehetőséget kínálunk a használt elemek leadására.

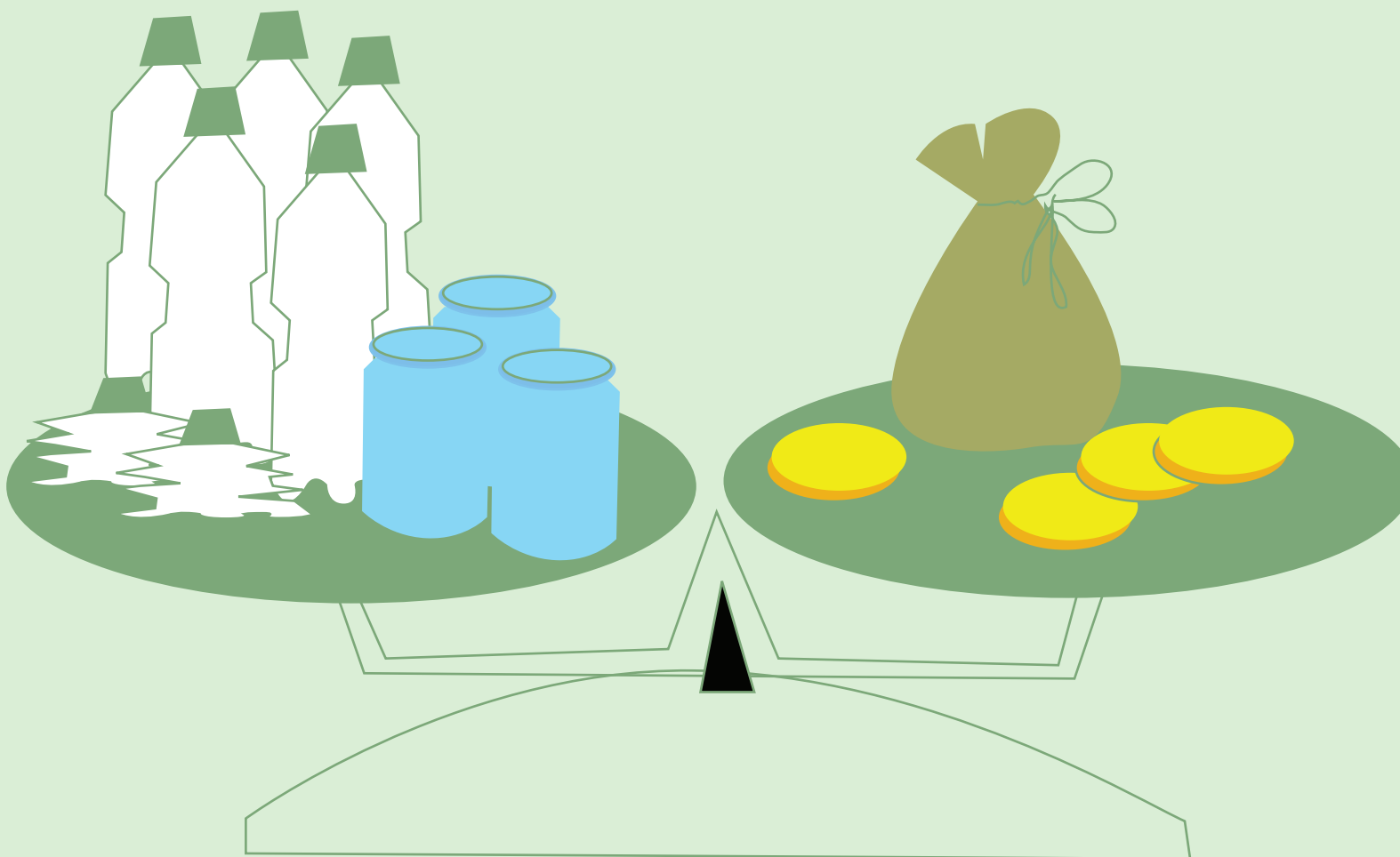
A PET-palackok és alumíniumdobozok visszaváltását anyagi eszközökkel is ösztönözzük. 2009 januárjától országszerte 37 áruházban, majd márciustól újabb 13 városban vezettük be azt az új rendszert, melynek keretében öt használt PET-palackért 5 forintot, illetve 5 alumíniumdobozért 10 forintot fizetünk levásárolható blokk formájában. Az új rendszerhez a hulladék-visszaváltást gördülé-

kennyé tevő visszaváltó automata és palackzsugorító is társul, amellyel akár kilenced részére lehet tömöríteni a visszagyűjtött hulladékot. A jól hasznosítható hulladékok visszaváltásának lehetősége, illetve újrafeldolgozásuk hatalmas mennyiségű nem lebomló szeméttől kíméli meg a környezetet. 2009-ben az értékesített dobozok 99, míg a PET-palackok 14 százalékát hasznosítottuk újra; 2010-re a tervünk 110, illetve 16 százalék. Fontosnak tartjuk vásárlóink szemléletformálását is, a környezettudatos magatartási formák elterjesztését. Ezért indítottuk útjára a „Ki lesz a zöldebb?” hulladék-visszaváltó versenyt iskoláknak, ami sikeresen szólította meg a „zöld” témákra fogékony fiatalokat. Az általunk gyűjtött PET-palackok súlya az ösztönzésnek és a programoknak köszönhetően a 2008-as 450 kg-ról 472 103 kg-ra nőtt, amit újrahasznosításra továbbadunk (lásd melléklet).

Szelektíven gyűjtött hulladék aránya

Szelektíven gyűjtött hulladék	24 652	65,6%
Kommunális hulladék	12 906	34,4%
Összes hulladék	37 558	100%





Salgótarjáni iskolások nyerték a „Ki lesz a zöldebb?” hulladék-visszaváltó versenyt

A szorgalmas diákok jutalma egy félmillió forintos osztálykirándulás a Tesco jóvoltából

Budapest, 2009. május 15.

— **„Ki lesz a zöldebb?” címmel környezetvédelmi versenyt hirdetett általános és középiskolás diákok számára a Tesco március 6. és április 16. között öt városban (Ajkán, Kaposváron, Salgótarjánban, Siófokon és Szegeden).**

Az ünnepélyes díjátadóra pénteken került sor Budapesten, a Csodák Palotájában, ahol a dobogós osztályok értékes nyereményeket vehettek át.

A Tesco-Global Áruházak Zrt. 2009 januárjától 37, majd márciustól újabb 13 városban vezette be a használt PET-palackok és alumíniumdobozok pénzért történő visszaváltását. A szolgáltatást a tervek szerint folyamatosan min-

den áruházra kiterjesztik. A hulladék-visszaváltás a vállalat átfogó, környezetvédelmi politikájának fontos állomása, melynek egyaránt célja a vásárlók környezettudatos magatartásának ösztönzése, valamint az élhetőbb környezet megteremtése.

A „Ki lesz a zöldebb?” elnevezésű környezetvédelmi verseny meghirdetésével a Tesco elsődleges célja a fiatal korosztály megszólítása volt, hiszen az iskoláskorú gyerekek fogékonysága és lelkesedése révén elérhető, hogy családjuk hétköznapijainak természetes részévé váljon a szelektív hulladékgyűjtés, valamint a környezetbarát szemlélet.

A hulladék-visszaváltó verseny igen népszerűnek bizonyult nemcsak a diákok, hanem a szülők és a pedagógusok körében is, az öt városban sok-sok osztály gyűjtötte fáradhatatlanul a PET-palackokat és alumíniumdobozokat.

