

30

ÉVE MAGYARORSZÁGON



— 2021 —



A tanulmány a KPMG Tanácsadó Kft.
szakmai támogatásával készült.



KEDVES OLVASÓ!

Az elmúlt három évtized során számos meghatározó pillanat, kiváló munkatársak, együttműködő partnerek és vásárlóink töretlen bizalma egyaránt hozzájárult ahhoz, hogy a SPAR Magyarország évtizedek óta kiemelkedő piaci pozíciót tudhat magáénak.

Az első, 1991-es tatai SPAR szupermarket megnyitásától kezdve, 2020-ban országsszerte összesen 588 SPAR üzletben – ebből 207 esetében franchise-üzletben – közel 13 000 munkatársunkkal közösen igyekszünk kiszolgálni vásárlóink igényeit. Az együttműködés sikeressége azonban messze túlnyúlik a hálózatunkon: saját élelmiszer-termelő üze-meink és logisztikai központjaink mellett a vásárlóinkkal kötött bizalmi kapcsolat és a beszállítóinkkal szoros, éveken átívelő együttműködés az, ami sikeressé tesz bennünket. A magas minőség, a frissesség, a széles választék és a hazai

mezőgazdasági termékek iránti elkötelezettség jellemez bennünket és teszi a SPAR-t megbízható kereskedelmi lánccá.

Azonban azt is tudjuk, hogy hazánk egyik legnagyobb napi fogyasztási cikk kereskedőjeként a felelősségünk is hatalmas. Ennek érdekében a SPAR Magyarország döntéseit mindig a felelős vállalatirányítás jegyében hozza meg. Az elmúlt 30 évben közel 700 társadalmi ügyben vállaltunk szerepet és számos környezetvédelmi intézkedést vezettünk be, amely a cégünkön túl a minket körülvevő közösséget és a természeti környezetet is szolgálta.

Vállalatunk 30. évfordulója kiváló alkalom arra, hogy visszatekintsünk, és azt mondhassuk: büszkék vagyunk az eddigi eredményeinkre. Fogadják sok szeretettel kiadványunkat és osztozzanak velünk az elmúlt 30 év eredményeiben!

Heiszler Gabriella és Szalay Zsolt
ügyvezető igazgatók

KÖSZÖNTŐ	1
ÖSSZEFOGLALÓ INFOGRAFIKA	3
SPAR A VILÁGBAN	4
A SPAR MAGYARORSZÁGON	5
ÜZLETI FILOZÓFIA, ÉRTÉKEK	6
30 ÉV - MÉRFÖLDKÖVEK: TÖRTÉNETÜNK KIEMELT ESEMÉNYEI	6
GAZDASÁGI HATÁSOK	8
A SPAR MAGYARORSZÁG HOZZÁJÁRUL A HAZAI GAZDASÁG NÖVEKEDÉSÉHEZ	9
A HAZAI BESZÁLLÍTÓK IRÁNTI ELKÖTELEZETTSÉG	10
ÜZEMELTETÉSI EGYSÉGEK	12
ÉRTÉKESÍTÉSI TERÜLET	12
Saját üzemeltetésű üzlettípusok	13
Elindul a SPAR online shop	14
SPAR Partner Program: folytatódik a terjeszkedés franchise-alapokon	15
ÉLELMISZER-TERMELÉSI TERÜLET	20
Regnum Húsüzem és Oktatóközpont: az egyik legmodernebb feldolgozóüzem hazánkban.....	20
SPAR enjoy. convenience üzem: úton a magas minőségű kényelmi termékek felé	24
LOGISZTIKAI KÖZPONTOK, A HAZAI SZÁLLÍTMÁNYOZÁS ALAPKÖVEI	26
MUNKATÁRSÁK ÉS KARRIER: „AZ ORSZÁG EGYIK LEGNAGYOBB MUNKÁLTATÓJA”	28
VÁSÁRLÓI ÉLMÉNY	38
INFRASTRUKTURÁLIS FEJLESZTÉSEK	40
FRISSESSÉG: A SPAR EGYIK LEGFONTOSABB ALAPELVE	41
A SPAR MAGYARORSZÁG ELKÖTELEZETT A LEGMAGASABB SZINTŰ ÉLELMISZER-BIZTONSÁG MELLETT	43
TERMÉKVÁLASZTÉK-FEJLESZTÉSEK	43
SAJÁT MÁRKÁK: A VÁLLALAT TERMÉKCSALÁDJAI	44
VÁSÁRLÓI ELÉGEDETTSÉG ÉS HŰSÉG	48
SUPERSHOP: A SPAR HŰSÉGPROGRAMJÁNAK MÉRFÖLDKÖVEI	50
KÖRNYEZETVÉDELME: A SPAR KÖRNYEZETTUDATOS INTÉZKEDÉSEI	52
KIBOCSÁTÁS	52
Szén-dioxid-kibocsátás csökkentése	53
Vásárlói mobilitás	53
ENERGIA	54
Energiahatékonyság	54
HULLADÉKGAZDÁLKODÁS	56
A SPAR visszaveszi, amit a természet nem tud	56
Környezetbarát csomagolótermékek kínálatának bővítése	58
Aktívan az élelmiszer-pazarlás ellen	58
TÁRSADALMI FELELŐSSÉGVÁLLALÁS	62
A SPAR MAGYARORSZÁG TÁRSADALMI SZEREPVÁLLALÁSA	64
JÓTÉKONYSÁG ÉS A SPAR	66
OKTATÁS ÉS EGYENLŐ ESÉLYEK	67
DÍJAK ÉS ELISMERÉSEK	68
NYILATKOZAT	73

588

SPAR ÜZLET (2020)

86%

A HAZAI
BESZÁLLÍTÓK
ARÁNYA (2020)

185 088

ONLINE RENDELÉS
(2019-2020)

407

MILLIÁRD FORINT
BERUHÁZÁS A HÁLÓZATBAN
(1991-2020)

19

MILLIÁRD FORINT BERUHÁZÁS
A SAJÁT TERMELŐÜZEMEKBE
(2004-2020)

12 922

MUNKAVÁLLALÓ
FOGLALKOZTATÁSA
(2020)

70%

A KELETKEZETT HULLADÉK
ÚJRAHASZNOSÍTÁSI
ARÁNYA (2020)

56 163

TONNA ÉLELMISZER-
HULLADÉK HASZNOSÍ-
TÁSA (1991-2020)

453

MILLIÁRD FORINT ÁRBEVÉTEL
A SAJÁT TERMELŐÜZEMEKBE
(2004-2020)

3 1203

SAJÁT
TULAJDONÚ
TERMELŐÜZEMMILLIÓ FORINT TÁMOGATÁS
TÁRSADALMI PROGRAMOKRA
(2001-2020)

SPAR A VILÁGBAN

A SPAR-t 1932-ben alapította
Adriaan van Well a hollandiai Zoetermeerben.

Az első áruház még DESPAR néven nyitott meg, ami a cég jelmondatát fedő mozaikszóből fakad, amely máig magában őrzi a vállalat alapértékeit: Door Eendrachtig Samenwerken Profiteren Allen Regelmatig, vagyis magyarul „Egyetértő együttműködés által mindenki folyamatosan profitáljon”. A nemzetközi SPAR-csoportot van Weel 1932-ben jegyezte be Amszterdamban, amely után megkezdődött a dinamikus nemzetközi terjeszkedés. A vállalat független nagy- és kiskereskedők kereskedelmi láncá, amely első körben a hollandiai példára Európában kezdett elterjedni.

EURÓPA

ALBÁNIA
AUSZTRIA
BELGIUM
CIPRUS
DÁNIA
EGYESÜLT KIRÁLYSÁG
FEHÉOROSZORSZÁG
FRANCIAORSZÁG
GÖRÖGORSZÁG
HOLLANDIA
HORVÁTORZÁG
ÍRORSZÁG
KOSZOVÓ
LENGYELORSZÁG
MAGYARORSZÁG
MÁLTA
NÉMETORSZÁG
NORVÉGIA
OLASZORSZÁG
OROSZORSZÁG
PORTUGÁLIA
SPANYOLORSZÁG
SVÁJC
SZLOVÉNIA
UKRAJNA



A LOGÓ EVOLÚCIÓJA

Az áruházlánc logója több mint 50 évvel ezelőtt nyerte el ma is használt formáját.

gyarországi terjeszkedésén túl Szlovéniában, Észak-Olaszországban és Horvátországban hozta létre a tulajdonába tartozó SPAR hálózatot. A magyarországi SPAR működését az Austria SPAR International AG (ASPIAG) koordinálja.



