SPAR 2010

SPAR 2010

3	új SPAR szupermarket nyitása
57	üzlet teljes átépítése
151	SPAR-település
399	SPAR üzlet
1000	szállítópartner
13 390	munkatárs
399 530	m^2 eladótér
2 000 000	SuperShop kártyatulajdonos
160 000 000	vevőkontakt
381,32 milliárd	forint forgalom

A SPAR Magyarországon

A SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft. 1990-ben alakult.
A cégcsoport első SPAR üzletét Tatán nyitotta meg 1991-ben.

A tevékenység első éveinek áruház-átalakításait és üzlethálózat-vásárlásait új üzletnyitások sora követte, közöttük ún. zöldmezős beruházások is. A hálózatbővítés jelentős lépése volt a 2002 végén átvett tizennégy Billa üzlet SPAR-rá történő alakítása, valamint a huszonkét Kaiser's szupermarket 2003-as megvásárlása. A SPAR történetének legnagyobb akvizícióját 2008-ban hajtotta végre, amikor átvette a Magyarországon működő teljes Plus hálózatot, és év végén a Plus Kft. beolvadt a SPAR Magyarország Kft-be.

A hálózatbővüléssel párhuzamosan folyamatos a vállalat régebbi egységeinek felújítása, korszerűsítése is.

A magyarországi SPAR üzleteinek áruellátásáról a központi logisztikai egységek gondoskodnak. Az első ilyen létesítmény az 1994 óta üzemelő és a hálózattal együtt folyamatosan bővülő és korszerűsödő bicskei raktárbázis épületegyüttese, amely helyet ad a társaság adminisztratív központjának is. A cégcsoport növekedése szükségessé tette a logisztikai háttér további jelentős bővítését, amelynek eredményeként 2008-ban megnyílt a SPAR második logisztikai egysége a Pest megyei Üllőn. 2005-ben – ugyancsak a bicskei központhoz kapcsolódóan átadták a SPAR saját húsfeldolgozó üzemét.

A SPAR név a vállalat működésének eredményeként – a vásárlói vélemények által is visszaigazoltan – egygyé vált a magas színvonalú, minden tekintetben minőségi szolgáltatást nyújtó kereskedelem fogalmával. A SPAR az ország egyik vezető élelmiszer-kereskedelmi láncaként 2010 végén 399 egységével 151 településen volt jelen.

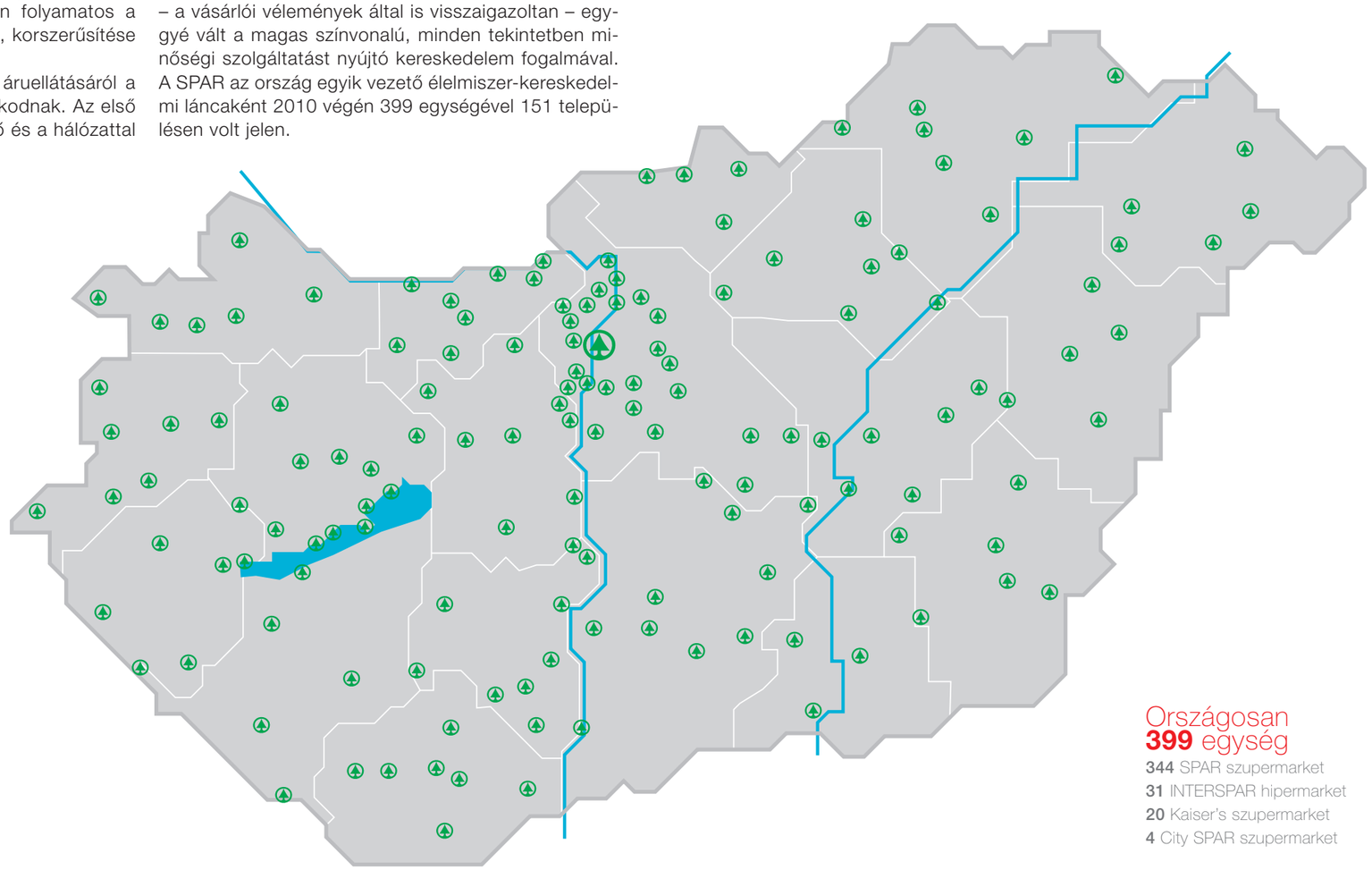
A SPAR MAGYARORSZÁG KFT. IGAZGATÓSÁGÁNAK TAGJAI

Feiner Péter
ügyvezető igazgató,
az igazgatóság elnöke
- Belső ellenőrzés • Finanszírozás
- Jogügy • Kommunikáció
- Marketing • Termékfejlesztés

Kiss Judit
ügyvezető igazgató
- Humánerőforrás • Informatika
- Logisztika • Minőségirányítás
- Számvitel/Kontrolling
- Szervezés • Titkárság

Csiba Gábor
ügyvezető igazgató
- Expanzió • Értékesítés
- Húsüzem

Saltzer Kornél
ügyvezető igazgató
- Beszerzés
- Akciómenedzsment



Országosan
399 egység
344 SPAR szupermarket
31 INTERSPAR hipermarket
20 Kaiser's szupermarket
4 City SPAR szupermarket

A SPAR a világban

A SPAR-t 1932-ben, a hollandiai Zoetermeer-ben alapította egy Adriaan van Well nevű kereskedő.

A cég önálló nagy- és kiskereskedők kereskedelmi láncba szerveződött szabad társulása volt, annak a vezérgondolatnak a jegyében, hogy „egyetértő együttműködés által mindenki folyamatosan profitáljon".

A holland jelmondat (Door eendrachtig samenwerken profiteren allen regelmatig) szavainak kezdőbetűi a DE SPAR betűszót adják ki, ami hollandul fenyőt jelent. Ezért választotta a SPAR logójának a fenyőt, amely az évek során együtt változott a SPAR-lánc fejlődésével.

A sikeres hollandiai működés példája nyomán az ötvenes évektől kezdve elterjedt a modell előbb Európában, majd a többi kontinensen is. Így a SPAR nemzetközi áruházlánc 2010-ben négy kontinens 34 országára terjedt ki, több mint 12 ezer különféle méretű egységgel, és mintegy 6 millió m^2 eladótérrel. Ezzel a SPAR ma a világ legnagyobb önkéntes alapon szerveződött kereskedelmi lánca, amely döntően kiskereskedők franchise típusú szerveződéseként, ugyanazon a néven és egységes logóval, de nem multinacionális alapon tevékenykedik.