A leghatékonyabbnak a Salgótar-

jáni Központi Általános Iskola és Diákotthon intézményegységébe tartozó Gagarin Központi Iskola 3/b osztályos tanulói bizonyultak. A második helyezett a siófoki Beszédes József Általános Iskola 3/a osztálya lett, a képzeletbeli dobogó harmadik fokára pedig az ajkai Fekete István – Vörösmarty Mihály Általános Iskola Gimnázium és Szakközépiskola 2/c osztályának tanulói állhattak fel.

Az első három helyezett nemcsak a címnek, hanem több százezer forintos osztálykirándulási támogatásnak is örülhet, hiszen az első helyezett félmillió forintot, a második háromszázezer, a harmadik pedig százezer forintot nyert. A diákok ezenkívül az ünnepélyes díjátadót követően birtokba vehették a Csodák Palotájának játékait és az újonnan nyílt ZöldPont című környezetvédelmi témájú kiállítást is megtekintették.

5

Társadalmi szerepvállalásunk



Társadalmi szerepvállalásunk

5

- 5.1 Részvétel a helyi közösségek életében
- 5.2 Országos programok



Részvétel a helyi közösségek életében

Vállalati felelősségvállalási tevékenységünk egyik fontos célkitűzése, hogy jó kapcsolatot alakítsunk ki azokkal a helyi közösségekkel, ahol áruházainkkal jelen vagyunk. Célunk, hogy a Tescóra a település szerves részeként, a közösség aktív tagjaként tekintsenek az emberek ezeken a településeken. Ennek érdekében több kezdeményezést is indítottunk 2009-ben, erőfeszítéseinket két településre, Mohácsra és Kaposvárra fókuszáltuk.

Elsőként kísérleti jelleggel a két településen érintetti párbeszédet kezdeményeztünk a helyi közösség képviselőivel, hogy feltárjuk a Tescóval kapcsolatos véleményeket, aggályokat és elvárásokat, válaszokat adjunk a felmerült kérdésekre, valamint feltérképezzük az együttműködési lehetőségeket a helyi

szervezetekkel a kölcsönös előnyök mentén.

Az érintetti párbeszéd során első körben feltérképeztük, hogy az adott településen kik az elismert, véleményformáló személyiségek, majd felkerestük őket, és megkérdeztük tőlük a Tescóval kapcsolatos véleményüket, elvárásaikat. Ezt követően egy kerekasztal-beszélgetést szerveztünk, ahol a legfontosabb témákat beszéltük meg, és próbáltunk közösen megoldásokat találni. A párbeszédekben a település polgármesterén és képviselőin kívül részt vettek különböző hatóságok, oktatási intézmények, civil szervezetek vezetői, illetve a helyi gazdasági élet fontosabb szereplői is. Részben az érintetti párbeszéd eredményeire is alapozva elindítottuk helyi szintű vállalati önkéntes

programunkat, amelynek keretében mindkét településen a Tesco áruház 15-15 munkatársa egy-egy munkanapját ajánlotta fel egy közösségi cél érdekében. Mohácsra az egyik kerékpárút belvárosi szakasza mellett végeztek tereprendezési és növényültetési feladatokat az önkéntesek, míg Kaposváron – ahol az eredetileg tervezett programot a rosszra fordult időjárás miatt módosítani kellett – a Petőfi Sándor Központi Óvodában segédkeztek, játékokat készítettek és kisebb ház körüli teendőket végeztek el. Az első két önkéntes nap sikere, a pozitív visszajelzések után úgy döntöttünk, hogy 2010-ben Mohács és Kaposvár mellett további 6 településre terjesztjük ki a programot.





Kivirágzott a mohácsi Dózsa György út a Tesco önkénteseinek köszönhetően

Első alkalommal hirdette meg az Önkéntességi Programot az áruházlánc

Mohács, 2009. június 18.

— **A Tesco első alkalommal hirdette meg dolgozói körében az Önkéntességi Programot, melynek célja, hogy felelős szomszédként munkatársai bevonásával tevékenyen részt vegyen a város megszépítésében, az élhetőbb környezet megteremtésében. A 2009. június 17-ei Önkéntességi Nap nagy népszerűségnek örvendett mind az önkéntesek, mind pedig a helyi közösség körében, hiszen az önkéntesek munkájának köszönhetően megújult a Dózsa György utca menti kerékpárút egy része.**

Az Önkéntességi Programot első alkalommal hirdettük meg a mohácsi áruház dolgozói körében. A lelkes önkéntesek nem csupán a Tesco csapatépítő kezdeményezését fogadták örömmel; örültek, hogy a helyi törekvés keretében mindezt a városukért tehették. Az önkéntesek a Dózsa György utcai kerékpárút melletti sávot megtisztítottak egy szakaszon, termőfölddel töltötték fel azt és facseteteket ültettek annak érdekében, hogy a környéket élhetőbbé, a lakók és a látogatók életét szebbé tegyék. A most megtisztított területet ősszel füvesítik.

Számos pozitív visszajelzést kaptunk a város, valamint a dolgozóink részéről, amely nagy örömmel tölt el bennünket, hiszen mi nem egy látványos akciót szerveztünk volna megszervezni, hanem valódi tartalmat közvetíteni.

Visszajelzések a mohácsi Önkéntes Napról

Szabó Balázs, áruház-igazgató: Az Önkéntes Nap kitűnő kezdeményezés, amely nagyon jól sikerült Mohácson. A dolgozók lelkesek voltak, hogy tehettek valamit a városukért. Nagy elismerés számunkra, hogy a járókelők mennyire pozitívan értékelték a munkánkat. Én személy szerint élveztem minden percét. Jó volt az embereimmel együtt lenni, egy kicsit kötetlenebb hangulatban mint az áruházban. Biztos vagyok benne, hogy kell a folytatás, mert a visszhang nagyon jó. Köszönöm mindenkinek, aki ott volt, büszke vagyok rátok!

Balogh Brigitta, főpénztári asszisztens: Jó buli volt, nem csak a városért tehettünk valamit, de csapatépítésnek is kitűnően sikerült. Baranyai Ágnes, árellenőr: Nekem nagyon tetszett, igen jól éreztem magam. Jó volt tenni a városért, lehetne máskor is ilyen.

Bártfainé Pfeil Bernadett, munkaügyi előadó: Remek alkalom volt, jó kezdeményezés, szívesen megyek máskor is.

Kaszás Zoltán, humánerőforrás-igazgató: Nagyszerűen sikerült, a dolgozók is élvezték. Azt gondo-

lom, hogy a város és a Tesco kapcsolata egy újabb közös élménnyel lett gazdagabb.

Koza Alexandra, készletasszisztens: Jó érzés volt tenni a városért, megyünk legközelebb is.

Papp Adél, kereskedelmi igazgató: Jó kezdeményezés, aktívan részt vehettünk a város életében és rengeteg pozitív visszajelzést kaptunk!

Ezzel párhuzamosan a Magyar Szabadidősport Szövetség segítségével útjára indítottuk a Tesco Fitt Napok elnevezésű, az egészséges életmódot népszerűsítő, a Tesco áruházak parkolójában megrendezett ingyenes rendezvény-sorozatunkat, amivel a Tesco vásárlóit és a helyi közösség tagjait igyekeztünk rávenni a testmozgásra. Ez a programsorozat később kibővült az aktív embereket megszólító, sportcsarnokokban megrendezett, neves trénerek részvételével megtartott fitnesz rendezvényekkel, amelyet további 3 városban: Veszprémben, Debrecenben és Budapesten szerveztünk meg a Budapest Sportiroda segítségével. A budapesti bemutató rendezvényen – amelyet egy fitnesz expo is kiegészített – több ezer ember edzett együtt a Papp László Sportarénában.