Az ország első SPAR
szupermarkete Tatán

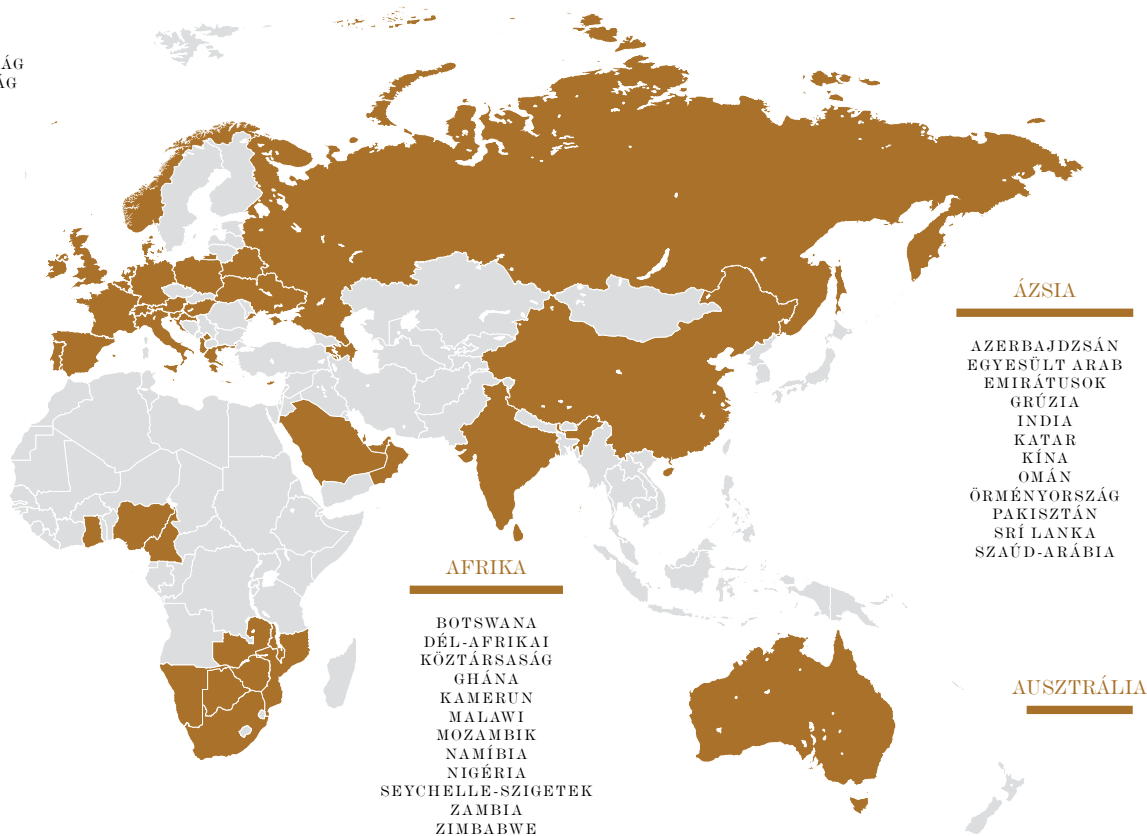
A SPAR MAGYARORSZÁGON

Az ASPIAG a közel- és kelet-európai piacon történő terjeszkedése során nyitotta meg magyarországi SPAR hálózatát.

A SPAR 30 évvel ezelőtt, Tatán nyitotta meg első üzletét. Történelmi jelentőségű esemény volt ez, hiszen eltérően a multinacionális jellegtől és a diszkontstratégiától, a magyarországi üzletek nagyrészt egy hazai beszerzésű termékeket forgalmazó áruházlánc areulátát teremtették meg a piacon. Az első nyitást követően a SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft. eleinte áruház-átalakítással és -felvásárlásokkal növekedett. Mindezeket új üzletnyitások és zöldmezős beruházások követték, amik eredményeként a három évtized során elérték az 588 üzletet. A di-

namikusan növekvő vállalat 30 éves működése során 647 milliárd forintnyi beruházást¹⁾ hajtott végre, amelyek elsősorban az üzlethálózat bővítésére és fejlesztésére, illetve a logisztikai központok és termelőüzemek megvalósítására koncentráltak. Így a SPAR ma már nem csak üzletei által részese a magyarországi piacnak. A vállalat jelenleg két logisztikai központot üzemeltet – Bieskén és Üllőn, illetve a kereskedelmi láncok közül elsőként saját húszüzemet is működtet 2004-től Bieskén, illetve 2020-tól Perbálon.

Az üzemekben nagyrészt hazai alapanyagok felhasználásával állítanak elő különböző friss-hús-termékeket és húskészítményeket, amely tevékenység a hazai piac teljes körű kiszolgálására törekszik. A folyamatos fejlesztéseknek köszönhetően a SPAR 2018-ban megnyitotta a SPAR enjoy. convenience üzemet, amely a kényelmi termékek, például szendvicsek és saláták hazai gyártását teszi lehetővé. A SPAR magyarországi működését a folyamatos fejlesztés, a hazai termékek iránti elkötelezettség és vásárlóközpontúság jellemzi.