A SPAR Austria AG tulajdonosi körébe tartozó magyarországi SPAR működését a szlovéniai, csehországi, olaszországi és horvátországi SPAR szervezetekkel együtt az Austria SPAR International AG (ASPIAG) koordinálja.

TARTALOM

4 SPAR üzlettípusok

5 A SPAR ügyvezetése

7 A 2010-es üzleti év

8 Hálózatfejlesztés

12 Magyar termékek

14 Élelmiszerbiztonság

15 SPAR húsüzem

16 SPAR-márkatermékek

18 A vásárlók hűségéért

20 Innováció

22 Oktatás

24 Felelős vállalat

SPAR ÜZLETTÍPUSOK

CITY SPAR

INTERSPAR

KAISER'S SZUPERMARKET

SPAR SZUPERMARKET

Feiner Péter,
ügyvezető igazgató,
az igazgatóság elnöke

„Mindig azt vallottam, hogy a nehézségeket, változásokat nem csapásnak, hanem kihívásnak kell tekintenünk, keresve a minél ötletesebb megoldásokat, törekedve a legeredményesebb, leghatékonyabb gazdálkodásra. Büszke vagyok arra, hogy a SPAR 2010-ben a kedvezőtlenebb gazdasági feltételek között is megőrizte erős piaci pozícióját és versenyképességét.”

Kiss Judit,
ügyvezető igazgató

„Sikereink forrását munkatársaink jelentik. 2010-ben is sokat tettünk a humánpolitika terén, biztosítva munkavállalóink anyagi és erkölcsi megbecsülését. Munkánk fontos és sikeres területe folyamatos képzésük és az utánpótlás nevelése. A munkatársak iránti felelősség mellett a társadalmi szerepvállalás is a SPAR üzletpolitikájának szerves részévé vált.”

Csiba Gábor,
ügyvezető igazgató

„Üzleteink a mi márkáink. A SPAR minőségi kereskedelmi tevékenységével összhangban, külső megjelenésükben és belső kialakításukban egyaránt korszerű, igényes üzletekkel várja vásárlóit. A nagyléptékű hálózatbővülés együtt jár a régebbi egységek folyamatos felújításával. 2010-ben további 57 üzletünket modernizáltuk SPAR normák szerint.”

Saltzer Kornél,
ügyvezető igazgató

„2010-ben az üzletpolitikánk egyik meghatározó eleme a magyar termékek és a hazai szállítók előnyben részesítése volt. Közel ezer szállítónkkal tisztességes, egyenrangú partneri viszonyt alakítottunk ki. Fő célunk, hogy a vásárlókat választékban gazdag, megbízható forrásból származó, garantáltan ellenőrzött, kiváló minőségű élelmiszerekkel szolgáljuk ki.”

„ A SPAR sikerét az elkötelezett, szakmailag képzett munkatársak jelentik. “

SPAR – stabil piaci pozíció

A SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft. a gazdasági helyzet kihívásai ellenére 2010-ben is megőrizte erős piaci pozícióját és versenyképességét úgy, hogy jelentős mértékű hálózatkorszerűsítést is végrehajtott.

A cégcsoport 2010-es forgalma 381,32 milliárd forintot tett ki, amellyel a vállalat az árbevétel alapján, az egy tulajdonosi körhöz tartozó cégek között a második helyet foglalta el az élelmiszer-kereskedelmi láncok rangsorában. A 2010-es forgalom kis mértékben – 4,04%-kal – elmaradt a 2009-estől. Ez egyrészt a fogyasztás szűküléséből fakad, másrészt összefüggésben áll az átépítések miatti korszerűsítési folyamattal, ami az érintett üzletek hosszabb-rövidebb idejű zárva tartásával járt együtt.

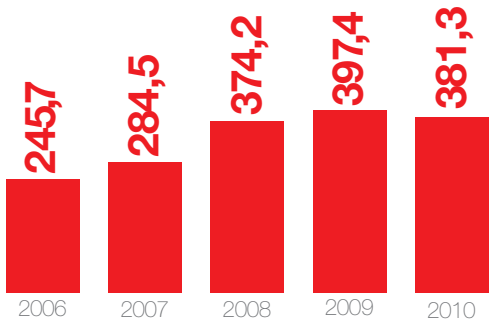
Minőségi fejlődés

Az elmúlt évben 57 korábbi Plus üzlet teljes átépítése történt meg, amelyek bolti megjelenésben, választékban és szolgáltatásokban is a SPAR-tól megszokott magas minőséget nyújtják. 2010-ben 3 új szupermarket nyitására is sor került (Újfehértó, Kazincbarcika, Martfű). Az év folyamán megújult a tatabányai INTERSPAR és az egri SPAR szupermarket is. Év végén így a SPAR üzlethálózata 399 egységből állt, amelyből 368 a szupermarketek, 31 pedig az INTERSPAR hipermarketek száma. A SPAR, a Kaiser's, az INTERSPAR és a City SPAR üzletek teljes eladótér-mérete 399 530 m^2–t tett ki.

Több mint 13 ezer munkatárs

A SPAR sikerét az elkötelezett, szakmailag képzett munkatársak jelentik. A cégcsoport aktív dolgozói létszáma 2010 végén 13 390 főt tett ki, amellyel a vállalat az ország egyik legnagyobb munkaadója volt. A SPAR minden munkavállalójának stabil, jogtiszta munkahelyet biztosít, utánuk minden adó és járulék befizetésre került.

TÉNYEK 2010



Évenkénti forgalom (milliárd forint)

Üzlettípus	Üzletek száma (db)	Eladótér nagysága (m^2)
INTERSPAR	31	132 160
SPAR	348	240 926
Kaiser's	20	26 444
Összesen	**399**	**399 530**

Dolgozói létszám: **13 390 fő**

2010: a hálózatkorszerűsítés éve

A SPAR üzletpolitikájára megalakulása óta a folyamatos hálózatbővítés és a minőségi megújulás jellemző.

E növekedés nagy kihívást is jelentő fejezete a 2008-ban megvásárolt 177 Plus diszkont üzlet teljes értékű SPAR szupermarketekké történő gyorsütemű átalakítása. Így 2010-ben a fejlesztési hangsúly az átvett üzletek megújítására helyeződött. Emellett három újépítésű SPAR szupermarket is átadásra került és megújult az egri szupermarket, valamint a tatabányai INTERSPAR áruház is.

Diszkontokból modern szupermarketek

A SPAR történetének legnagyobb akvizícióját 2008-ban hajtotta végre, amikor átvette a Magyarországon működő teljes Plus hálózatot, és a Plus Kft. beolvadt a SPAR Magyarország Kft-be. A 2009-es arculatváltást követően megkezdődött az üzletek jelentősebb mértékű átalakítása, amely 2010-ben 57 további egységet érintett.

Az átépítés elsődleges célja a SPAR szupermarketekre jellemző áruválaszték és kényelmes, vevőbarát vásárlási körülmények kialakítása volt. Az üzletek külsőleg és belsőleg is megváltoztak, attraktívabbak lettek, többszörösére bővült a termékválasztékuk is.

A SPAR áruházak egyik erősségét a gazdag és kiváló minőségű frissáru-kínálat jelenti, így a cégcsoport a 2010-ben megvalósított hálózatkorszerűsítésének fókuszába is a frissáru-területeket helyezte. Az átépíté-

sek során a friss hús, a csemege, a pékáru és a zöldség-gyümölcs részlegek kiemelt szerepet kaptak.

A modernizált üzletekben az alapterülettől függő szortimentbővítés mellett a legjelentősebb változtatás a látványpékség kialakítása, az új modern kenyérállványok és az adagolók beállítása, a hús, a baromfi és az előrecsomagolt sajttermékek fali hűtőkben történő elhelyezése, valamint a SPAR szupermarketekre jellemző látványos zöldség-gyümölcs kihelyezés volt. A legtöbb átalakított üzletben a vásárlók nagy megelégedésére friss hús-, csemege- és sajtpult is kialakításra került.

Az áruházak adottságait figyelembe véve több egységben grilltermékekkel, hidegkonyhai készítményekkel és cukrászati termékekkel is bővült a választék. Néhány üzletben olyan helyben készített, friss, azonnal fogyasztható ún. kényelmi (convenience) élelmiszerek is bevezetésre kerültek, mint a zöldség-, gyümölcssaláták és szendvicsek.

A vásárlók kedvezően fogadták a szupermarketekben tapasztalt változásokat, örültek a széles választéknak, a modern boltberendezésnek és különösen a kedvező áraknak.