Tesco Fitt Nap Mohácson

A mohácsi szabadidősport-nap az első állomása az áruházlánc egészséges életmód jegyében indított eseménysorozatának Mohács, 2009. augusztus 29.

— **A Tesco első alkalommal rendezi meg Tesco Fitt Napok elnevezésű programja keretében azt a szabadidősport-napot, melynek helyszíne Mohács. A rendezvény célja az egészséges életmód népszerűsítése. 2009. augusztus 29-én, szombaton 10 és 16 óra között a mohácsi Tesco áruház parkolójában kicsik és nagyok számos érdekes feladattal próbálhatják ki ügyességüket. A résztvevők, amellet, hogy kellemesen elfáradnak, egyúttal a mohácsi általános iskolák sportszertárát is bővítik.**

A Tesco vállalati felelősségvállalása keretében egy párbeszédet szervezett tavasszal Mohácson, ahová a város meghatározó szervezeteinek képviselőit hívta meg, azzal a céllal, hogy felmérje a város igényeit és ennek megfelelően alakítsa ki helyi felelősségvállalási programját. A rendezvényen megfogalmazódott, hogy Mohácson az egészséges életmódhoz kapcsolódó közösségi és sportprogramokat üdvözlnek leginkább. Az augusztus 29-én megrendezésre kerülő ingyenes szabadidősport-nap ennek alapján kerül megvalósításra.

A mohácsi Tesco Fitt Nap első állomása annak a nagyszabású sportprogramnak, amellyel az áruházlánc az egészséges életmódot szeretné népszerűsíteni vásárlói körében. Az egész napos rendezvény keretében az érdeklődők a Magyar Szabadidősport Szövetség hathatós közreműködésével számos izgalmas mozgásformát próbálhatnak ki (többek között fittball, forgótenisz, minipingpong, kispályás foci, kosárra dobás, kötélugrás).

A játékok, versenyek során pecsétet gyűjthetnek a résztvevők egy füzetbe. A leadott pecsétfüzetek óránként sorsoláson vesznek részt, amelyen sportszernyeremények találhatnak gazdára. A legtöbb pecsétet összegyűjtő pedig további értékes ajándékokra számíthat.

Nem csak a helyszínen sportolók profitálnak augusztus 29-én a testmozgásból. Minél több pecsétet gyűjtenek össze a lelkes résztvevők, annál nagyobb mértékben támogatják a mohácsi általános iskolák sportszertárának fejlesztését.

Ezeket a kísérleti jelleggel elindított programokon kívül a helyi közösségeket, civil szervezeteket, intézményeket támogattuk az 5 forintos eldobható nejlonzacskók értékesítéséből befolyt összegekkel is, és nem elhanyagolható tétel a települések költségvetésében az a 2009-ben összesen 3 344 912 091 forintos összeg, amelyet helyi

adó címén kifizettünk azokon a településeken, ahol áruházaikkal, raktárbázisaikkal jelen vagyunk.

A Tesco helyi közösségekkel való kapcsolatának szorosabbra fűzését célzó programjaink olyan sikerek voltak, hogy az eredmények alapján úgy döntöttünk, hogy a program elemeit – az érintetti párbeszédet, az önkéntes napot és a fitt napot – fokozatosan országos szintre is kiterjesztjük, első lépésben újabb 6 települést bevonva.



Az év támogatottja
program
Áruadományok
Egészségnapok

**700 millió
forint
adomány**

civil szervezeteknek

**20 millió
forint
adomány**

„Az év támogatottja”
program keretében

**400 millió
forint
adomány**

segélyszervezeteknek

A helyi közösségek támogatásán kívül a Tesco számos országos szintű kezdeményezést is indított fontos társadalmi célok támogatása érdekében. Az elmúlt két évben több mint 700 millió forint értékben adományoztunk magyar civil szervezeteknek, ebből mintegy 600 millió forint értékű volt a jó minőségű, új ruhákból álló ruha-adomány a kifutó készletekből. Támogatási tevékenységünk egyik legfontosabb eleme a 2003-ban indított, hátrányos helyzetű társadalmi csoportokat támogató „Az év támogatottja” progra-

munk, amely az egyik legnagyobb összegű vállalati adomány Magyarországon. A program keretében évi 20 millió forinttal támogatunk egy-egy karitatív szervezetet programjai megvalósításában. Ezenkívül rendszeresen juttatunk el a rászorulókhhoz ruha- és tartósélelmiszer-adományokat. 2010 februárjában rekordméretű, mintegy 400 millió forint értékű adományt adtunk át országos segélyszervezeteknek, amelyek több ezer családon segítettek a ruhákkal. A helyi civil szervezeteket

hozzátétőlegesen évi 15 millió forinttal támogatjuk céljaik elérésében. Az áruházak számos városban támogatják a helyi állatkerteket, vadasparkokat a megmaradt élelmiszerekkel, összhangban a vonatkozó szabályozással. Az adományok gyűjtésén kívül rendszeresen szervezünk a Vöröskereszttel közösen véréadásokat, amit 2009-ben néhány helyszínen Egészségnap nevű rendezvény keretében komplex szűrővizsgálatokkal és egészségügyi tanácsadással egészítettünk ki.

❁ Az év támogatottja program

A 2009-ben induló „Az év támogatottja” program keretében – amelyhez 20 millió forinttal csatlakozott a Procter&Gamble is – a Mosoly Alapítványt támogattuk. A Mosolyvarázs névre hallgató program célja a testi és lelki jólét és egészség állapotának erősítése a krónikusan vagy súlyosan beteg, fogyatékkal, illetve nehéz szociális körülmények között élő gyermekek életében. Ezek a gyerekek és fiatalok könnyen bezárkóznak, elvesztik bizalmukat, kevésbé élnek meg az örömteli pillanatokat, sőt sokan még azt is lehetetlennek érzik, hogy életük valaha jóra fordulhat. Számukra indult el Mosolyterápia néven az élmény-, szabadidős, életmód- és művészetterápiás programokat, valamint alkotó foglalkozásokat magában foglaló együttműködés.

Mosolyvarázs Program: élménypedagógiai játszóházi délelőtt a mosolygós gyermekekért

Egy nap Mátyás király udvarában – a Tesco és a Procter&Gamble támogatásának köszönhetően Budapest, 2010. február 2.

— **Élménypedagógiai és élményterápiás játszóházi délelőtt került tegnap megrendezésre a Mosoly Alapítvány szervezésében, a Tesco és a Procter&Gamble „Az év támogatottja 2009” Mosolyvarázs Programjának keretében. A foglalkozás célja az volt,**

hogyan kötetlen játék segítségével, átélte élményeken keresztül közelebb hozzák egymáshoz a pszichoszomatikus beteg, fogyatékkal, illetve nehéz szociális körülmények között élő gyermekeket, a terapeutákat, valamint a szülőket és nevelőket egyaránt.

A Tesco-Global Áruházak Zrt. és a Procter&Gamble „Az év támogatottja 2009” Mosolyvarázs Programjának keretében Egy nap Mátyás király udvarában címmel szervezett játékos élménypedagógiai és élményterápiás fejlesztő foglalkozást a Mosoly Alapítvány az egészségfejlesztés és az egészséges életmódra nevelés jegyében. Az egész délelőttös játszóházban olyan pszichoszomatikus zavarokkal küzdő, hiperaktív, vagy beszéd- illetve magatartászavarok miatt segítségre szoruló, esetleg állami gondoskodásban élő gyermekek és családjaik vettek részt, akik egyébként heti vagy havi rendszerességgel járnak az alapítvány művészet- és élményterápiás foglalkozásaira.