ÁZSIA

AZERBAJDZSÁN
EGYESÜLT ARAB
EMIRÁTUSOK
GRÜZIA
INDIA
KATAR
KÍNA
OMÁN
ÖRMÉNYORSZÁG
PAKISZTÁN
SRÍ LANKA
SZAÚD-ARÁBIA

AFRIKA

BOTSWANA
DÉL-AFRIKAI
KÖZTÁRSASÁG
GHÁNA
KAMERUN
MALAWI
MOZAMBIK
NAMÍBIA
NIGÉRIA
SEYCHELLE-SZIGETEK
ZAMBIA
ZIMBABWE

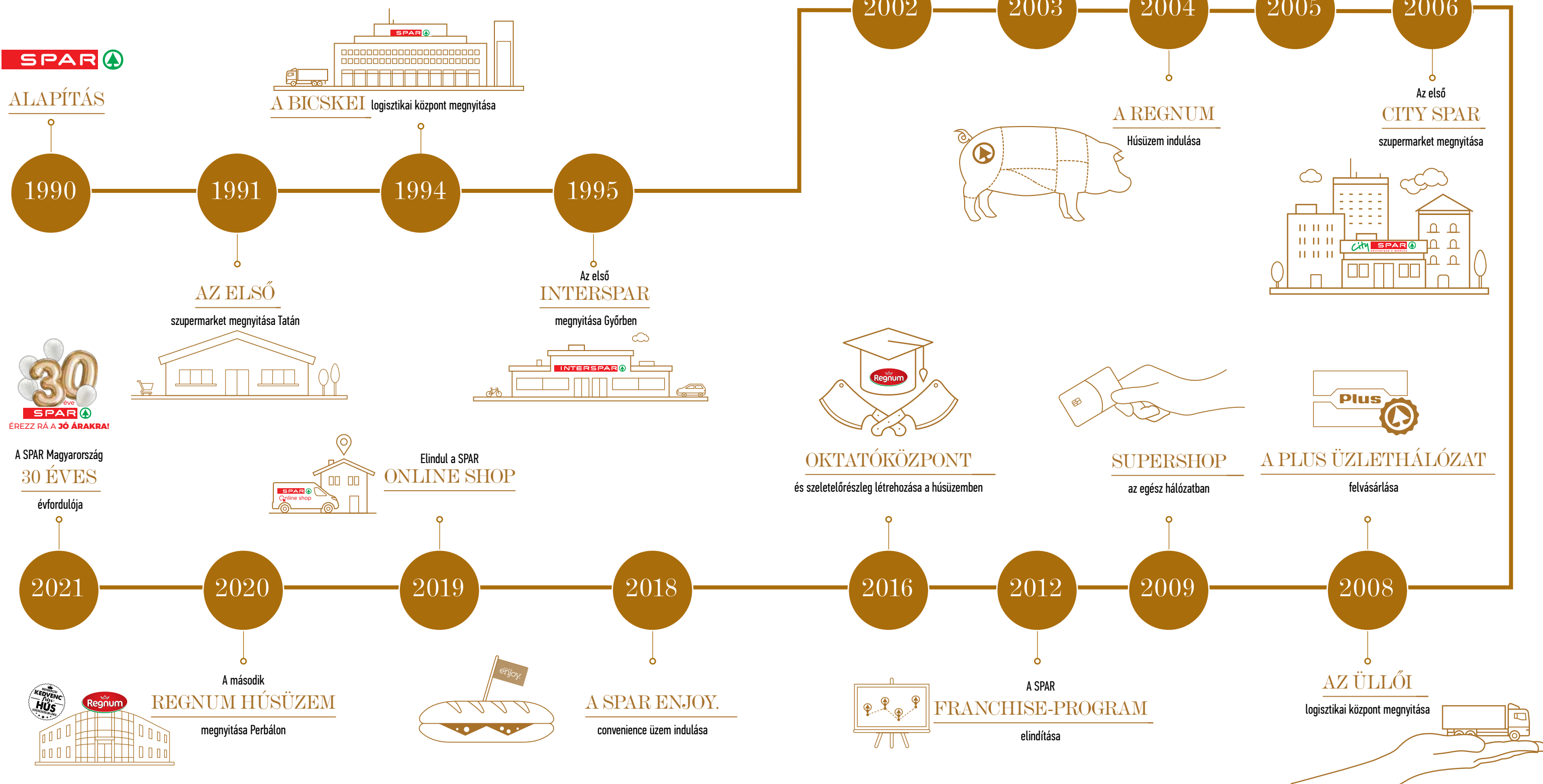
AUSZTRÁLIA

1) A beruházásokat 2020-as árszínvonalra a fogyasztói árindex segítségével számoltuk (Forrás: MNB).

ÜZLETI FILOZÓFIA, ÉRTÉKEK

A vállalat üzleti filozófiája és alapértékei biztosítják a folyamatos, dinamikus fejlődést és a magas szintű kereskedelmi tevékenységet. Az immár 30 éves folyamatos jelenlét a legmarkánsabb értékekhez nyúl vissza, így kerül fókuszba az etikus üzleti magatartás, a minőségi kereskedelem és a vásárlók magas szintű kiszolgálása.

30 ÉV - MÉRFÖLDKÖVEK: TÖRTÉNETÜNK KIEMELT ESEMÉNYEI



GAZDASÁGI HATÁSOK

A SPAR Magyarország a 30 éves működése során meghatározó szereplőjévé vált a hazai gazdaságnak napi fogyasztási cikk kereskedelmi láncként.



A Trade Magazin²⁾ FMCG kiskereskedelmi láncokat bemutató 2019-es üzleti rangsora alapján stabilan tartja már évek óta a harmadik helyezését az éves bruttó forgalom alapján, csekély mértékben lemaradva versenytársaitól. Az üzletek számát tekintve a SPAR az előkelő 4. helyen állt Magyarországon 2019-ben.

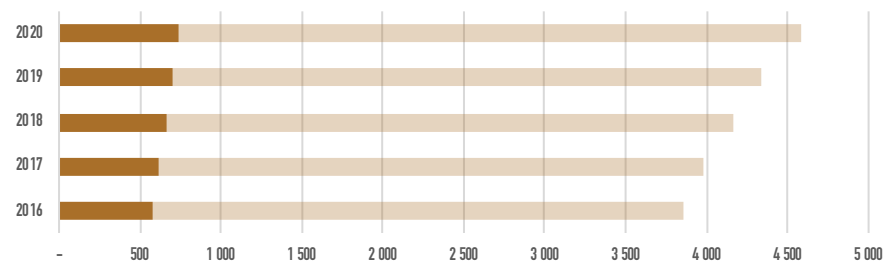
Az utóbbi tíz évben közel duplájára, évente átlagosan 4,4%-kal bővült a kiskereskedelmi forgalom³⁾ a SPAR teljes üzlethálózatában, míg a hazai kiskereskedelmi szektorra⁴⁾ évi átlagos 1,9%-os növekedés volt jellemző. 2020-ban a SPAR saját tulajdonában lévő áruházak kasszaforgalma 671 milliárd forint

volt, míg a franchise-üzletág éves kasszaforgalma 68 milliárd forint, amelyek együttesen 33%-kal növekedtek az öt évvel ezelőtti értékhez képest. A KSH adatai alapján a teljes élelmiszer jellegű vegyes kiskereskedelem üzleti forgalmához⁵⁾ 15-16%-ban járult hozzá a SPAR az utóbbi öt évben.

A hazai teljes és a SPAR kasszaforgalmának megoszlása

(Mrd Ft, 2020-as árszínvonalra átszámítva)

■ SPAR teljes kasszaforgalom
■ Hazai teljes élelmiszer jellegű vegyes kasszaforgalom



Forrás: SPAR-adatszolgáltatás, KSH

A SPAR MAGYARORSZÁG HOZZÁJÁRUL A HAZAI GAZDASÁG NÖVEKEDÉSÉHEZ

A vállalat működése során nagymértékben odafigyelt a hatékonyság emelésére, amelynek hatása egyértelműen érezhető az általa előállított bruttó hozzáadott érték gyarapodásában. Az utóbbi 20 éves periódust vizsgálva évente átlagosan 10%-os növekedéssel hétszeresére emelkedett a SPAR saját üzlethálózata által termelt (direkt) bruttó hozzáadott érték⁶⁾. 2020-ban a megtermelt bruttó

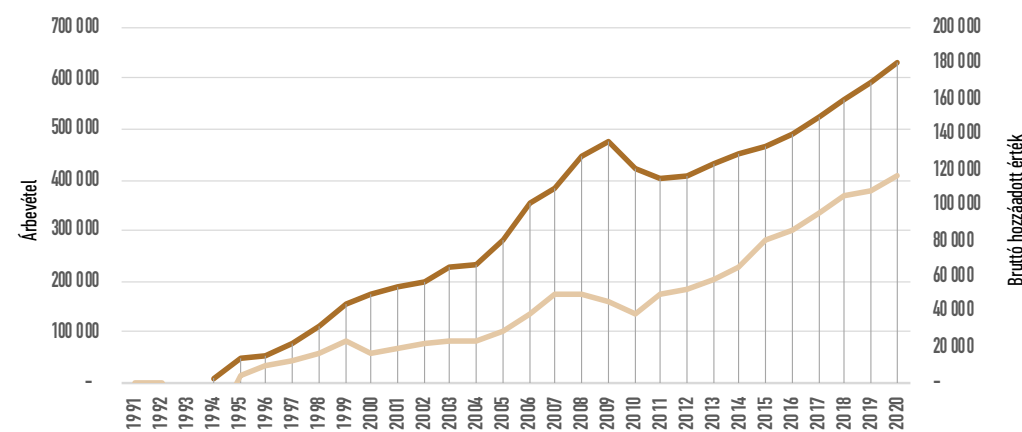
hozzáadott érték 117 milliárd forintnak felelt meg. A szóban forgó évben beszállítókon keresztül indirekt módon⁷⁾ közel 488 milliárd forint bruttó hozzáadott érték termelésével tudott hozzájárulni a vállalat a hazai gazdasági teljesítményhez. Ezáltal 2020-ban a SPAR teljes hatása a magyar gazdaságra – a működésén keresztül – összesen közel 604 milliárd forintnak felelt meg. Ezekkel párhu-

zamosan a SPAR nettó árbevétele⁸⁾ szintén dinamikusabban növekedett, amely alapvetően több komponensből állt: a saját tulajdonban lévő üzletek üzemeltetéséből, a húszüzemek és a SPAR enjoy. convenience üzem élelmiszeripari termeléséből, és egyéb szolgáltatások bevételeiből. Az utóbbi 20 éves időszak árbevételét vizsgálva évente átlagosan 7%-os növekedés a jellemző.