„Az átépítések során a friss hús, a csemege, a pékáru és a zöldség-gyümölcs részlegek kiemelt szerepet kaptak.“

A SPAR régebbi egységei is megújultak

A cégcsoport fontosnak tartja a régebben üzemelő SPAR és INTERSPAR egységek felújítását is.

2010-ben sor került az 1996-ban megnyitott egri, Sas utcai SPAR szupermarket korszerűsítésére és a tízéves tatabányai INTERSPAR áruház átalakítására is.

Megszépült az egri szupermarket

A modernizálás nyomán a látványában is megújult szupermarketben kibővült látványpékséggel, modern boltberendezéssel, új pultokkal, több kasszával, megszépült zöldség-gyümölcs részleggel, helyben sütött grill áruválasztékkal, és convenience kínálattal találkozhatnak a vásárlók.

Az üzlet felújításával a SPAR 18 új munkahelyet teremtett a városban.

Mindent egy helyen, kényelmesen a tatabányai INTERSPAR-ban!

A 4415 m^2-es eladóterű tatabányai INTERSPAR áruház megújításával a kényelmesebb vásárlási körülmények biztosítása volt a cél, megtartva a megszokott színvonalas kereskedelmi szolgáltatásokat.

Az üzlet teljes belső átalakításon esett át: a burkolatcserén és a festésen kívül modern berendezések, új polcok és bútorelemek kaptak helyet az áruházban. A megújított energiatakarékos világítási rendszer kihangsúlyozza a bolti design korábbitól eltérő, üde színvilágát, amely kellemes hangulatot teremt az eladótérben.

Az áruház átalakításának egyik legfőbb jellemzője, hogy a választék áruvilágok szerint került felosztásra. A bejárat közvetlen közelében kaptak helyet a kozmetikai cikkek és az akciós termékek, ezeket követik a nem élelmiszerjellegű áruféleségek, a friss termékek pedig mind egy helyen, az áruház középső részén találhatók. Az új elrendezésnek köszönhetően a vásárlók szempontjából előnyösebbé vált az üzlet.

Kibővült a termékválaszték is, így például az önkiszolgáló pékség 150 féle, helyben sütött, friss péksüteményével minden vásárlói igényt kielégít.

A gyorsabb bevásárlás érdekében a zöldség-gyümölcs osztályon az áruk mérlegelése önkiszolgálóvá alakult. Itt a vásárlók a naponta szállított, többségében magyar termelőktől beszerzett, kiváló minőségű friss zöldségek és gyümölcsök közül válogathatnak.

A változtatások eredményeként a tatabányai áruházban a vásárlók szebb, kényelmesebb környezetben intézhetik napi és nagyobb bevásárlásaikat.

Új szupermarketek a keleti régióban

2010-ben a SPAR-csoport zöldmezős beruházás keretében három újépítésű, modern SPAR szupermarketet nyitott Újfehértón, Kazincbarcikán és Martfűn.

Az újfehértói és martfűi áruházak a város első SPAR üzletei. A kazincbarcikai SPAR szupermarket a város második SPAR egységeként nyitott meg.

Az új üzletek 900-1000 m^2-es eladóterükkel a vállalat szupermarket-hálózatának legkorszerűbb tagjai közé sorolhatóak, magas szinten nyújtva a SPAR-ra jellemző vásárlói előnyöket. Az üzletek választékában több ezer árucikk szerepel, melyek közül ki kell emelni a gazdag frissárukínálatot ugyanúgy, mint a kiváló minőségű, kedvező árú SPAR-márkatermékeket. Az új egységek könnyű megközelíthetőségükkel, ingyenes parkolóikkal, kényelmes és áttekinthető eladóterükkel és magas színvonalú szolgáltatásaikkal gyors, vevőbarát környezetet biztosítanak.

Az új SPAR szupermarketek megnyitásával a vállalat hozzájárult a települések fejlődéséhez, munkahelyek teremtéséhez és a lakosság színvonalas ellátásához.

SPAR-ÉRTÉKEK

Modern, igényes kialakítású bolthálózat
Keresett hazai és világmárkák széles választéka
Különösen gazdag frissárukínálat
Kiváló minőségű, olcsó SPAR-márkatermékek
Kedvező árak, rendszeres akciók
SuperShop program, különleges hűségakciók
Folyamatosan képzett, udvarias bolti személyzet
Korrekt, egyenrangú viszony a partnerekkel
Nagyfokú társadalmi szerepvállalás
Átlátható, jogkövető foglalkoztatás-, és üzletpolitika

A mi Magyarországunk, a mi SPAR-unk!

Fókuszban a magyar termékek!

A SPAR-csoport 2010-es kommunikációjában központi helyet kapott a magyar termékek népszerűsítése.

A SPAR évek óta elkötelezett a magyar termékek, a magyar gazdálkodók iránt, áruválasztékában döntően hazai áruk találhatók. A cégcsoport folyamatosan keresi az együttműködést a magyar termelőkkel, gyártókkal, érdekképviseleti szervezetekkel.

Az elmúlt években a vállalatnak több olyan kezdeményezése is volt, amely a magyar termékek fontosságát hangsúlyozta és hazai áruk vásárlására ösztönzött. Ilyen volt – egyebek mellett – a Baromfi Termék Tanáccsal a „Magyar baromfi” védjegyhasználattal kísért, kizárólag hazai baromfitermékek forgalmazására kötött megállapodás, az Agrármarketing Centrum által gondozott „Kiváló Magyar Élelmiszer” védjegyes termékek népszerűsítésén alapuló, vagy a magyar zöldség-gyümölcs termékek fogyasztásösztönzését célzó, a FruitVeb Magyar Zöldség-Gyümölcs Szakmaközi Szervezet és Terméktanáccsal kialakított együttműködés.

A cégcsoport megtisztelő elismerésben részesült 2009 novemberében. A vállalat a beszállítók körében végzett titkos szavazás alapján elnyerte a Magyar Termék Nonprofit Kft. által életre hívott „Az év magyar árukért elkötelezett kereskedője” díjat.

”A mi Magyarországunk, a mi SPAR-unk” kampány

A SPAR Magyarország Kft. a vásárlók igényeinek figyelembe vételével az előzmények szerves folytatásaként, 2010-ben átfogó kampányt indított „A mi Magyarországunk, a mi SPAR-unk” szlogennel. A kampány célja a magyar gyártók és termelők, illetve termékeik népszerűsítése, valamint a vásárlók számára megbízható forrásból származó, kiváló minőségű élelmiszerek biztosítása volt.

A kampány keretében az év során sok kisebb vállalkozás és nagyobb termelőcég által gyártott, a SPAR üzlethálózatában kínált kiváló minőségű, és a magyar hagyományokat, ízlésvilágot képviselő termék került bemutatásra. Ezek a termékek igen népszerűek voltak a vásárlók körében. Ezt a forgalom számottevő növekedése is jelezte.

Magyar tájegységek ízei a SPAR-nál

A magyar termékeket népszerűsítő kampánnyal párhuzamosan 2010-ben a SPAR beszállítói partnertalálkozókat szervezett a dunántúli, az alföldi, az észak-magyarországi régió kistermelőivel, gazdáival. A találkozókkal a vállalat célul tűzte ki, hogy a kiváló minőségű, de kisebb mennyiségben termelt magyar élelmiszerek, kis helyi termelők és gyártók is piacra léphessenek a SPAR üzletein keresztül. A három helyszínen – Sümegen, Mezőkövesden és Sarlóspusztán – megrendezett események eredményeképpen számos beszállítói megállapodás született. Ezeknek köszönhetően több SPAR-áruház polcán megjelentek a helyi lakosság által közkedvelt, jellegzetes termékek: tészták, borok, pálinkák, pékáruk, húsáruk.

„Makói piac” a SPAR üzletekben

A SPAR-csoport üzleteiben 2010 augusztusától igazi különlegesség fogadta a vásárlókat: a hagyományos makói piac hangulatát idéző, fából készült kínáló pultokon eredeti makói termékek kaptak helyet. A makói piac ötletét és aktualitását a 2010-ben uniós oltalmat kapott makói hagyma adta, kiegészülve a tájegységre jellemző egyéb zöldségfélékkel. Indulásként a tájkörzetből származó vöröshagymából, fokhagymából, petrezselyemgyökérből és lilahagymából válogathattak a vásárlók. Az árut a makói hagymatermelők által napjainkban is használt, hántolatlan fűzvesszőből készült kosarakból lehetett elvenni. A látványos „Makói piac” kialakítása a SPAR üzleteiben kitűnően szemlélteti, hogy a modern kereskedelem és a hagyományápolás jól kiegészítik egymást.