A programban számos sokszínű feladatot teljesítettek a gyerekek. Kipróbálhatták a bajvívást, a lakomakészítést, táncot tanulhattak, verset írhattak vagy éppen ügyességi feladatokat oldhattak meg. A terapeuták és a szervezők is figyeltek arra, hogy ezek a tevékenységek ne a versenyszituációra épüljenek. A játékmesterek, animátorok, ifjúságsegítők, rekreációs

szakemberek mellett megannyi önkéntes – köztük a támogató vállalatok munkatársai és újságírók – törekedett arra, hogy ezen a délelőttön a gyermekek teljesítményét azonnal, a helyszínen elismerjék és jutalmazza, hogy mindezek által igazi sikerélményt élhessenek át.

„Nagy örömmel figyeltük, ahogy a gyerek és felnőtt résztvevők egyaránt a részesévé tudtak válni az igazi játék örömeinek. Jó érzés tudni, hogy a Mosolyvarázs Program keretében az élménypedagógiai játszóház megszervezésével hozzásegíthettük ezeket a mosolyos, bár nem mindig mosolygó gyerekeket és családjaikat ahhoz, hogy egy vidám, játékos délelőttöt együtt töltsenek. A délelőtt élményeivel mindnyájuk arcára sikerült egy kicsit mosolyt varázsolni” – mondta el Nagy Ildikó, a Mosoly Alapítvány projektvezetője.





Annak érdekében, hogy a program híre minél több emberhez eljusson, egy rajzversenyt szerveztünk az általános iskolás korú gyerekeknek, amelynek a témaválasztása az egészséges életmódhoz kapcsolódott: a pályázóknak Lackfi János költő, a Mosolyvarázs

Program egyik nagykövete Egy jó szokás című, egy erdei kirándulást leíró verséhez kellett illusztrációt készíteniük.

A pályázat sikere minden előzetes várakozásunkat felülmúlta – több mint tízezer rajz érkezett az ország minden szegletéből. A győztes pályaműveket a Mosoly Alapítvány képviselőit és magát Lackfi Jánost is a soraiban tudó zsűri választotta ki. Ezek a rajzok valóban illusztrációként fognak szolgálni a 2010 nyarán megjelenő adománygyűjtő verseskötetben, ami a Tesco hipermarketekben lesz megvásárolható. Ezenfelül a győztes rajzokról készített másolatok egy vándorkiállítás keretében 10 Tesco áruházban lesznek láthatóak, ezzel is a Mosolyvarázs Programot hirdetve. A program támogatásába további adománygyűjtő tárgyak kihelyezésével is bevontuk vásárlóinkat. A gyermekek érdeklődését felkeltő „Varázsceruzák” szinte az összes Tesco áruházban megvásárolhatók.

Varázsceruzák a Tesco áruházakban

A Mosoly Alapítványt támogathatjuk a különleges ceruzák megvásárlásával Budaörs, 2010. június 9.

— Új adománygyűjtő akciót indított június 8-án a Tesco. 91 hipermarketben kaphatók azok a különleges ceruzák, amelyeket nemcsak kézbe venni jó, hanem játékos célt is szolgálnak: az eladásukból származó többletbevétel ugyanis a Mosoly Alapítvány programjának megvalósítását támogatja, és ezzel sok-sok gyerek testi-lelki egészségét szolgálja.

A Tesco-Global Áruházak Zrt. folyamatosan részt vesz a helyi közösségek életében, és felelős vállalként segít a rászorulókon. Nyolc éve működteti „Az év támogatottja” elnevezésű programot, amelynek keretében 2009-ben az élmény-, életmód- és művészet-terápiás programokat, valamint alkotófoglalkozásokat szervező Mosolyvarázs Programot támogatta. Elkötelezettségének köszönhetően a Mosolyvarázs Programot működtető Mosoly Alapítvány olyan további elemekkel tudta bővíteni eddigi tevékenységét, mint az Egészséges Életmód Napok, illetve egy gyermekek számára kiírt rajzpályázat.

A Mosolyvarázs Program célkitűzéseinek sikeres megvalósításához a Tesco vásárlói is hozzájárulhatnak, ha június 8-tól „varázsceruzát” vásárolnak az áruházlánc 91 hipermarketjében. A különleges formájú és kivitelezésű ceruzák 199 forintos darabáron érhetők el a hipermarketek pénztárainál. A ceruzák vételárából származó többletbevételt a Mosolyvarázs Program javára ajánlja fel a Tesco. Az adománygyűjtő „varázsceruzák” korlátozott számban, a készlet erejéig kaphatóak. „Büszkék vagyunk rá, hogy áruházainkban elérhetővé tehetjük a játékos célt szolgáló Mosolyvarázs ceruzákat. Bízunk benne, hogy minél több vásárlónk vesz majd ilyen ceruzát, ami nemcsak kitűnő ajándék, hanem segítségükkel sok nehéz körülmények között élő vagy beteg gyerek arcára varázsolhatunk közösen mosolyt”, mondta el Iglódi-Csató Judit, a Tesco kommunikációs igazgatója.

❁ Árúadományok

A Tesco vállalati felelősségvállalási stratégiájának fontos része, hogy tevékenyen segítjük a környezetünkben élő közösségek életét. 2009-ben, ami szegénység elleni küzdelem éve volt, a korábbiaknál is több árut ajánlottunk fel a rossz anyagi körülmények között élő családok részére. 2009 októberében az Élelmezési Világnap alkalmából élelmiszer-gyűjtést szerveztünk áruházainkban stratégiai partnerünkkel, az Élelmiszerbankkal együtt. Büszkék vagyunk vásárlóinkra, akik országosan 38 tonnányi tartós-élelmiszeradománnyal támogatták a rászorulókat.

38 tonnányi élelmiszer-adomány a rászorulóknak
Budaörs, 2009. október 22.
— **Múlt hét pénteken és szombaton adománygyűjtést rendeztek az Élelmezési Világnap alkalmából a Tesco hipermarketekben. A Magyar Élelmiszerbank Egyesület által szervezett országos akció rendkívül sikeresnek bizonyult, hiszen mintegy 38 tonnányi élelmiszert ajánlottak fel a Tesco vásárlói a rászorulók részére. Az összegyűjtött adományokat több mint 80 szervezeten keresztül osztották szét országszerte.**
Október 16-án, az Élelmezési Világnapon, illetve annak másnapján mindenki segíthetett a rászorulókon, aki a Tesco hiper-

marketekben vásárolt. A Magyar Élelmiszerbank Egyesület önkéntesei ugyanis tartós élelmiszert gyűjtöttek adományként az arra rászorulóknak számára. Az akció az előző évinél is sikeresebbnek bizonyult, hiszen mintegy 38 tonna élelmiszer gyűlt össze a több mint 90 helyszínen.

Az adománygyűjtés lebonyolításában több mint ezer önkéntes vett részt országszerte. A hipermarketekben összegyűjtött adományokat a Magyar Élelmiszerbank munkatársai közvetlenül olyan, az egyes áruházakhoz közel eső intézményekhez juttatták el, mint árvaházak, családsegítő szolgálatok, anyaoththonok, alapítványi óvodák stb.

A Tesco-Global Áruházak Zrt. vállalati felelősségvállalási stratégiájának fontos eleme, hogy felelős szomszédként segítse az áruházak közvetlen környezetében élők életét. Az adománygyűjtés mellett a Tesco egy kamionnyi élelmiszert ajánlott fel a Magyar Élelmiszerbank Adománykonvoj elnevezésű akciójához is.