A SPAR Magyarország árbevételének és bruttó hozzáadott értékének alakulása

(M Ft, 2020-as árszínvonalra átszámítva)

■ Árbevétel
■ Bruttó hozzáadott érték



Forrás: SPAR-adatszolgáltatás

2) https://trademagazin.hu/wp-content/uploads/2020/06/FMCG-Kereskedelmi-Toplista-2019_posztem.pdf

3) A SPAR kasszaforgalmi adatait 2020-as árfolyamra a fogyasztói árindex alapján számítottuk át. A kasszaforgalom alatt az áfával növelt, fogyasztói áron számított kiskereskedelmi árbevétel értjük.

4) A hazai kiskereskedelmi szektor átlagos növekedését a KSH Élelmiszer jellegű vegyes kiskereskedelmi üzletek forgalmi adatai alapján számoltuk. A kasszaforgalmat 2020-as árfolyamra a fogyasztói árindex alapján számítottuk át. 2015-től a kiskereskedelmi forgalmi adatok az új, online pénztárgép adatokat is felhasználó módszertan alapján kerülnek előállításra, emiatt az adatok a korábbi évekhez viszonyítva csak korlátozottan összehasonlíthatók.

5) https://www.ksh.hu/docs/hun/xstatad/xstatad_evkozi/e_okfa007a.html

6) A direkt módon megtermelt bruttó hozzáadott érték azt mutatja meg, hogy pénzben kifejezve mekkora az az összeg, amit a SPAR saját tulajdonban lévő üzlethálózata tesz hozzá a beszerzett élelmiszerek, áru- és vegyes cikkek, szolgáltatások értékéhez. A SPAR által közvetlenül megtermelt bruttó hozzáadott érték becsléséhez vállalati mérlegadatokat használtunk. A bruttó hozzáadott érték becslése a következő módon történt: Árbevétel (M Ft) + Aktivált saját teljesítmények értéke (M Ft) - Eladott áruk beszerzési értéke (M Ft) - Eladott (közvetített) szolgáltatások értéke (M Ft) - Anyagköltség (M Ft) - Igénybe vett szolgáltatások értéke (M Ft) - Egyéb szolgáltatások értéke (M Ft). A bruttó hozzáadott értéket a 2020-as árfolyamra a fogyasztói árindex alapján számítottuk át.

7) A beszállítói bruttó hozzáadott érték egyértelműen a SPAR gazdasági hatásai közé sorolandó, hiszen amennyiben a SPAR nem lenne jelen Magyarországon, ez a teljesítmény nem jelenne meg a hazai gazdaság vérkeringésében. Az indirekt GDP-hatás becslése az OECD által hazánk vonatkozásában közölt Ágazati Kapcsolatok Mérlege táblázatok segítségével történt.

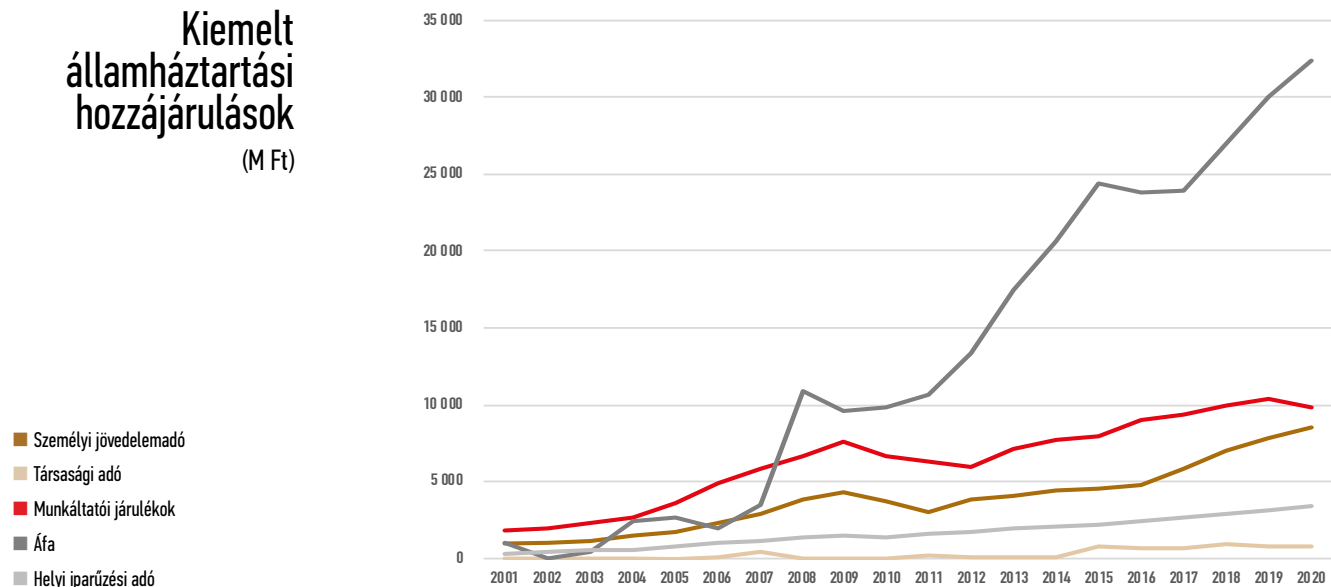
8) Számviteli értelemben nettó árbevétel, azaz az értékesített termékek és szolgáltatások általános forgalmi adó nélkül számított ellenértéke. Az árbevétel 2020-as árfolyamra a fogyasztói árindex alapján számítottuk át. Eladott áruk beszerzési értéke (M Ft) - Eladott (közvetített) szolgáltatások értéke (M Ft) - Anyagköltség (M Ft) - Igénybe vett szolgáltatások értéke (M Ft) - Egyéb szolgáltatások értéke (M Ft). A bruttó hozzáadott értéket a 2020-as árfolyamra a fogyasztói árindex alapján számítottuk át.

A SPAR hazai jelenléte tekintélyes gazdasági hozzájárulást jelent a magyar államháztartás bevételeihez is különböző adó- és járulékbefizetések formájában. Az utóbbi

20 éves periódusra vetítve a SPAR Magyarország adóbefizetései folyó értéken több mint húszszorosára növekedtek, működése során nominálisan összesen 570

milliárd forintnyi⁹⁾ államháztartási hozzájárulás köthető a nevéhez, amelyből az áfa-befizetések a legkiemelkedőbbek.

Kiemelt államháztartási hozzájárulások (M Ft)



Forrás: SPAR-adatszolgáltatás

A HAZAI BESZÁLLÍTÓK IRÁNTI ELKÖTELEZETTSÉG

A SPAR Magyarország régóta elkötelezett a hazai áruk és termelők iránt, aktívan törekszik a magyar beszállítói kör folyamatos növelésére, ezáltal az áruházakban megjelenő kínálatban a magyar termékek kiemelt értékesítésére. A SPAR beszállítói közül a hazaiak aránya az utóbbi tíz évben 85% és 90% között mozgott, a 2020-as beszerzések értékének 89%-a származott hazai szállítótól. Egyes termékesortok esetében pedig kizárólag Magyarországon előállított árukat forgalmaz, tudatosan alakítja ki termékkínálatát, ezzel is támogatva a hazai vállalkozásokat. 2020-ban a koronavírus-világjárvány befolyásolta gazdasági helyzetben fontossá vált a hazai gazdaság védel-

me, megnőtt a jelentősége a hazai termelők és vállalkozások támogatásának, így a SPAR elkötelezettségét megmutatva aktív résztvevőként csatlakozott 2020 őszén is a Magyar Termék Nonprofit Kft. 'Vedd a hazait! Vedd a hazait!' kezdeményezéséhez. Emellett változatos kampányokkal ösztönzi vásárlóit a magyar termékek megvásárlására és aktív az együttműködésekben, amely a magyar üzleti közösség gyarapodását szolgálja. 2018-ban elnyerte a Magyar Termékért Kereskedelmi nivódíjat, amely versenyen azon vállalatokat díjazza a szakmai zsűri, melyek véleményük szerint a legtöbbet tették a hazai termékek értékesítéséért és népszerűsítéséért.