Élelmiszerbiztonság felsőfokon

A SPAR az általa forgalmazott teljes termékszortimentben az élelmiszerbiztonságra helyezi a hangsúlyt, csak megbízható forrásból származó termékek kerülhetnek üzletei polcaira.

A SPAR minőségirányítási osztálya független és akkreditált partnerlaboratóriumokban, valamint a saját húsüzemében évente többször végeztet ellenőrzéseket a forgalmazott vagy előállított termékek minőségére vonatkozóan.

A vállalat elvárja a beszállítóitól, hogy a jogszabályi minimumon túl olyan minőségirányítási és/vagy élelmiszerbiztonsági rendszereket tartsanak fenn, amelyek az átadott termékeket kiemelik és megkülönböztetik a hasonló, forgalomban lévő termékektől. A SPAR a követelmények teljesülésének ellenőrzését a gyártóknál a cégek auditálásával kezdi, amelyet saját kollégák vagy alvállalkozók bevonásával végez. A SPAR-csoport elvárja továbbá, hogy termékszállító partnerei olyan nyomonkövetést biztosítsanak, amellyel bármikor naprakész információt tudnak adni számukra.

A szállító és az üzletek között kialakított logisztikai lánc – amely magában foglalja a SPAR két korszerű rendszerben működő logisztikai raktárát is – biztosítja a termékek állagmegőrzését, illetve az élelmiszerek biztonságát.

Integrált irányítási rendszer a SPAR-nál

A SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft. 2009 decemberétől az SGS – a világ vezető tanúsító szervezeteinek egyike – által tanúsított integrált irányítási rendszert (IIR) működteti. Ennek a rendszernek két eleme az ISO 9001:2008-as szabvány szerinti minőségirányítási és a HACCP elvek szerinti élelmiszerbiztonsági rendszer.

A SPAR a minőség és biztonság melletti elkötelezettségét nemcsak beszállítóitól várja el, hanem önmagával szemben is magas minőségi követelményeket támaszt, amelyeket maximálisan teljesít. Ennek az egyik legmegfelelőbb eszköze az ISO:9001 szerint kialakított rendszer.

AZ ISO 9001:2008 SZABVÁNY SZERINT TANÚSÍTOTT INTEGRÁLT IRÁNYÍTÁSI RENDSZER ELŐNYEI

- Az integrált irányítási rendszer működtetése számos előnyt biztosít nemcsak a SPAR-nak, hanem a partnereknek, és a vásárlóknak egyaránt, hiszen a nemzetközi tanúsítvány biztonságot, garanciát jelent, így a vásárlói bizalom növekszik a cég iránt.
- Az élelmiszerbiztonsági rendszerrel összehangolt, átlátható dokumentációs rendszer bevezetésével megvalósulnak a szervezet minden szintjén a szabályozott működés feltételei és egyértelművé válnak a feladat-, és felelősségi körök, így a munka jobban nyomon követhető és értékelhető.
- Kialakul egy olyan vállalati kultúra, amely elősegíti a folyamatos fejlődést, továbbá a rendszer hatására mind a vezetőség, mind az alkalmazottak körében erősödik a minőség iránti felelősség és elkötelezettség.
- A rendszer alkalmazása elősegíti az etikus partneri kapcsolatok működését a beszállítókkal, alvállalkozókkal.

SPAR húsüzem: garancia a minőségre

A SPAR a kereskedelmi láncok között elsőként és azóta is egyetlenként, 2004 végétől üzemeltet saját húsüzemet bicskei központja területén.

A saját húsüzem működése lehetővé teszi a SPAR-hálózat egységesen kiváló minőségben és kiegyensúlyozott ütemezésben különféle húsárukkal való ellátását. Az ország egyik legmodernebb technológiával működő üzeme megnyitása óta több lépcsőben fejlődött, bővítette kapacitását. A kiváló minőségű frisshús és a SPAR neve a SPAR húsfeldolgozó üzem működése révén összefonódott, amelynek alapja indulása óta a szigorú ellenőrzés és a kifogástalan szállítói háttér. A cégcsoport olyan hazai beszállítókkal dolgozik együtt, akik nemcsak az alapanyag minőségében, hanem a nyomon követhetőségben, szállítási morálban is maximálisan meg tudnak felelni a SPAR szigorú követelményeinek.

A minőség titka: ISO 22000 szabvány

A SPAR húsfeldolgozó üzeme mindig is a legmagasabb szintű minőségbiztosítási tanúsítványokkal rendelkezett. Ezt a gyakorlatot tovább folytatva 2010-ben a Magyarországon működő húsüzemek között elsőként szerezte meg az ISO 22000 élelmiszerbiztonsági szabvány szerint felépített rendszer tanúsítását. Ez a nemzetközi szinten leginkább elfogadott szabvány a HACCP irányelveit hangolja össze a kialakult termékgyártói gyakorlattal, megkönnyíti az élelmiszeripari folyamatok során fellépő kockázatok hatékony feltárását és kezelését, egyben a vevői igényeknek való legmagasabb szintű megfelelés biztosítéka is.

Kiváló saját márkák a SPAR húsüzeméből

A SPAR húsüzemében előállított termékek sikere évről évre nő. A friss sertés- és marhahús mellett 2010 végén az üzemből közel 50 féle kiváló minőségű sajátmárkás húskészítmény került ki a hálózat üzleteibe. A készítmények egy része szeletelt, védőgázas formában is megtalálható a SPAR, Kaiser's és INTERSPAR áruházak polcain.

A termékek S-Budget, SPAR, valamint prémiumkategóriában REGNUM márkanéven kerülnek forgalomba.

A főzési, előkészítési idő lerövidítését, ezáltal a vásárlók kényelmét szolgálja, hogy a kiszolgáló pultok választékában tavaly óta a húsfélék konyhakész, szeletelt, felkockázott formában is megtalálhatók.

A kisebb háztartásoknak kedvezve 2010-ben a SPAR bevezette a csomagolt termékek kisebb kiszerelésű értékesítését is.

A SPAR húsüzem nemzetközi elismertségét mutatja, hogy kétféle húskészítményét – az S-Budget párizsit és az S-Budget frankfurti virslit tavaly a magyarországi üzem szállította a csehországi és szlovéniai SPAR-hálózatoknak. Az előzőeken túl a csehországi INTERSPAR áruházakba frisshús is érkezett Magyarországról.

FOODAPEST 2010

A húsüzem termékei a FOODAPEST 2010 rangos szakkiállításon két kategóriában is elismerő díjat nyertek: a Regnum csípős debreceni legjobb saját márkás termék díjat, a Regnum marhasonka pedig innovációs díjat kapott.

SPAR-márkatermékek: kiváló minőség kedvező áron

A sajátmárkás termékek térhódítása a kereskedelemben világszerte régóta megfigyelhető tendencia.

A SPAR Magyarország Kft. 1997-ben kezdte el saját márkatermékei bevezetését, és azóta is folyamatosan bővíti választékát. Az áruházlánc 2010 végén közel 2000 féle SPAR márkajelzésű árucikket kínált üzleteiben. A vállalat üzletpolitikai elveihez illeszkedve, saját márkáinak nagyobb részét neves, a minőséget garantáló, magyar termelőcégek állítják elő. A cégcsoport sajátmárkás termékforgalmából a magyar áruk több mint 80%-kal részesednek.

A saját márkarendszer keretében a SPAR-csoport megbízható, jó minőségű termékeket forgalmaz a gyártói márkáknál lényegesen kedvezőbb áron. A sajátmárkás áruféleségek között minden vásárlói réteg megtalálja a pénztárcájának legmegfelelőbb árkategóriájút. Az S-Budget termékcsalád kedvező áraival a legjobb megoldást nyújtja a takarékoskodó vásárlók számára. Ugyanakkor a SPAR-márkák között mind food, mind pedig non-food kategóriában találhatóak exkluzív termékek is. Ilyen többek között a kiváló minőségű REGIO kávé, a Pamina női higiéniai termékcsalád vagy a RUBIN prémiumminőségű háztartási textiláru.

S-Budget, a SPAR takarékos saját márkája

2010-ben ünnepelte kétéves születésnapját a SPAR vásárlók körében rendkívül népszerű diszkontáras termékcsaládja, az S-Budget, amely bevezetése óta hathatós segítséget nyújt a spórolásban.