A következő jelentősebb adománygyűjtő akciót a Vöröskereszttel együttműködésben valósítottuk meg a karácsony előtti időszakban. Öt tonna élelmiszer, közel egymillió forint készpénz, ruhaneműk, iskolaszerek, higiénés szerek, műszaki cikkek és egyéb adományok gyűltek össze. A Vöröskereszttel meglévő stra-

tégiai együttműködésünk újabb sikeres akciót eredményezett, hiszen az adományok számos rászoruló család karácsonyát tudták szebbé varázsolni. A vásárlóink által felajánlott adományt 11 raklapnyi áruval egészítettük ki még a karácsonyi időszakban. Ez az adomány a Magyar Élelmiszerbank Egyesület közreműködésével jutott el az azt elosztó szervezetekhez. Az adományként felajánlott élelmiszerek, játékok, iskolaszerek és karácsonyi dekorációs kellékek jelentős részét a törökbálinti Vöröskereszt osztotta ki a nélkülöző családok között.

A többi adományozási program közül is kiemelkedett az az akció, amelyben az Élelmiszerbankkal és a Vöröskeresztrel együttműködésben mintegy 400 millió forint értékben ajánlottunk fel elsősorban ruhákat a rászoruló családoknak.

A 11 kamionnyi árut konvojban szállították a Tesco kamionjai a Magyar Élelmiszerbank Egyesület raktárába, amely szervezet stratégiai partnerként gondoskodott arról, hogy az adományozott áruk országos és helyi segélyszervezeteken, intézményeken keresztül eljussanak azokhoz, akiknek a leginkább szükségük van rájuk.





400 millió

400 milliós adomány a Tescótól
Budapest, 2010. február 24.

— **Eddigi legnagyobb értékű adományát adta át szerdán a Tesco Budapesten.**

Az áruházlánc mintegy tizenegy kamionnyi ruhát és egyéb terméket juttatott el a szegénység elleni küzdelem éve alkalmából a Magyar Élelmiszerbank Egyesületnek, akik stratégiai partnerként segítenek az adományok segélyszervezeteken keresztül történő hatékony elosztásában. Az Élelmiszerbank mellett a Magyar Vöröskereszt is részt

vesz abban az összefogásban, aminek köszönhetően a lehető legtöbb nélkülöző család kap majd az árukból.

A szegénység elleni küzdelem éve alkalmából minden eddiginél nagyobb értékben adott át adományokat a Tesco-Global Áruházak Zrt. szerdán. A tizenegy kamionnyi adomány elsősorban ruhaneműkből áll, így a közeljövőben számos rászoruló család örülhet majd új ruháknak. A Magyar Élelmiszerbank Egyesület munkatársai az átadást követő napokban rendszerezik az áruházlánc kifutó készleteiből származó árukat,

amiket majd nagy országos karitatív szervezetekhez és kisebb helyi intézményekhez, alapítványokhoz juttatnak el. Az adomány hatékony elosztásában részt vesz a Magyar Vöröskereszt is, amely szintén számos jótékony célú programot szervez a Tescóval közösen. Az átadáson részt vett többek között Habsburg György, a Magyar Vöröskereszt elnöke, Cseh Balázs, a Magyar Élelmiszerbank Egyesület elnöke, Antal Erzsébet, a Tesco pénzügyi igazgatója, valamint több országos segélyszervezet vezető képviselői.

A Vöröskereszttel fennálló többéves stratégiai partneri kapcsolat alapját az áruházakban rendszeresen megszervezett véradások jelentik. Az elmúlt tíz év során közel 30 000 donor több mint 12 000 liter vért adott. Mivel a Tesco egyik fő célkitűzése az egészséges életmód népszerűsítése, 2009-ben úgy döntöttünk, hogy a negyedévente megtartott, több mint egy tucat áruházra kiterjedő véradást egészségügyi szűrésekkel, tanácsadással, néhány kiemelt helyszínen további egészségmegőrző és gyermekprogramokkal egészítjük ki. A rendezvényeken egy-egy alkalommal több mint 600-an adtak vért, és összesen több ezren vették igénybe az ingyenes szűrővizsgálatokat és egészségügyi tanácsokat. Mindemellett a kiemelt helyszíneken a Coca-Cola Testébresztő programjának jóvoltából átmozgató torna, a TÉT Platform táplálkozással kapcsolatos kérdéseket megválaszoló tanácsadó sátra, valamint egyes helyszíneken a Pfizer dohányzásról való leszokást népszerűsítő sátra is várta az érdeklődőket.

A rendezvények egyértelművé tették, hogy az emberek igénylik az egészségükre való odafigyelést, még akkor is, ha maguktól nem mennek el a megfelelő szűrővizsgálatokra. Éppen ezért fontos az, hogy ezúttal bevásárlás közben mérhették meg vércukor- vagy koleszterinszintjüket – amit az

egyik alkalommal mintegy hétezeren meg is tettek. A méréseket végző Magyar Vöröskereszt munkatársainak elmondása szerint sok olyan vásárlóval találkoztak, akik igen magas koleszterin- vagy vércukorértéket mutattak, így lehetőségük nyílt arra, hogy felhívják a figyelmüket arra, hogy minél előbb keressék fel háziorvosukat a megfelelő kezelés megkezdése érdekében.



6

**A felelősségvállalási
tevékenység
irányítása**

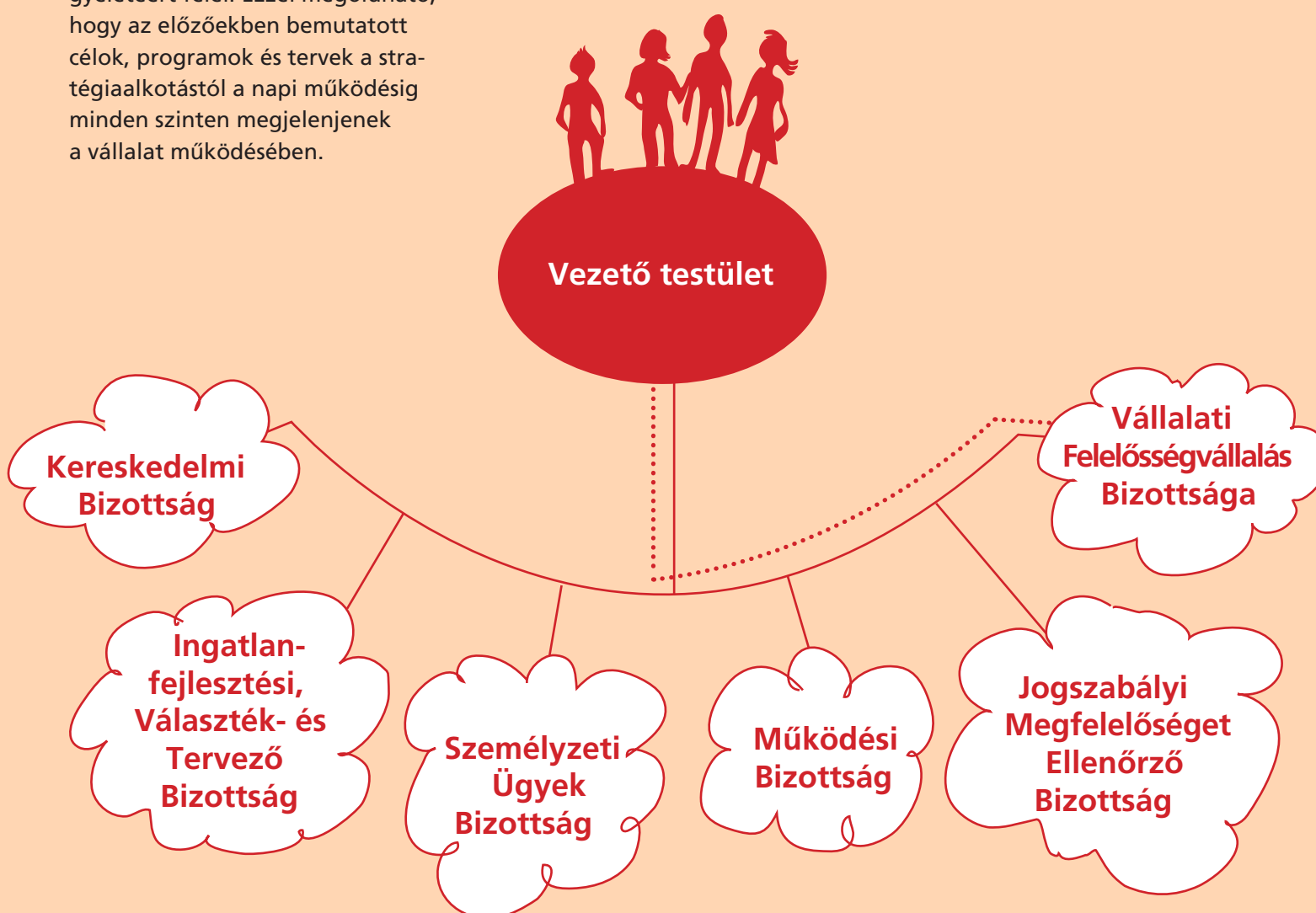
A felelősségvállalási tevékenység irányítása