A SPAR hisz a magyar kisvállalkozások erejében és bízik a hazai termékek egyedülállóságában, megbízhatóságában és minőségében, ennek mentén alakítja és fejleszti termékválasztékát is. 2019-ben a magyarországi kiskereskedelemben egyedülálló, új kezdeményezést indított az Agrármarketing Centrummal közösen, a hazai kiskereskedők termékeinek felkarolása érdekében. A Hungaricool by SPAR termékvversenyben újszerű, összetevőiben, előállításában és/vagy csomagolásában egyedi megoldásokat alkalmazó, ötletgazdag, piaci igényekre választ nyújtó, a magyarországi piacon már fellelhető, de lehetőség szerint kiskereskedelmi hálózatban még nem kapható termékek felfedezését tűzte ki célul a SPAR.

„

„A minőségi magyar élelmiszerek egyre nagyobb teret nyernek az áruházainkban, ezáltal járulunk hozzá a hazai agrárium és feldolgozóipar fejlődéséhez. A 2020-as Hungaricool by SPAR innovációs verseny az Agrármarketing Centrum szakmai támogatásával is ezt a célt szolgálta, amelynek köszönhetően egyre több új és eredeti magyar élelmiszertermékkel találkozhatnak hipermarketeink vásárlói. Nagyszerű eredményként értékelhetjük a közel 300 versenyrésztvevőt, amely arra is garancia, hogy hosszabb távú potenciállal rendelkezik a magyarországi élelmiszer-kereskedelmi ágazat.”

Heizler Gabriella, a SPAR Magyarország ügyvezető igazgatója

9) A SPAR adó- és járuléktérheire vonatkozó 2000-2020 közötti adatok folyó áron (nominális értéken) értendők.

Első körben, 2020-ban 10 termékújdonságot választott ki a szakmai zsűri – a cikkek innovatív jellege, a csomagolás milyensége és a piacképesség szempontjai alapján – amelyek bekerültek valamennyi INTERSPAR áruház választékába. 2021-ben pe-

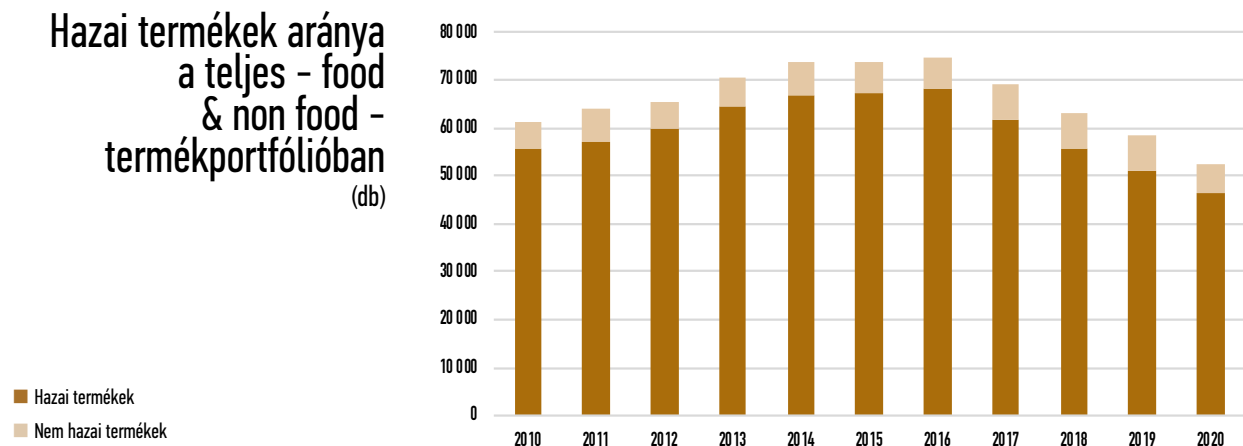
dig egy kereskedelmi televíziós esatorna népszerű startup versenyének keretei között folytatódott a megmérettetés azzal a céllal, hogy felkutassák a hazai, kiváló minőségű élelmiszeripari termékeket gyártó kisvállalkozásokat.



A SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft. a hazai élelmiszerlánc-hálózatban felelősséggel támogatja a magyar vállalkozások fellendítését. Az új termékek és kisvállalkozók bevonásán túl, a már meglévő beszállítói körrel való jó kapcsolat kialakítására és fejlesztésére kiemelt hangsúlyt fektet. A szállítói kör kialakítása során a SPAR Magyarország szabad kezet kap, maga dönti el, hogy mely hazai partnerekkel kíván együttműködni. A beszállítókkal való kapcsolatot a megbízható-

ság és kiszámíthatóság jellemzi, hosszú távú együttműködésre törekszenek és alacsony fluktuációval dolgoznak, többekkel már a kezdetektől fogva együttműködnek. A 2020-as évben több nehézség is adódott a tavaszi fogyasztói magatartás hirtelen változása kapcsán, azonban a vállalat akkor is törekedett a fogyasztók igényeinek maximális kiszolgálására egyes szállítók pénzügyi és technikai nehézségeinek türelmes támogatásával párhuzamosan.

Hazai termékek aránya a teljes - food & non food - termékportfólióban (db)



Forrás: SPAR-adatszolgáltatás

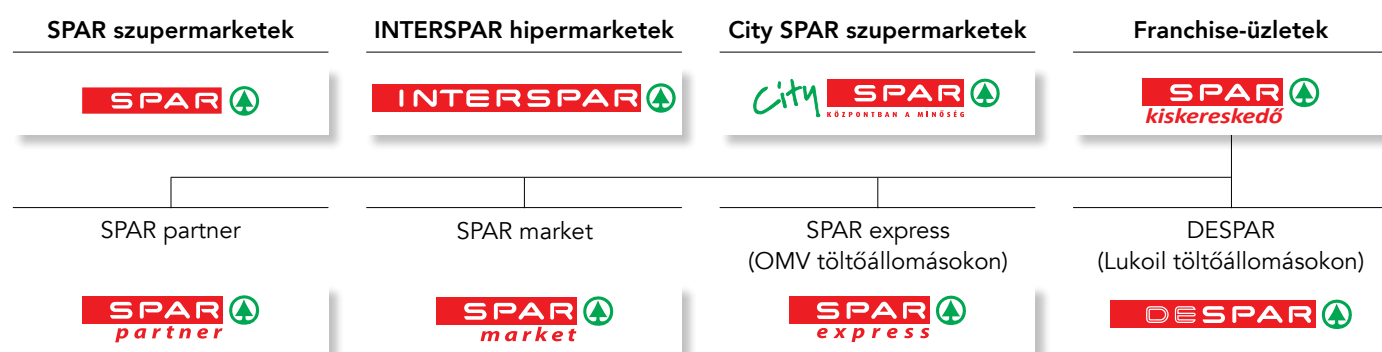
A termékportfólióban megtalálható cikkek legnagyobb része hazai forrásból származik, kiemelkedően magas a magyar beszállítók aránya, hiszen a SPAR nagy figyelmet fordít arra, hogy hálózatában a helyi és regionális

élelmiszertermékek és specialitások minél nagyobb számban jelenjenek meg. Az alapvető élelmiszereken túl olyan termékeket vezet be a választékba, amelyekkel újabb vásárlói köröket tud megszólítani.

ÜZEMELTETÉSI EGYSÉGEK

ÉRTÉKESÍTÉSI TERÜLET

2020-ban a SPAR Magyarország összesen 381 saját üzemeltetésű áruházzal rendelkezett, melyek három típusba sorolhatók: SPAR supermarket, City SPAR supermarket és INTERSPAR hipermarket. A három üzlettípus mellett saját központi büfét és négy, a SPAR online shophoz kapcsolódó átvételi helyszínt¹⁰⁾ is működtet. A franchise-egységek ezenkívül további négy formátumban (SPAR partner, SPAR market, OMV-SPAR express és LUKOIL-DESPAR) vannak jelen országosan.