Az S-Budget termékcsalád 2008-as bevezetésekor az alapélelmiszerek kategóriájában, 40 termékkel jelent meg a polcokon. A tapasztalatok azt mutatják, hogy a vevők nagy része az elmúlt két évben, főleg a gazdasági helyzet hatására, a nagyon kedvező ár-érték arányú sajátmárkás termékek felé fordult, így a bevezetés óta eltelt időszak bizonyította a termékcsalád létjogosultságát. 2010 végére közel 300-ra nőtt az S-Budget termékek száma. Ma a saját márkák között az S-Budget márka termékkategóriánkénti legkedvezőbb árával jelenti a húzóerőt. A legkedveltebb termékek között szerepel többek között az S-Budget tej, az ásványvíz, a tejföl, a friss tojás, a búzafinomliszt, a vaníliás cukor, és a papír zsebkendő.

A SPAR kiemelt szempontnak tartja, hogy ennél a termékcsoportnál is megbízható magyar gyártók közreműködésével, a minőségi elvekből nem engedve valósítsa meg a választék bővítését.

Innovatív saját márkákkal a vásárlók egészségéért

A vállalat saját márkatermékei forgalmazása során is fontosnak tartja az egészségtudatosságot, így az áruházláncok közül elsőként vezetett be speciális fogyasztói igényeket kielégítő termékcsaládokat. Ilyenek a SPAR Natur*pur biotermékek, a SPAR Vital márka, valamint a glutén- és laktózérzékeny vásárlók számára megoldást kínáló SPAR free from árucsoport.

Sikeres SPAR-márkák új köntösben

A SPAR Magyarország Kft. célja a sajátmárkás termékfejlesztési gyakorlatában is a minőségi elvek érvényesítése, a növekvő vásárlói igények kielégítése, amelynek egyik eszköze a sajátmárkás termékek egyre igényesebb csomagolása. Az új fejlesztések mellett tavaly több SPAR-márkatermék csomagolása is megújult, így a SPAR holland kakaópor (250 g), a SPAR tojás (10 és 15 db-os), valamint a SPAR burgonya (3 kg) is vonzóbb, látványosabb külsővel jelent meg a polcokon.

PAKK CSOMAGOLÁSDIZÁJN

2010-ben a Kreatív-csoport által meghirdetett PAKK csomagolásdizájn-versenyen sajátmárkás termékkategóriában a SPAR zöldfűszer-termékcsaládja nyert.

Vásárlói előnyök

A SPAR évről évre exkluzív pontgyűjtő akciókkal, valamint a SuperShop program megtakarítást jelentő kedvezményeivel jutalmazza hűséges vásárlóit.

A SPAR vállalati filozófiájának egyik legfontosabb alapelve szerint a vásárló áll a középpontban. A vevők magas színvonalú kiszolgálását, a különféle vásárlói előnyök nyújtását jelentő üzletpolitika fontos tényezője minél több törzsvásárló megnyerése, a SPAR üzleteit választó, rendszeresen visszatérő vevők hűségének megjutalmazása is.

Minőséget a hűségért

A kereskedelmi láncok között évekkel ezelőtt elsőként a SPAR indította el az exkluzív márkatermékeket kínáló hűségakcióit a vásárlók számára. A cégcsoport 2010-es pontgyűjtő akcióiban ismét prémiumkategóriás választékkal kedveskedett a vásárlóinak. 2010. június 10-étől augusztus 18-áig az összegyűjtött pontokért Villeroy & Boch törölközők és fürdőszobai kiegészítők megvásárlására nyílt lehetőség. Ezenfelül az akcióban résztvevők között kisorsolásra került egy Peugeot 308 CC személygépkocsi is.

A 2010. augusztus 26-ától indított újabb pontgyűjtő akcióban a vállalat minőségi, formatervezett, praktikus német Arzberg és Kaiser sütőedényeket kínált megvásárlásra, akár 65%-os kedvezménnyel.

A SPAR hűségakcióit intenzív marketingkampány kísérte, az eladáshelyi eszközök mellett az akciós szórólapokban és a SPAR weboldalán is megjelentek az akció részletei.

SuperShop: a legdinamikusabban fejlődő törzsvásárlói program

A SuperShop a legdinamikusabban fejlődő többpartneres törzsvásárlói program Magyarországon, így folyamatosan nő a 2009-ben a SPAR-csoport teljes hálózatára kiterjesztett program népszerűsége. 2010 végére a hét pontbeváltó partnernél a 2 millió kártyabirtokos által realizált vásárlások száma meghaladta a 75 milliót.

2010-ben speciális partnerként az ERSTE Bank is belépett a SuperShop partnerei közé. Ennek köszönhetően a vásárlóknak lehetőségük kínálkozik Erste SuperShop betéti- vagy hitelkártyát igényelni, amelynek a használatával megduplázhatják, illetve megháromszorozhatják a gyűjtött pontokat.

2010-ben a SPAR szórólapjaiban rendszeresen meghirdetett pontakciók, valamint a SPAR-csoport üzleteiben a karácsony előtti dupla pontbeváltási lehetőség tette még vonzóbbá a programot a kártyatulajdonosok számára.

Az előzőeken túl az elmúlt évben a SuperShop több nyereményjátékot is szervezett partnerei bevonásával. Ilyen volt a SuperShop nyerőkártya promóció, amelynek során 4000 forint vásárlási értékenként egy nyerőkártyát kapott a vásárló. A szerencsések értékes nyeremények hez jutottak.

Az évet egy másik sikeres nyereményjátékkal zárta a SuperShop. Decemberben azok a vásárlók, akik pontfelírásra használták a kártyájukat a partnereknél, 2 percenként 1000 SuperShop pontot nyerhettek.

SUPERSHOP-PARTNEREK

Összesen **858** SuperShop elfogadóhely és bankfiók

31 INTERSPAR hipermarket
348 SPAR szupermarket
20 Kaiser's szupermarket
168 OMV töltőállomás
25 OBI barkácsáruház
28 Burger King étterem
54 Patika Portál hálózatba tartozó gyógyszertár
184 ERSTE bankfiók

SPAR
NÁLUNK
MOBILLAL IS
FIZETHET!
Éljen a MobilFizetés előnyeivel!
A MobilFizetés szerződés megkötését,
valamint a szolgáltatás igénybevételét
a kiemelt T-Pontokban és Telenor üzletekben
kezdeményezheti. További részletek és üzletlista:
www.spar.hu • www.mobilfizetes.hu
T-Mobile
telenor

SPAR: innovációban az élen

A SPAR az ország egyik vezető élelmiszer-kereskedelmi láncaként története során mindig az új megoldások keresésének éllovasa volt.

A vállalatra jellemző a folyamatos innováció. Az elmúlt években megvalósított környezetvédelmi újítások, mint például az üllői logisztikai központ környezetbarát energia-koncepciójának kialakítása, vagy az élelmiszerhulladékok energia-előállítására való felhasználása, továbbá a vásárlók bizalmát és hűségét erősítő termékbevezetések és promóciók mellett 2010-ben is több újdonsággal jelent meg a cégcsoport.

Kétirányú kommunikáció: közösségi média

A vállalat fő célja, hogy kommunikációjával minél szélesebb vásárlói réteget érjen el, hódítson és tartson is meg. Ennek egyik legmodernebb eszköze a napjainkban óriási ütemben fejlődő on-line média. A SPAR felismerte az internet erejében, valamint a közösségi médiumokban rejlő lehetőségeket, így a cégcsoport 2010-ben hivatalosan is aktív tagja lett a közösségi felületeknek. Az iWiW, a Facebook, a YouTube és a Twitter csatornáin keresztül a vállalat egy szélesebb rétegű fogyasztói csoport elérésén túl, a kétirányú kommunikáció által képessé vált a vásárlói igényekre való gyorsabb reagálásra, és a cég értékeit közvetítő arculatépítésre is.

Mobilfizetés a SPAR-csoport áruházaiban

2010 novemberében a SPAR egy különleges szolgáltatást vezetett be áruházaiban, amely által a vásárlók mobiltelefonjuk segítségével is fizethetnek a pénztáraknál. Az új szolgáltatást a Telenor és T-Mobile ügyfelei vehetik igénybe az FHB bankkal történő szerződéskötést és a díjmentes SIM-kártya cserét követően. A mobilfizetés egyszerű, kényelmes, és korszerű fizetési lehetőséget kínál a vásárlóknak és nem időigényesebb, mint a bankkártyás fizetés.