6

A Tesco-Global Áruházak Zrt.-nek 99,7 százalékban az Armitage Holdings, 0,28%-ban pedig a TESCO Overseas Investment Ltd. a tulajdonosa.

Megnevezés	Összes Mft.	%
Armitage Holdings BV	127 662,8	99,72
TESCO Overseas Investment LTD.	360,0	0,28
Egyéb	0,1	0,00
Összesen	128 022,9	100,00

A vállalat irányítását ellátó testület munkáját 6 bizottság segíti. A bizottságok közül az egyik kimondottan a vállalati felelősségvállalás irányításáért és felügyeletéért felel. Ezzel megoldható, hogy az előzőekben bemutatott célok, programok és tervek a stratégiaalkotástól a napi működésig minden szinten megjelenjenek a vállalat működésében.





A Tesco nemzetközi csoport-szinten kidolgozott egy Iránytű nevű irányító eszközt, amelynek segítségével meghatározta azokat a területeket, amelyek fontosak az eredményes működés szempont-jából. Ez egy olyan több szempontú értékelési és irányítási rendszer, amely az erőforrásainkat és céljainkat 5 dimenzió köré csoportosítva egyesíti:

- a vásárló,
- a működés,
- az emberek,
- a pénzügy,
- és a közösség.

Ezek a dimenziók további szegmensekre oszlanak, amelyeken belül minden egyes vállalat konkrét célkitűzéseket, úgynevezett kulcs teljesítménymutatókat (KPI-k) határoz meg évről évre.

Az Iránytű menedzsment-eszközként szolgál a vállalatirányításban, azaz hozzájárul, hogy kiegyensúlyozottan tudjuk kezelni ez egyes fókuszterületeken felmerült kihívásokat és elvárásokat – mind a teljesítménymérés, mind a pénzügyi tervezés és a vásárlói elvárások terén. Az Iránytű így lehetővé teszi, hogy működésünk során minden érintett fél érdekeit és igényeit figyelembe tudjuk venni.

Az Iránytű része a Közösségi Terv, amely a közösség dimenzióhoz tartozó vállalati felelősségvállalás kapcsán jelöli ki a legfontosabb teendőket.

A Közösségi Terv 5 területre csoportosítja a Tesco vállalati felelősségvállalási kezdeményezéseit:

- Környezetvédelem
- Egészséges életmód
- Biztonságos, tisztességes, átlátható működés
- Munkahelyteremtés
- Helyi iskolák, civil szervezetek, közösségek támogatása

A Közösségi Tervhez kapcsolódó első kezdeményezések Magyarországon 2007-ben jelentek meg. Az adott év vállalati felelősségvállalási fókuszterületeinek kijelölésében kulcsszerepe van az úgynevezett érintetti felmérésnek. A 2008 óta minden évben Magyarországon is elvégzett kutatás során a Tesco legfontosabb érintetti csoportjainak – állami szabályozó hatóságok, kormányhivatalok, média, egyetemi kutatók, civil és fogyasztóvédelmi szervezetek, beszállítók – képviselőivel készítünk mélyinterjúkat, amelyekben feltárjuk a Tescóval kapcsolatos véleményüket, kritikáikat és elvárásaikat. A vállalati felelősségvállalási tevékenység napi szintű, operatív koordinációjáért a Vállalati kapcsolatok osztály felel. Minden vállalati felelősségvállalási projekt dedikált projektvezetővel rendelkezik, akik rendszeresen, negyedévente beszámolnak a vezetőségnek a projektek előrehaladásáról.

Nagyon fontosnak tartjuk a vállalati felelősségvállalási tevékenység átláthatóságát adó kommunikációt. Ennek érdekében vezettük be, hogy évente Vállalati Felelősségvállalási Jelentést adunk ki. Kezdeményezéseinkről rendszeresen beszámolunk belső hírlevelünkben is. Rendszeresen indulunk különféle pályázatokon is, hogy független szakértők előtt is megmérjük magunkat. 2009-ben „Best Practice” címet kaptunk a Magyar PR Szövetség által meghirdetett CSR Best Practice pályázaton. A CSR (corporate social responsibility, vállalati társadalmi felelősségvállalás) területén az egyik legrangosabbnak számító díjjal a társadalmi felelősségvállalás terén kifejtett erőfeszítéseket ismerik el immár harmadik éve. A pályázó vállalatoknak bizonyítaniuk kellett, hogy rendelkeznek kidolgozott CSR-stratégiával, felelősségvállalásuk áthatja napi működésüket és megmutatkozik az összes, általuk érintett csoporthoz fűződő kapcsolatukban. A pályázatot elbíráló zsűri 2009-ben kiemelt figyelmet fordított a dolgozók bevonására a CSR-stratégia kialakításában és a megvalósuló programokban.

7 **Vállalásaink és ezek teljesítése**

Vállalásaink és ezek teljesítése

7

2009-es terveink megvalósulása

Terület	Közösségi Terv projektek	Eredmények
Törődünk a környezettel	Folytatjuk energia- és vízfogyasztási programunkat.	Teljesült.
	Lehetővé tesszük az újrahasznosítást vásárlóinknak.	Teljesült.
	Bevezetjük az alumíniumdoboz- és PET-palack visszaváltását	Teljesült. Összesen 37 áruházban teremtettük meg a visszaváltás lehetőségét.
Segítünk vásárlóinknak az egészségesebb életmód megvalósításában	Bevezetjük a „Fitt Napok” nevű programunkat.	Teljesült. 5 településen (Mohács, Kaposvár, Veszprém, Debrecen, Budapest) szerveztünk a helyieket megmozgató sportprogramot.
	Bevezetjük „Light Choices” termék-családunkat.	Teljesült. Összesen 31 különféle terméket vezettünk be.
Mindig biztonságosan, tisztességesen és átláthatóan működünk	Elkészítjük első vállalati felelősségvállalás jelentésünket.	Teljesült. A 2008-ról szóló jelentésünk a honlapunkon olvasható.
	Javítani fogjuk átláthatóságunkat weboldalunk tartalmának fejlesztésével.	Részben teljesült. Elkészült a fejlesztési terv, keressük a megvalósítás lehetőségeit.
Munkahelyeket teremtünk	Kiterjesztjük együttműködésünket a Salva Vita Alapítvánnyal a fogyatékos emberek foglalkoztatása ügyében.	Részben teljesült. Előkészítettük a megváltozott munkaképességűek foglalkoztatását célzó Befogadó Közösség nevű programunkat, amelyet 2010-ben fogunk megvalósítani.
Támogatjuk a helyi iskolákat, civil szervezeteket és közösségeket	Helyi önkéntes programot vezetünk be kísérleti jelleggel.	Teljesült. 2 településen (Mohács és Kaposvár) szerveztük meg az Önkéntes Napot.