10) Az online megrendelések személyes átvételi helyszínei a pesterzsébeti, diósdí, szentendrei és tatabányai INTERSPAR üzletek.

SAJÁT ÜZEMELTETÉSŰ ÜZLETTÍPUSOK

324 DARAB

SPAR supermarket

Az üzlettípusra a lakóhely-közeliség jellemző, döntően napi fogyasztási cikkekre való ellátásra szakosodott és minőségi kereskedelmi szolgáltatást nyújt. Az egységek megközelítőleg 400-1000 négyzetméter közötti eladótérrel és széles választékkal rendelkeznek.



23 DARAB

City SPAR supermarket

A City SPAR üzlettípus 2006-ban jelent meg elsőként Magyarországon. Célja az volt, hogy a városközpontokban is megjelenjen a SPAR kínálata a vásárlók számára, így a munkahelyekhez vagy a lakóhelyekhez közelebb lehessen. Jellemzően kisebb alapterülettel rendelkeznek, gyors, kényelmes és jól átlátható kínálatot és bevásárlási lehetőséget megteremtve és teljes körű lefedettséget biztosítva a kisebb és nagyobb volumenű bevásárlások számára. A City SPAR-ok többsége jelenleg a fővárosban üzemel, továbbá Szegeden és Egerben várja egy-egy üzlet a vásárlókat.



34 DARAB

INTERSPAR hipermarket

Hazánkban az első INTERSPAR hipermarket 1995-ben, Győrben nyitotta meg kapuit. Az áruház típus jellegzetessége, hogy a teljes élelmiszer-kínálat mellett egyéb használati cikkeket is forgalmaz széles választékban, egy helyen kielégítve a napi, illetve a nagybevásárlásból fakadó igényeket. Elhelyezkedésüknél fontos kiemelni, hogy a város centrumához képest távolabb, de még mindenki számára könnyen megközelíthető helyen vannak, vagy nagyobb bevásárlóközpontokban helyezkednek el. Eladóterületük eléri a 4000-6000 négyzetmétert.



ELINDUL A SPAR ONLINE SHOP



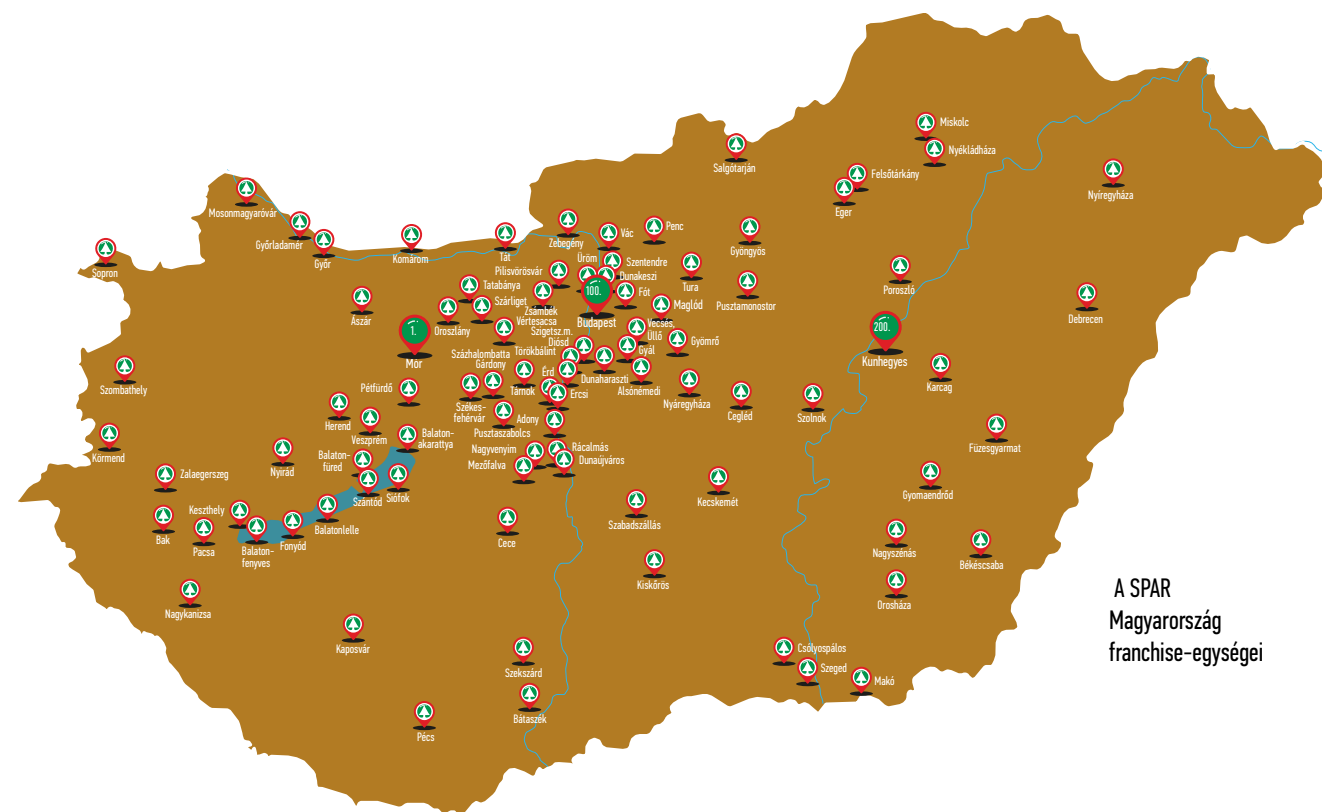
A SPAR 2019 óta biztosítja a házhozszállítási szolgáltatást. A SPAR online shop flottája úgy lett kialakítva, hogy minden termék épp olyan kiváló minőségben legyen átvethető otthon, mintha csak az üzletek polcáról válogatott volna a vásárló. Nem képeznek kivételt ez alól a hústermékek sem, melyeket a speciális kivitelű autókban, folyamatosan hűtve szállítanak ki, biztosítva az egyedülálló minőséget és frissességet. Az új online infrastruktúra kialakítása 960 millió forintnyi saját beruházási forrásból valósult meg. 2020-ra, alig egy év leforgása alatt 62 000 fő fölé nőtt a regisztrált felhasználók száma, amely szám folyamatosan növekszik. Az online rendelési és házhozszállítási szolgáltatás Budapest teljes területén és vonzáskörzetében, valamint a Velencei-tó melletti településeken vehető igénybe. A kiszállítás a diósi, pesterzsébeti és szentendrei INTERSPAR áruházakból történik, továbbá lehetőség van áruházi átvétellel rendelni e három és a tatabányai INTERSPAR-ból is. A szolgáltatás naprakész működését 17 szervező-irányító munkatárs, 69 komissiózó, 6 vevőszolgálati munkatárs és 56 sofőr biztosítja. A szolgáltatás további kiterjesztésén dolgozik a vállalat.

SPAR PARTNER PROGRAM: FOLYTATÓDIK A TERJESZKEDÉS FRANCHISE-ALAPOKON

A SPAR-csoport üzleti stratégiájának szerves részét képezi az áruházak franchise-rendszerben történő üzemeltetése is. A SPAR-csoport a világ egyik legnagyobb önkéntes alapon szerveződött ke-

reskedelmi lánc, amely döntően kiskereskedők franchise típusú szerveződéseként, ugyanazon a néven, egységes logóval, de nem multinacionális alapon tevékenykedik.

Magyarországon a SPAR 2012-ben kezdte meg franchise-rendszerének kiépítését, amely azóta folyamatosan bővül. A franchise-egységek száma az induló 2012-es év 2 áruházához képest, 2020-ra már elérte a 207-et.