Megújulás az üzlettérben is

A SPAR-csoport áruházaira a rendezettség, az áttekinthető, tiszta eladótér mellett az igényes boltberendezés, a látványos dekorációs elemek, és a modern eladáshelyi kommunikációs eszközök is jellemzők.

Az átépítésekkel, felújításokkal kapcsolatban az üzletek látványpékséget kaptak. A berendezések modern kenyérállványokkal, pékáru-adagolóval egészültek ki, és látványos zöldség-gyümölcs kihelyezés valósult meg.

2010-ben a reklámszakma a bolti reklámeszközök terén is elismerte a vállalat újító tevékenységét. A SPAR innovatív ötletként, teszt jelleggel átöltöztette néhány áruházának pékáruosztályát az „Egyenesen a kemencéből” kampányának elemeivel, (háromdimenziós pékmester display, kemencét formázó display, zsemletartóra ragasztott matrica, belógó tábla és árjelző, „Kemence expressz” tábla és péklapát formájú árjelző), és ezzel elnyerte a rangos POPAI és Arany LolliPOP díjat. Az új POS-ek 2011-től a SPAR-csoport teljes hálózatában bevezetésre kerülnek.

Sikerünk forrása: munkatársaink

A tevékenysége minden területén felelősen működő SPAR Magyarország Kft. hazánk egyik legnagyobb munkaadójaként 13 390 munkavállalót foglalkoztatott 2010-ben.

A vállalat elismeri és értékeli munkavállalói meghatározó szerepét a szervezet fejlődésében, és azt vallja, hogy a siker forrását, a SPAR értékét a dolgozók jelentik. A cégcsoport kiemelten kezeli a munkatársak minőségi képzését, az utánpótlás nevelését és értékeli hűségüket. A SPAR alkalmazottai számára kedvező biztosítási csomagajánlatokat, alacsony mobiltelefon-előfizetési díjakat, előnyös banki szolgáltatásokat, kedvezményes üdülési lehetőségeket kínál. A vállalat 2010-ben iskolakezdési támogatással járult hozzá az iskoláskorú gyermeket nevelő munkatársak szeptemberi kiadásainak csökkentéséhez (2897 család, 3981 gyermek részesült támogatásban).

Kiváló képzési rendszer – szakértő munkatársak

A felnőttoktatás területén elért kimagasló eredményei alapján a cégcsoport 2006-ban megkapta az Akkreditált Felnőttképző Intézmény tanúsítványt, és ezzel egyedülálló módon a SPAR Magyarország Kft. az első ilyen kereskedelmi vállalat Magyarországon. A cégcsoport 2010-ben ismét bizonyított, és az eredményes audit révén akkreditációját 2014-ig meghosszabbították. E minősítés és a szabályozott oktatási folyamatok által a SPAR ezen a területen is állandóan magas minőséget tud biztosítani, ezzel is növelve dolgozói, partnerei bizalmát.

Tavaly a vállalat alkalmazottainak 55%-a vett részt 12 féle SPAR által szervezett belső, és 39 külső képzésen. Közülük a hálózatban és a logisztikai területen 350 fő OKJ-s bizonyítványt szerzett.

A cégcsoport a jövőben a képzési paletta további szélesítését tervezi, még több lehetőséget biztosítva munkavállalóinak az egyéni fejlődésre.

Utánpótlás-nevelés – a biztos jövőért

A minőségi kereskedelmi munka érdekében a munkatársak folyamatos képzése mellett a vállalat az utánpótlás nevelését is fontosnak tartja. Ennek egyik része a beszerző- és boltvezető gyakornoki, a SPAR gyakornoki és a karrierprogram.

A beszerző- és boltvezető gyakornoki programban résztvevő kollégák a sikeres felkészülés, a befektetett pluszmunka és a témazáró után magasabb beosztásba kerülhetnek. Junior beszerző, ill. boltvezető, vagy boltvezető-helyettesi pozícióban folytathatják tovább SPAR-os karrierjüket.

A SPAR gyakornoki programban a cégcsoport évek óta biztosít lehetőséget főiskolai hallgatók számára, hogy a cégnél töltsék szakmai gyakorlatukat utánpótlás-nevelés céljából. A gyakornoki program időtartama 1 év, ez alatt az idő alatt a résztvevők megismerik a cég működését, betekintést nyernek a különböző osztályok munkafolyamataiba. A program sikeres lezárását követően főmunkatársi, vezetői pozíció várományosai lehetnek.

2010-ben indult útjára a karrierprogram a SPAR-nál, amelyben a humánerőforrás-osztály munkatársai tervezéssel, tanácsadással, az egyéni preferenciák és kompetenciák feltérképezésével, az elérhető célok megfogalmazásával, és az ehhez szükséges feladatok meghatározásával segítik vállalaton belül a fiatal diplomás munkatársakat a karrierépítésben. Ezzel a kezdeményezéssel a SPAR a jövő szakembereit, menedzsereit kutatja.

A felnőttképzésen túl a cégcsoport egyben modern gyakorlati helyet is jelent a kereskedelmi szakirányos tanulók számára. A vállalat tavaly is nagy hangsúlyt fektetett arra, hogy kivegye a részét a szakmai utánpótlás neveléséből. 2010-ben a korábbinál is nagyobb figyelmet fordított a szakiskolások toborzására, és a modern SPAR-üzletekben kiemelten színvonalas gyakorlati helyet biztosított közel 900 tanuló számára. A fiatalokat a gyakorlati képzésben, a vizsgakövetelményeknek való megfelelésben felkészített, szakmájukat magasan művelő SPAR-os kollégák, ún. tanulófelelősök felügyelték és segítették.

A SPAR Akadémia Magyarország keretében 2010-ben országosan 18 kereskedelmi szakiskolában 358 SPAR-osztályos diák tanult. A speciális program célja, hogy a jövő generációja, a leendő munkatársak már a szakmai képzésük kezdetétől megismerjék a SPAR felelős filozófiáját.

TANULÓK 2010-BEN (2009-HEZ VISZONYÍTVA)

- A tanulói létszám 644 főről **895 főre** emelkedett
- A tanulókat foglalkoztató üzletek száma 124-ről **163-ra** nőtt
- A SPAR-osztályok száma 12-ről **18-ra** bővült
- A SPAR-osztályosok száma 237-ről **358 főre** emelkedett

A SPAR-MUNKAVÁLLALÓK SZÁMOKBAN

13 390 munkavállaló
96% teljes munkaidős
4% részmunkaidős alkalmazott

A munkatársak 77%-a **nő,** 23%-a **férfi**
80% a vezető beosztásban dolgozók között a nők aránya

A cégnél eltöltött átlagos idő: **5,5 év**
2431 munkatárs **több mint 10 éve** dolgozik a SPAR-nál

Kollektív szerződés
hatálya alá tartozik valamennyi SPAR-dolgozó, kivéve a vezető állású munkavállalókat

Felelősséggel a munkatársakért

A vállalati felelősségvállalás, a cégcsoport fő érintettjeivel – a vásárlókkal, a munkatársakkal és a szállító, szolgáltató partnerekkel – való kapcsolatok kiemelt kezelése, különféle támogató és karitatív tevékenységek, programok, rendezvények, környezetvédelmi célú intézkedések révén a SPAR üzletpolitikájának stratégiai szintű elemévé vált.

A SPAR munkatársainak vállalati alapelvekbe foglalt tisztelete, megbecsülése a munkavégzéshez kapcsolódó támogatásokon túlmenően kiterjed a velük való törődésre, a munkahelyi közösségeket, és a különféle belső kapcsolatokat erősítő programokra.

„Egy csésze kávé az ügyvezetéssel” – vendégségben a központban

„Egy csésze kávé az ügyvezetéssel” néven 2009-ben egy új program indult útjára, mely azért jött létre, hogy fórumot és lehetőséget biztosítson minden SPAR-os dolgozónak arra, hogy megismerje a cég vezetőit és elmondhassa véleményét, meglátásait. Amellett, hogy a találkozókon elhangzottak segítik a munkafolyamatok javítását, a program elsősorban a dolgozókkal való párbeszéd folytatásáról és a munkatársak megbecsüléséről szól. 2010-ben három találkozó alkalmával 30, hálózatból érkező kollégát látott vendégül a SPAR ügyvezetése a központban.