Terület	Egyéb projektek	Eredmények
Érintetti párbeszéd	Elindítjuk az érintetti párbeszéd projektünket.	Teljesült. 2 településen (Mohács és Kaposvár) szerveztünk helyi érintetti párbeszédet.
„Az év támogatottja” program	Folytatjuk programunkat a Procter&Gamble vállalattal közösen.	Teljesült. A program támogatottja a Mosoly Alapítvány volt.

2010-es terveink

Terület	Közösségi Terv projektek
Törődünk a környezettel	Folytatjuk energiamegtakarítási programunkat
	Folytatjuk szelektív hulladékgyűjtési programunkat
Segítünk vásárlóinknak az egészségesebb életmód megvalósításában	Folytatjuk a Tesco Fitt Napok elnevezésű programunkat
Mindig biztonságosan, tisztességesen és átláthatóan működünk	Bevezetjük Regionális Beszállítói Fórum programunkat
	Folytatjuk helyi Érintetti Bevonás programunkat
Munkahelyeket teremtünk	Kiterjesztjük a megváltozott munkaképességűek foglalkoztatására irányuló programunkat
Támogatjuk a helyi iskolákat, civil szervezeteket és közösségeket	Bevezetjük a közösségi nagykövet szerepkört az áruházakban
	Kiterjesztjük Önkéntességi Programunkat

A jelentésről

A jelentés a Tesco 2009-2010-es üzleti évről számol be, amely 2009. március 1-jétől 2010. február 28-ig tartott. Legutóbbi, a 2008-2009-es üzleti évre vonatkozó jelentésünket 2010 áprilisában adtuk ki. Terveink szerint a jövőben évente beszámolunk tevékenységünk társadalmi és környezeti vonatkozásairól.

A jelentésben kizárólag a Tesco magyarországi működésével összefüggő adatokról és kezdeményezéseiről számoltunk be.

A jelentés összeállításánál a gazdasági, társadalmi és környezeti fenntarthatóság szempontjából legfontosabb témaköröket vettük figyelembe, amihez felhasználtuk az érintettjeinktől az évenként megismételt érintetti felmérés során kapott visszajelzéseket is. Az adatokat az összehasonlíthatóság érdekében igyekeztünk három évre visszamenőleg megadni, ahol ezek rendelkezésre álltak. Az adatok számítási módszerében az előző évekhez képest nem történt változás.

A szén-dioxid-kibocsátási adatok kiszámításában az alábbiak szerint jártunk el.

1. Energiafelhasználás

a) Villamosenergia-felhasználás – az adatok nyilvántartása az energiaszámlák alapján történik. A felhasználási adatok és a fajlagos kibocsátási értékek figyelembevételével számoljuk az eredő CO₂-mennyiséget

b) Gázfelhasználás – az adatok nyilvántartása az energiaszámlák alapján történik. A felhasználási adatok és a fajlagos kibocsátási értékek figyelembevételével számoljuk az eredő CO₂-mennyiséget

c) Távhőfelhasználás – az adatok nyilvántartása az energia-számlák alapján történik. A külső szolgáltatótól vásárolt távhőt átszámítjuk gázegyenértékre (hatásfok figyelembevételével), majd az eredő CO₂-mennyiséget az így meghatározott gázmennyiségből számoljuk.

d) Dízelüzemanyag-felhasználás – a tartalék áramfejlesztők dízelüzemanyag felhasználását és a fajlagos kibocsátási értékeket figyelembe véve számoljuk ennek CO₂ egyenértékét

2. Szállítás, közlekedés:

a) Áruszállítás – a központi raktárak nyilvántartása alapján megadott üzemanyag-felhasználást vesszük figyelembe. Ebből számítjuk üzemanyagtípus függvényében a kibocsátást.

b) Cégesautó-használat – a Flotta Management nyilvántartása alapján felhasznált üzemanyag mennyiségét vesszük figyelembe. Ebből számítjuk üzemanyagtípus függvényében a kibocsátást.

c) Üzleti utak: (repülő, vonat stb.) – Az Eszközbeszerzés/utazási osztály adatai alapján, a megtett távolság és a fajlagos kibocsátási értékek figyelembevételével.

3. Hűtőgázok CO₂-egyenértéke:

a) A különböző hűtőgázok utántöltési adatait a Fenntartási osztály nyilvántartása szerint (számlák alapján) vesszük figyelembe. Ebből számítjuk a (különböző hűtőgázokhoz tartozó CO₂-egyenértékek (GWP) figyelembevételével) a kibocsátást.

A fenti adatokból különböző fajlagos mutatókat számítunk, ezek segítségével követjük a CO₂-kibocsátásunk változását.

A számítás, nyilvántartás módját független környezetvédelmi szervezet (ERM) ellenőrzi, auditálja. A számításokhoz az általuk megadott fajlagos kibocsátási értékeket vesszük figyelembe.

Munkavállalói adatok

A pénzügyi év végén állományban lévő munkavállalók létszáma

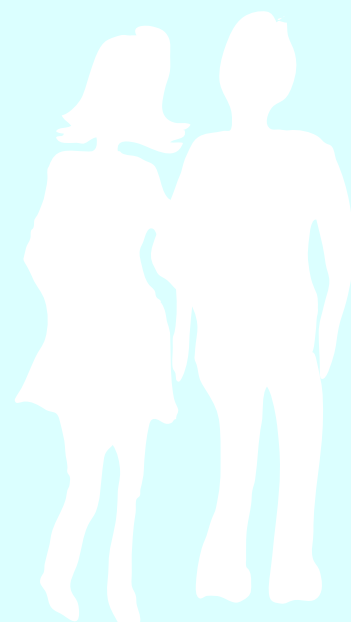
Pénzügyi év végi létszám	Teljes munkaidős	Rész-munkaidős	Nyugdíjas	Aktív	Inaktív (kismama, 30 napnál hosszabb tartós betegség)	Összesen	Létszám növekedése (az előző évi azonoshoz viszonyítva)
2007.02.28	15 546	2595	381	18 522	1642	20 164	
2008.02.29	15 835	2392	400	18 627	1655	20 282	118
2009.02.28	17 060	2345	442	19 847	1709	21 556	1 274
2010.02.28	17 355	2506	356	20 217	1879	22 096	540

Átlagos állományi létszám teljes munkaidős létszámra (FTE) átszámolva

Pénzügyi év végi	Létszám	Létszám-növekedés (az előző évhez viszonyítva)	Átlagos éves (naptári év)	Létszám	Létszám-növekedés (az előző évihez viszonyítva)
2007.02.28	N/A		2007	19 027	
2008.02.29	18 984		2008	19 756	729
2009.02.28	20 242	1258	2009	20 481	725
2010.02.28	20 583	341	2010	20 728	247

Éves átlagos állományi létszám régiókra lebontva (2009-es naptári év)

Régió	Átlaglétaszám
Közép Magyarország	7 680
Közép-Dunántúl	2 378
Nyugat-Dunántúl	2 415
Dél-Dunántúl	1 850
Észak-Magyarország	1 932
Észak-Alföld	1 569
Dél-Alföld	2 657
Összesen	20 481