A FRANCHISE-HÁLÓZAT KIÉPÜLÉSE

SPAR franchise-üzletek jelenleg 94 településen találhatók meg országszerte. Az első franchise-áruház indulása óta bebizonyosodott, hogy a program népszerű és eredményes üzleti modell, hiszen ennek keretében számos új egység tudott nyílni. A franchise-rendszer stabil, bejáratott üzleti modellé szilárdult az évek alatt és egy szorosan együttműködő kapcsolati rendszerre nőtt ki magát a vállalat történetében. A SPAR ezen keresztül támogatni tudja a hazai kisvállalkozásokat, hogy folyamatos bővítéseket, üzleti és működési fejlesztéseket hajthassanak végre. Ezen a rendszeren keresztül egyre szélesebb fogyasztói körhöz tudnak eljutni a SPAR ismert és kedvelt termékei és szolgáltatásai, amelyek elsősorban hazai forrásokból származnak.

”
SPAR franchise-üzletek jelenleg
94 településen találhatók meg
országszerte.

ÜZLETTÍPUSOK

A franchise-üzlettypusok négy különböző kategória alatt működnek, ezzel biztosítva a sokszínűséget és széles körű elérhetőséget a vásárlók számára.

SPAR partner

A SPAR partner elnevezésű franchise-egységek 200 m²-nél nagyobb alapterületű, magántulajdonban lévő üzletek, amelyek egy SPAR szupermarket mintájára működnek, heti megjelenésű szórólappal. Ezekben a kereskedésekben mindent megtalálunk a vásárlók, amire a mindennapokban szükségük lehet. A már megszokott élelmiszerek mellett SPAR márkatermékek, illetve csak a SPAR-nál forgalmazott prémiummárkák is jelen vannak a poleokon. A vásárlók itt is élvezhetik a cégesoport saját üzleteiben megjelenő akciokat, és használhatják SuperShop pontgyűjtő kártyájukat is.



SPAR market

A SPAR marketek azok a 100-200 m² közötti eladóterű üzletek, amelyekre egy speciális, kétheti rendszerességgel kiadott akciós szórólap érvényes. A magyarországi vegyeskereskedések meghatározó része e méretkategóriába tartozik, és a vásárlók is egyre gyakrabban fordulnak a közelükben megtalálható kisebb üzletek felé. A SPAR számára kiemelten fontos, hogy a közepes méretű market üzletekben a kiskereskedőkkel konzultálva, a lehető leghatékonyabban alakítsa ki kínálatát, így kombinálva a közeli bevásárlás lehetőségét a nagyruházak választékával.



OMV-SPAR express

2013 októberében a budapesti Fehérvári úti OMV töltőállomáson nyitott meg Magyarországon az első olyan szupermarket, amely töltőállomáson kapott helyet. Ez a típusú kiskereskedelmi egység lehetővé teszi, hogy az autósok a tankolás mellett akár napi bevásárlásaikat is gyorsan és egyszerűen elintézhessék – ráadásul mindezt alacsonyabb árszínvonalon, mint ahogy azt korábban megszokhatták. Az OMV-SPAR express üzletek bőséges választékkal és a friss termékek széles skálájával várják vásárlóikat huszon négyórás nyitvatartással az év 365 napján.

LUKOIL-DESPAR

A változó fogyasztói szokások ösztönözték a LUKOIL-töltőállomásokon megnyíló DESPAR üzleteket, melyek azon vásárlók igényeit igyekeznek kielégíteni, akik a tankolással egy időben kisebb-nagyobb bevásárlásaikat szeretnék elintézni, akár ünnepnapokon is. A LUKOIL töltőállomásokon elsőként 2015-ben nyitott ilyen jellegű egység.



”

„A SPAR több évtizedes tapasztalata valóban nagy segítséget nyújtott, hogy a mai vásárlói elvárásnak maradéktalanul eleget tehesünk.”

Dienes Ákos



2014-ben nyitotta újra kapuit Dienes Ákos kiskereskedő üzlete, immáron több mint kétszeres méretű eladótérrel, SPAR partnerként. A SPAR üzletté való átalakulás nemcsak a céget, hanem a területen élő több ezer család mindennapjait is pozitívan érintette.

A SPAR franchise-rendszere Wittner Márton és családjának történetével kezdődött. Az új üzlethálózat-fejlesztési program keretén belül egy 300 m² alapterületű SPAR partner, illetve egy 190 m²-es SPAR market üzletet nyitottak meg.

2 ÜZLET

24 ÜZLET

A FRANCHISE TÖRTÉNETE

2012

2013

2014

2015

2016

2017

2018

2019

2020

11 ÜZLET

75 ÜZLET

Hodováné Weber Judit és Hodován Csaba 2013-ban csatlakoztak a SPAR csapatához balatonfenyvesi kiskereskedésükkel. Az évek során kiemelkedő fejlesztéseket vittek véghez, üzemeltetőként átvették a SPAR egyik fonyódi üzletét is, amit 2019-ben teljeskörűen felújítottak.

A Schneider és Pál család Mezőfalván nyitotta meg első üzletét 2015-ben, amit kettő újabb követett. A tulajdonosok korábban is kereskedelemmel foglalkoztak, így nagy örömmel csatlakoztak a SPAR csapatához.

”

„Azért döntöttem a SPAR mellett, mert egy biztos, erős lábakon álló márkához akartam tartozni.”

Koncz Ágnes



A Mészler házaspár a pécsi egyetemi városrészben található Szliven Áruházban nyitotta meg SPAR market üzletét, ahol a SPAR to Go részleg széles választéka, valamint helyi kézműves beszállítók termékei is megtalálhatóak a kínálatban. Szintén ebben az évben bővült 100-ra a franchise-üzletek száma a képen látható budapesti Ungvár utcai egységgel.

116 ÜZLET

174 ÜZLET

207 ÜZLET



A Czövek család Kunhegyesen 2020-ban alakította át elektronikai üzletét SPAR marketté, ezzel megnyitva a 200. franchise-egységet. A településen nem sok élelmiszerüzlet található, így lehetőséget láttak az élelmiszer-kereskedelem irányába történő elmozdulásban, ezáltal egy kiszámítható és megbízható logisztikával rendelkező céghez társultak.

142 ÜZLET

190 ÜZLET

Koncz Ágnes 2017-ben nyitotta meg két SPAR markete közül az első. Üzleteit igazi családi vállalkozásként üzemelteti, több családtagja is segít azok működtetésében, illetve munkatársait is saját családjaként kezeli.



ÉLELMISZER-TERMELÉSI TERÜLET

REGNUM HÚSÜZEM ÉS OKTATÓKÖZPONT: AZ EGYIK LEGMODERNEBB FELDOLGOZÓÜZEM HAZÁNKBAN

A SPAR jelentős hálózatzbővülése és a nagy volumenű hús- és húskészítmény értékesítése alapozta meg a saját tulajdonú Regnum Húsüzem létesítését 2004-ben. A SPAR-csoport az élelmiszer-kereskedelmi láncok között elsőként kezdte meg a saját üzemben történő húskészítmények gyártását és azóta is egyedülálló ebben a tekintetben.

A Regnum Húsüzem létrehozásával az volt a vállalat célja, hogy magas és ellenőrzött minőségű húskészítményeket biztosítson üzletei számára, garantálva a folyamatos és kiegyensúlyozott kínálatot. A kiváló minőségű friss hús és a SPAR neve a húsfeldolgozó üzem révén teljesen összefonódott és mára a magas minőséggaranciát jelenti a vásárlók számára. A szigorú élelmiszer-biztonsági és -minőségi rendszer az élelmiszergyártás környezeti feltételein túl a hazai beszállítókra is ösztönzőleg hathat. A hazai agrárpiac szereplői számára potenciális fejlődési lehetőségként szolgálhat a vállalat beszállítójává válni. A mezőgazdasági szakemberek teljesítményének növelését elősegíthetik a vállalat által alkalmazott szttenderdek és előírások, amelyek egyben pozitív állatjóléti fejlesztésekkel is párosulhatnak. A gyártóegység 2004-ben 5700 négyzetméteres alapterületével 70 főnek adott munkahelyet. Az üzem évről évre növekedett, amelynek köszönhetően a kezdeti 331

tonna feldolgozott húskészítmény előállításból 2020-ra már évi 40 millió kilogrammra nőtt ki magát. A Regnum Húsüzem egyedülálló módon, a legmodernebb technológiákkal működtetett húsfeldolgozó létesítmény ma Magyarországon. A vállalat az elmúlt 16 év során megközelítőleg 15 milliárd forintot fordított az üzem fejlesztésére¹¹⁾, amelynek köszönhetően a gyártóterület a duplájára növekedett és több gyártósorral is bővült. 2016-ban az üzem egy felvágott- és sajt-szeletelő részleggel, illetve saját oktatóközponttal is bővült. A SPAR fontosnak tartja, hogy ne csupán a lehetőséget, hanem a megfelelő eszközöket és szellemi háttérrel is biztosítsa a húsüzemben dolgozók számára, így a magas színvonalú hentesképzésre nagy hangsúlyt fektet. Az oktatóközpont egyfajta szakmai műhelyként funkcionál és a képzések mellett gyakorlati lehetőséget is biztosít a hentes-, valamint a húsipari termékgyártó tanulóknak.