SPAR-osok a SPAR-os árvízkárosultakért! – példaértékű összefogás

A SPAR Magyarország Kft. azoknak a munkavállalóknak, akik a 2010-es nyár eleji esőzések nyomán bekövetkezett rendkívüli árvízhelyzet miatt nehéz helyzetbe kerültek, gyorssegélyt nyújtott és gyűjtést indított dolgozói körében a rászorulók javára. A SPAR-os kollégák nagyszerű emberi magatartásról tettek tanúbizonyságot. A kampányban közel 4200 munkatárs tett felajánlást, és ötmillió forint gyűlt össze a dolgozói adományokból.

Motiváció: Arany Fenyő verseny és SPAR elismerő díjak

A SPAR-csoport 2010-ben nyolcadik alkalommal hirdette meg hálózatának valamennyi egysége számára az Arany Fenyő versenyt, amely fél évig tartó mystery shopping kutatáson alapult. A versenynek kettős célja

volt: egyrészt a próbavásárlások során fel kellett tárni azokat a területeket, ahol még lehet javítani a kereskedelmi szolgáltatás színvonalán, növelve ezáltal a vásárlói elégedettséget, másrészt meg kellett találni a legjobb, legeredményesebb üzleteket. Az Arany Fenyő versenyben az Év legjobb hipermarketje és az Év legjobb szupermarketje címért folyt a küzdelem az üzletek között, utóbbin belül három kategóriában. A 12 nyertes üzlet dolgozói értékes jutalomban részesültek.

Az Év kereskedője és az Év embere elismerés mellett tavaly először hirdették meg az Év logisztikusa és az Év húsüzemi szakembere pályázatot a SPAR-os dolgozók körében. Ezen díjak odaítélésével tíz kiváló kolléga munkáját részesítette elismerésben a szakmai zsűri.

„Egészséghíd partnerlánc" kampány – a munkatársak egészségéért

2010 októberében indította el a vállalat a SPAR dolgozók körében – immár második alkalommal – nyereményjátékkal egybekötött „Egészséghíd partnerlánc" egészségtudatossági kampányát. Ennek keretében a munkatársak hasznos információkat kaptak az egészséges életmódról, a kockázatcsökkentésről, valamint a szűrések fontosságáról. Sok kolléga vett részt az egészség megőrzését célzó programban, a kapcsolódó kérdőívre több mint ezer SPAR-munkatárs küldte be megfejtését. A kampány kvízjátékának fődíja mellett a szerencsés nyertes meghívást kapott az „Egészséghíd partnerlánc" kampány szervezői által megrendezett záró fogadásra is, amelynek igazán impozáns helyszíne a parlament vadászterme volt.

SPAR mini focibajnokság

A 2010 nyarán lezajlott foci VB sikerén felbuzdulva a SPAR mini focibajnokságot hirdetett meg munkatársai között, amelyre 92 csapattal közel 700 dolgozó jelentkezett. A vállalati bajnokság két hónapon keresztül zajlott, és összesen 179 mérkőzést tartottak Budapesten és 5 vidéki nagyvárosban. A selejtezőkön és a döntőn összesen 295 női, és 320 férfi gól született. A SPAR mini focibajnokság döntő mérkőzéseinek a Puskás Ferenc Labdarúgó Akadémia adott otthont Felcsúton.

Fogyatékosságbarát munkahely a SPAR

A SPAR Magyarország Kft. 2010-ben elnyerte a fogyatékosságbarát munkahely címet. Az elismerést azok a munkáltatók kaphatják meg, akik vállalják, hogy folyamatosan fejlesztik a fogyatékos emberek toborzásával, foglalkoztatásával, megtartásával kapcsolatos gyakorlatukat.

A SPAR-csoport az elmúlt évben elkészítette az Esélyegyenlőség a kiválasztásban elnevezésű tájékoztató anyagát, és részletes ismereteket szerzett a fogyatékossággal élők alkalmazásáról. Az érintettek foglalkoztatása által javulhat a munkahelyi légkör, a munkamorál, sőt a többi munkavállaló cég iránti elköteleződése is.

A vállalat az esélyegyenlőség jegyében a megváltozott munkaképességű dolgozók számát 2010-ben nagymértékben növelte, létszámuk közel háromszorosára emelkedett.

Egészségtudatos SPAR

Az egészségtudatosság, az egészséges táplálkozás és élelmiszerek népszerűsítése évek óta a SPAR üzletpolitikájának szerves része.

Ez mindenekelőtt a termékválaszték minőségében és összetételében jelenik meg, amelynek fontos eleme az élelmiszerbiztonság mindenre kiterjedő ellenőrzés általi érvényesülése. A SPAR kínálatában az elsők között jelentek meg a biotermékek és különféle speciális táplálkozási igényeket kielégítő élelmiszerféleségek. Ezeken kívül vonzó programokat kínáló rendezvények és kiadványok segítik a téma iránt fogékony vásárlók megnyerését, tájékoztatását.

INTERSPAR Egészség Roadshow

2010. május és szeptember között tizenhét INTERSPAR áruház parkolójában rendezték meg az Egészség Roadshow eseménysorozatot. Az egyes helyszíneken változatos színpadi és gyermekprogramok hívták fel a figyelmet a mozgás és az egészséges táplálkozás fontosságára. A rendezvények lényeges eleme volt a SPAR Natur*pur bio termékcsalád és a speciális táplálkozási igényeket kielégítő SPAR Vital és SPAR free from termékek népszerűsítése. A Roadshow helyszínein a Magyar Vöröskereszt különféle szűrésekkel és tanácsadással állt az érdeklődők rendelkezésére.

SPAR Harmónia magazin

Tavaly két alkalommal jelent meg a SPAR cégcsoport ingyenes életmód magazinja, a SPAR Harmónia. Először 2008-ban 400 ezer példányban jelent meg a magazin. A SPAR filozófiájához kapcsolódva fontos és érdekes témákban kínál hasznos olvasnivalót az egészségtudatos fogyasztók számára. A magazin munkáját szakértői csapat segíti.

25. SPAR Budapest Nemzetközi Maraton

2010. szeptember 26-án, a SPAR-csoport támogatásával rendezték meg Magyarország legnagyobb futóversenyét, a 25. SPAR Budapest Nemzetközi Maratont a Hősök terén és a Városligetben. A jubileumához érkezett sportrendezvény színvonalát tovább emelte, hogy 2010-ben volt a maratoni futás 2500. évfordulója is, így egyedülálló eseménynek számított maratoni távot futni. A versenyen – amelyre összesen 13 800 fő nevezett – mindenki megtalálta a számára legkedvesebb, és felkészültségének, erőnlétének megfelelő távot. A látogatókat a helyszínen az egészségtudatosság jegyében egésznapos programok várták. A SPAR az általa forgalmazott bio Natur*pur termékeket kóstoltatással népszerűsítette.

Társadalmi szerepvállalás

A SPAR felelős vállalatként a gazdasági tevékenységén túlmenően fontosnak tart minden olyan tényezőt, amely az egyénekre vagy közösségekre gyakorolt pozitív hatásai által hozzájárul a magyar társadalom fejlődéséhez, jobbá tételéhez.

Karitatív tevékenység

A magyarországi SPAR másfél évtized óta stratégiai együttműködés alapján segíti a Magyar Máltai Szeretetszolgálat karitatív tevékenységét. Más adományozási formák mellett a segítség legjelentősebb elemei a SPAR áruházaiban megvásárolható adománykártyák, amelyek 2010-ben 13.914.650 forinttal járultak hozzá a szeretetszolgálat rászorultakat segítő munkájához. A karácsony előtti hagyományos „Adni öröm” akció keretében több mint 140 tonna élelmiszeradomány gyűlt össze. A SPAR az általa forgalmazott környezetbarát bevásárlótáskák árából darabonként egy forintot ajánlott fel a szervezetnek. Az így összegyűlt összeg 2010-ben 13.721.903 forintot tett ki, ezzel a szeretetszolgálat budapesti mentőautójának üzemeltetését biztosítják.

2010-ben elsőként a SPAR nyerte el a Magyar Máltai Szeretetszolgálat által meghirdetett „Máltai jótékonysági pont”címet.

A képen balról jobbra:
Vecsei Miklós, a Magyar Máltai Szeretetszolgálat alelnöke és Feiner Péter

Borfesztivál

A magyarországi SPAR 2010-ben is a Budapesti Nemzetközi Bor- és Pezsgőfesztivál fő támogatója volt, amellyel az országimázst pozitívan befolyásoló esemény mellé állt. A múlt évben tizenkilencedik alkalommal megrendezésre került fesztivált komoly hazai és nemzetközi médiaérdeklődés kísérte.