Új áruház nyitások és így létrehozott új munkahelyek száma, területi bontásban

	Baranya	Borsod-Abaúj-Zemplén	Buda-pest	Csongrád	Fejér	Hajdú-Bihar	Jász-Nagykun-Szolnok	Pest	Somogy	Szabolcs-Szatmár-Bereg	Vas	Összesen
2009-10-ben nyílt boltok száma	2	1	13	1	1	2	1	3	2	1	2	29
Pénzügyi év végén állományban lévők száma	183	14	275	17	92	229	17	337	188	18	111	1481

Nemek szerinti megoszlás formátumonként

	Férfi %	Nő %
Teljes Tesco	32,24%	67,76%
Központi iroda	40,68%	59,32%
Logisztikai központok	57,59%	42,41%
Kis formátumú boltok	22,12%	77,88%
Hipermarketek	30,30%	69,70%

(Teljes létszám alapján)

Nemek szerinti megoszlás – Közép- és felső vezetők

	Férfi	Férfi %	Nő	Nő %	Összesen
Áruház-igazgatók	68	62,4%	41	37,6%	109
Központi irodai középvezetők	44	60,3%	29	39,7%	73
Központi irodai felső vezetők	19	90,5%	2	9,5%	21

A vezetőség nem és életkor szerinti összetétele

	2008	2009-10
Nem – nők aránya	11% (1/9 fő)	29% (2/7 fő)
Kor (30-40 és 40-50 közöttiek, 50<)	3 fő 30-40 közötti, és 6 fő 40 feletti	1 fő 30-40 közötti, 6 fő 40-50 közötti
Külföldiek aránya	55% (5/9 fő)	71% (5/7 fő)

Életkor és nemek szerinti megoszlás

	Férfi	Férfi %	Nő	Nő %	Összesen
<25 év	1607	41,8%	2238	58,2%	3 845
25-40 év	3963	38,7%	6285	61,3%	10 248
>40 év	1806	26,2%	5097	73,8%	6 903

Aktív munkavállalók sokfélesége

Aktív munkavállalók csoportjai	%
Teljes munkaidős	81,4%
Részmunkaidős	10,7%
Nyugdíjas	1,7%
Gyes mellett dolgozó	0,9%
Tanuló	4,1%
Megváltozott munkaképességű	1,1%

Részvételi óraszámok a képzéseken

Óraszám	Szakmai képzések		Készségfejlesztő tréningek		Összes oktatás és képzés részvételi óraszám	
	Bevezető, munkakörhöz kapcsolódó szakmai, tárgonca, változásokhoz kapcsolódó szakmai, karrierprogramok, gyakornokképzés		Angol, IT, vezetői tréningek, készségfejlesztő tréningek			
Vállalati egység ▼	2008	2009	2008	2009	2008	2009
Központi Iroda			110 400	50 296	110 400	50 296
Kiskereskedelem	376 380	720 405	263 304	96 912	639 684	817 317
Disztribúció	28 208	30 238			28 208	30 238
TOTAL	404 588	750 643	373 704	147 208	778 292	897 851

Egy főre jutó átlagos képzési óraszám

1 főre jutó átlagos éves óraszám	Szakmai képzések		Készségfejlesztő tréningek		Összes oktatás és képzés – 1 főre jutó átlagos éves óraszám	
	Bevezető, munkakörhöz kapcsolódó szakmai, targon- ca, változásokhoz kapcsolódó szakmai, karrierprogramok, gyakornokképzés		Angol, IT, vezetői tréningek, készségfejlesztő tréningek			
Vállalati egység ▼	2008	2009	2008	2009	2008	2009
Központi Iroda	0	0,0	100	45,6	100	45,6
Kiskereske- delem	24	40,4	17	5,4	40	45,8
Disztribúció	19	19,6	0	0,0	19	19,6
TOTAL	22	36,7	20	7,2	42	43,8

Országos Horizont vizsgálati eredmények kérdéscsoportonkénti bontásban 2009 és 2010 évi felmérésből

KÉRDÉSCSOPORTONKÉNTI EREDMÉNYEK	Országos eredmény 2009	Országos eredmény 2010
Hogy érzed magad a Tescónál	53	58
Bízunk egymásban, tiszteljük egymást	55	59
Vezetőmtől megkapok minden támogatást, hogy jobban végezhessem a munkám	68	70
Mennyire érdekes a munkám	65	67
Megelégedettség	39	51
Tesco-Értékek	60	65
Változások	53	67



Környezetvédelmi adatok

Közvetlen energiafelhasználás elsődleges energiaforrások szerinti bontásban

Megnevezés	m. e.	2007.	2008.	2009.
Földgáz	kWh	136 800 460	142 362 011	166 790 161
Gázolaj (teherautók)	liter	9 608 803	11 149 035	11 460 131
Gázolaj (generátorok)	liter	39 375	39 374	38 520
Benzin (autók)	liter	406 629	194 780	166 411
Dízel (autók)	liter	1 042 189	1 339 729	1 456 222
Elektromos áram	kWh	295 637 221	301 319 648	288 229 383
Napelem	kWh	3 924	33 601	141 774
Napkollektor	kWh	75 000	225 000	618 100

Összes szén-dioxid-kibocsátás

Források	2007.		2008.		2009.	
	(tonna CO ₂)	%	(tonna CO ₂)	%	(tonna CO ₂)	%
Villamos energia	100 221	51	100 693	50	97 662	47%
Hűtőgázok	39 913	20	39 705	20	43 286	21%
Szállítási üzemanyag	25 376	13	29 427	15	30 243	15%
Földgáz	25 308	13	26 337	13	30 856	15%
Céges autók, üzleti utak	3 964	2	4 174	2	4 394	2%
Összesen	194 782	100	200 336	100	206 442	

Egységnyi eladótérre vetített szén-dioxid-kibocsátás (karbon-intenzitás) és földgázfelhasználás

Megnevezés	2007.	2008.	2009.
Karbon-intenzitás területre vetítve (kgCO ₂ /m ²)	408	376	345
Kibocsátásintenzitás változása 2006-éhoz képest	-3,2%	-10,3%	-17,7%
Földgázfelhasználás (kWh/m ²)	290,25	268,75	282,12

Hulladék mennyisége, kg

Megnevezés	2007	2008	2009
étel- és étkezdei hulladék	197 927	133 446	139 973
fogyasztásra vagy feldolgozásra alkalmatlan anyagok	402 979	3 014 206	3 220 128
szerves hulladék	32 866	11 741	45 910
szervetlen hulladékok	-	-	7 184
papírcsomagolási hulladék	14 756 838	16 206 541	18 424 377
műanyag-csomagolási hulladék	1 114 346	1 225 198	1 730 001
facsomagolási hulladék	1 653 997	2 809 130	3 219 793
egyéb csomagolási hulladék	28 060	72 810	67 518
veszélyes hulladék	-	-	884 518
veszélyes anyagokat tartalmazó hulladék (pl. motorolaj, iszap, szűrőanyag stb.)	1 310 551	81 371	316 178
PET műanyag hulladék	-	450	472 103
egyéb hulladék (pl. föld, kövek)	100	-	3 053
Összesen	19 497 664	23 554 893	28 530 736

Tesco-Global Áruházak Zrt.

Központ: 2040 Budaörs,
Kinizsi út 1-3.

Örömmel várjuk hozzászólásait,
véleményüket a következő
címekre:

Benkó Zsuzsanna

Postacím:

2040 Budaörs,
Kinizsi út 1-3.

Email:

Benko_Zsuzsanna@hu.tesco-europe.com

Köszönjük a jelentés elkészítésében
közreműködő munkatársaink segítségét!

Kiadó: Tesco-Global Áruházak Zrt.,
2040 Budaörs, Kinizsi út 1-3.

Felelős kiadó: a Tesco-Global Áruházak Zrt.
kommunikációs igazgatója



TESCO