A SPAR legnagyobb áruházaiban szakbolti színvonalú kínálatot alakított ki, egyedi és különleges ajánlatokat is nyújtva a vásárlóknak. Ehhez a borforgalmazási üzletpolitikához jól illeszkedik a nemzetközi hírű rendezvény felkarolása. A fesztivál jó alkalmat nyújtott a SPAR-csoporttal együttműködő neves hazai borászatokkal közösen kialakított minőségi „SPAR Válogatás” megjelölésű, egyedi bormárkaválaszték népszerűsítésére. A rendezvény ideje alatt jelent meg a 2010-es SPAR-borkatalógus.

A SPAR a környezetért

A SPAR Magyarország Kft. olyan etikusan működő, átlátható vállalat, amely az üzleti szempontok mellett környezeti tényezőket is figyelembe véve végzi tevékenységét.

A vállalat egész működésére jellemző a környezettudatosság, a hulladékkezeléstől a logisztikán át a reklámtevékenységig.

Élelmiszerhulladékból zöld energia

Tavaly a környezettudatos SPAR sikeres projektjeinek egyike volt az élelmiszerhulladékok biogáz üzemben történő hasznosításának bevezetése, amelyet az élelmiszer-kereskedelmi láncok között elsőként alkalmazott.

A SPAR-csoport által működtetett egységekben – közel 400 üzlet, két logisztikai központ és egy húsüzem – megközelítőleg évi 1900 tonna biológiailag lebomló hulladék képződik, amelyből az újonnan bevezetett biogáz koncepció eredményeként környezetbarát, ún. zöld energia előállítása valósul meg, így is csökkentve a környezetbe kijutó káros anyagok mennyiségét.

Átgondolt szórólapkiadás – fenntartható fejlődés

A SPAR a fenntartható fejlődés jegyében 2010 májusában akciós szórólapjait érintő környezetvédelmi intézkedést hozott. A vállalat csökkentette a hetente megjelenő INTERSPAR-szórólapok méretét, amelynek eredményeként a gyártás során jelentősen kevesebb papírt és festékanyagot használtak fel. Ez éves szinten felületben kifejezve 14,5 millió négyzetméter, tömegben számolva 800 tonna papír megtakarítást jelentett, a nyomtatáshoz felhasznált festék mennyisége pedig 120 tonnával lett kevesebb. A vállalat gondoskodik a lejárt érvényességű szórólapok begyűjtéséről és újrahasznosításáról is. 2010. június 1-jétől valamennyi üzletében átveszi vásárlóitól a lejárt érvényességű akciós újságokat.

Költségmegtakarítás a másodnyersanyagokkal

Az áruházaknál keletkező és értékesíthető másodnyersanyagok (pl. papír, műanyag) szelektálása is kiemelt fontosságú. A munkatársak részére tartott oktatások és a folyamatos ellenőrzés eredményeként az INTERSPAR áruházakban 2010-re 51%-ról 56%-ra sikerült növelni a hulladékok szelektálási arányát, míg az egész hálózatot tekintve 47%-ról 50%-ra. Az eredmények javulásával fokozatosan csökkent a lerakott hulladék mennyisége, ami a környezeti előnyök mellett jelentős gazdasági javulást is eredményezett. 1%-os javulás a szelektálási arányban 3%-os költségmegtakarítást jelent.

Biogáz üzem (Pálhalma)

A SPAR visszaveszi, amit a természet nem tud!

A tradícionális haszonanyagok - a hullámkarton, fólia, vegyes papír - mellett 2010 júniusa óta a SPAR visszaveszi a kereskedelmi italcsomagolást (PET, alu, egyutas üveg, társított csomagolás, TETRA bevásárlószatyor) is a vásárlóitól. Ezek a folyamatosan kihelyezésre kerülő szelektív szigetek tárolóiba gyűjthetők.

További környezetvédelmi intézkedésként az üzletlánc 2010 őszén az ország összes INTERSPAR áruházában gyűjtőpontokat helyezett el, amelyekkel lehetővé tette a vásárlók számára, hogy a jogszabályilag kötelező használt eszközök visszavételén túl, kulturált keretek között, szelektálva leadhassák az elektronikai hulladékokat. Így lehetőség

ELISMERÉS A SPAR-NAK, A MAGYAR INNOVÁCIÓS ALAPÍTVÁNYTÓL

2010. március 26-án a XVIII. Magyar Innovációs Nagydíj bírálóbizottsága elismerésben részesítette a SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft.-t, a 2009-ben megvalósított „SPAR logisztikai központ Üllő - energiakoncepció" c. jelentős innovációért. A zöld raktár hűtése-fűtése fosszilis energiaforrás felhasználása nélkül valósul meg, így direkt módon az épületből nem történik káros CO_2-kibocsátás.

van elemek, mobiltelefonok, elektromos és elektronikai készülékek, CD-k, DVD-k, és sok más cikk visszahozatalára és önkiszolgáló módon való elhelyezésére.

Környezeti megtakarítás díj a SPAR-nak

A Követ Egyesület 2010-es Környezeti Megtakarítás Verseny és Díj programjában, az azonnal megtérülő intézkedések kategóriájában a SPAR Magyarország Kft. és a METRO Group Asset Kft. által benyújtott közös esettanulmányt találták a legjobbnak. A két vállalat közös projektje alapján egy 2010-ben bevezetett újítással a SPAR valamennyi budapesti áruházánál megoldódott a biológiailag lebomló, forgalomból kivont zöldség-gyümölcs hulladékok szelektív gyűjtése és komposztálással történő hasznosítása, így 25 százalékkal csökkent a települési hulladéklerakókba kerülő szerves hulladékok mennyisége.

Díjátadás (balról jobbra): Vagdalt László, a Követ Egyesület elnöke, Dr. Majó Zoltán, a Szegedi Tudományegyetem Tanulmányi és Információs Központjának fejlesztési igazgatója, Biacs Péter a SPAR minőség- és környezetirányítási vezetője, Gaál Mária hulladékgazdálkodási szakértő, METRO Group Asset Management Ingatlan Kft.

ELKÉSZÜLT A SPAR ELSŐ CSR-JELENTÉSE

A felelős vállalatok közösségének tagjaként a SPAR Magyarország Kft. 2010-ben a Good CSR-program keretében elkészítette első rövid CSR-jelentését, melyben a cégcsoport számára legfontosabb felelősségvállalási témákat mutatta be.
A jelentésben a SPAR számot adott kiemelt érintettjeivel – a vásárlókkal, a munkatársakkal, a beszállító partnerekkel –, valamint a környezetvédelemmel kapcsolatos intézkedéseiről, programjairól.

Optimalizált flotta

A jellegéből fakadóan nagy energiaigényű, és a környezetet terhelő áruszállítási tevékenységen belül sokféle lehetőség kínálkozik a környezetkímélésre, amelyet a SPAR maximálisan ki is használ. A cégcsoport közel 400 egységből álló hálózatát két logisztikai központból – Bicske, Üllő – látja el áruval, saját és alvállalkozói járműparkkal vegyesen. A logisztikai tevékenységhez kapcsolódóan számos ésszerűsítési megoldást alkalmaz a cég. A centralizált áruszállítás, a két központ és a hálózat viszonylatában a regionális és horizontális struktúra bővítése, a flotta standardizálása, a szállítóeszközök környezetkímélő műszaki megoldásai, valamint a gépjárművezetők vezetéstechnikai oktatása mind a futásteljesítmény, következésképp a károsanyag-kibocsátás csökkenését eredményezi. Mindezeken túl 2010 vége óta, az egyik alvállalkozóval együttműködve üzemi tesztelés alatt áll egy speciális, ún. dolly csatlakozású járműszerelvény, amelynek alkalmazása révén jelentősen csökkenthető az egy palettára eső fajlagos CO_2-kibocsátás.

IMPRESSZUM

SPAR 2010

Kiadja
a SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft.
H-2060 Bicske, SPAR út

Felelős kiadó
Feiner Péter
ügyvezető igazgató

Felelős szerkesztő
Fehér István
kommunikációs vezető

Szerkesztők
Gergely Anita
Zsigmond Gyöngyi

Print
Szó-kép Nyomdaipari Kft.
Felelős vezető: Szikszay Olivér

További információ
SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft.
Kommunikációs osztály
H-2060 Bicske, SPAR út
Telefon: +36 20 823 7000
E-mail: info@spar.hu
www.spar.hu

FSC
www.fsc.org
MIX
felelős forrásból
származó papír
FSC® C100426