11) A beruházási adatok a Regnum Húsüzem esetén 2002-től értendők.

368 450

**MUNKAVÁLLALÓ
2020-BAN**

**MILLIÁRD FORINT
BEVÉTEL**

REGNUM HÚSÜZEM ÉS OKTATÓKÖZPONT SZÁMOKBAN¹²⁾

(2004 ÉS 2020 KÖZÖTTI IDŐSZAKRA ÖSSZESÍTVE)¹³⁾

15 464 000 000 6,1

**MILLIÁRD FORINT
BERUHÁZÁS**

**KG SERTÉS-
ÉS MARHAHÚSTERMÉK
FELDOLGOZÁSA**

**MILLIÓ KG
SAJTKÉSZÍTMÉNY
FELDOLGOZÁSA**

A vállalat nem csupán a működtetés, de a fejlesztések során is kiemelt figyelmet fordított a szigorú ellenőrzésre, a nyomon követhetőségre és a kifogástalan szállítói háttérre. A SPAR rendszeresen teljesíti üzlethálózata tekintetében az ISO 9001:2015 szabványt, logisztikai központjai tekintetében az IFS Logistics Standard 2.2 High Level szabványt és a Regnum Húsüzem tekintetében az ISO 22000:2005-ös szabványt, amelyek a SPAR-ban kapható termékek kiváló minőségét garantálják. A 2018-ban eszközölt fejlesztéseknek köszönhetően 2020-ban már a harmadik tisztatér-technológiával üzemelő helyiséget alakították ki, ahol az üzem számos szeletelt termékének allergénmentes csomagolását tudják végezni. 2020-ban egy sikeresen lezárt tranzakciónak köszönhetően a bieskei Regnum Húsüzemet egy perbáli üzemegységgel egészítették ki, amely által nagyobb kapacitással tudják végezni a jövőben a magas minőségű gyártási folyamataikat¹⁴⁾.

A REGNUM HÚSÜZEM FOLYAMATOSAN BŐVÜLŐ, KIVÁLÓ MINŐSÉGŰ TERMÉKKÍNÁLATTAL RENDELKEZIK

A húsüzem maximálisan figyelembe veszi a fogyasztói igényeket, fejlesztéseit igyekszik ennek megfelelően alakítani. 2014 óta a sajtot tartalmazó termékeken kívül valamennyi készítménye laktóz-, glutén- és szójamentes. A Regnum Húsüzem 19 tálcás-friss hús sertés- és marhahústermék 2020-ban Magyar Termék védjegyhasználati jogot kapott. A minősítés garantálja, hogy ezen termékek 100 százalékban hazai alapanyagból, Magyarországon készültek.



AZ ELMÚLT ÉVEK LEGKEDVELTEBB TERMÉKEI

1. Regnum sertéscomb csont nélkül
2. Regnum sertéslapocka csont nélkül
3. Regnum sertéskaraj
4. Regnum sertésstarja
5. Regnum sertés húsozscsont



¹²⁾ A munkavállalók száma a SPAR saját foglalkoztatásában álló és a külsős munkavállalókat is magában foglalja.

¹³⁾ Az árbevétel és beruházási összeg a 2020-as árfolyamra a fogyasztói árinдекс alapján került számításra. Az értékek a perbáli üzemre fordított beruházási adatokat nem tartalmazzák.

¹⁴⁾ A volumenadatok 2020-ra vonatkoznak.

SPAR ENJOY. CONVENIENCE ÜZEM: ÚTON A MAGAS MINŐSÉGŰ KÉNYELMI TERMÉKEK FELÉ

A fogyasztói igények átalakulásával megnőtt az egyszerre gyors és minőségi étkezések iránti igény. A SPAR 2018-as termékfejlesztései között így kiemelt helyet kapott a „convenience”, azaz a kényelmi termékek bővítése, amelynek támogatására a cég egy convenience üzem létrehozása mellett döntött.



”

A SPAR enjoy. convenience üzemének eredményei önmagukért beszélnek, hiszen a nyitás óta több mint 5 940 076 db szendvicset és 1 653 179 ezer kg salátát készítettek el az üzemben.¹⁵⁾



A SPAR enjoy. márka a szendvicsok, saláták, húskészítmények, pékáruk és hűtött levesek mellett számtalan lehetőséget kínál az időszakában lévő vásárlók számára, amely által nem csupán gyors, de változatos, könnyen fogyasztható készleteket is meg tudnak vásárolni. Az üzem működtetése szigorúan ellenőrzött élelmiszer-biztonsági szabályok szerint folyik, így a termelésre a saját márkás termékekre vonatkozó szabályozások érvényesek.

Az 1500 négyzetméteres üzem építése 2017 júliusában kezdődött, majd 2018 márciusában került átadásra. A zöldmezős beruházás költségvetése mintegy 1,2 milliárd forint volt. A legmagasabb élelmiszer-biztonsági követelményeknek megfelelő létesítmény két csomagolószorral kezdte meg működését azzal a céllal, hogy az összes SPAR, City SPAR és INTERSPAR áruházat elássa kényelmi termékekkel. Az üzem növekedése lehetővé tette, hogy a termelés volumene emelkedjen, így 2020-ra a termelési eredménye az induláshoz képest megduplázódott és az árbevétele is látványosan növekedett. Az elmúlt három év alatt összesen majdnem 3,2 milliárd forintnyi¹⁶⁾ bevételt generált az új termelési egység.

15) A volumenadatok 2020-ra vonatkoznak.

16) Az árbevétel a 2020-as árfolyamra a fogyasztói árindex alapján számítottuk át.

AZ ELMÚLT ÉV LEGKEDVELTEBB TERMÉKEI

1. SPAR enjoy. sonkás szendvics
2. SPAR enjoy. rántott húsos szendvics
3. SPAR enjoy. almás-sajtos kukoricasaláta 200 g
4. SPAR enjoy. franciasaláta
5. SPAR enjoy. almás-sajtos kukoricasaláta

LOGISZTIKAI KÖZPONTOK, A HAZAI SZÁLLÍTMÁNYOZÁS ALAPKÖVEI

A SPAR Magyarország első logisztikai létesítménye 1994 óta a bicskei raktárközpont épületegyüttese, amely közel 10 hektáros területen kezdte el működését.

2005-ben a logisztikai központ jelentős átalakításon és bővítésen ment keresztül. A raktárterület így több mint 35 ezer négyzetméter lett, amelyben a szárazáru-, frissáru- és zöldség-gyümölcs raktár is megtalálható. Az üzlethálózat évről évre történő jelentős bővülése miatt szükségessé vált egy újabb logisztikai központ megépítése, így 2008 szeptemberében a SPAR második ilyen létesítménye Üllőn kezdte meg működését. A logisztikai központok fontos szerepet játszanak a hazai raktározás és szállítmányozás fejlődésében.

A folyamatos növekedés mellett a vállalat arra is nagy figyelmet fordított, hogy a működés fenntarthatósági jellemzőit szem előtt tartsa. 2014-ben a logisztikai központok először szereztek meg a Nemzetközi Élelmiszeripari Szabvány (IFS Logistics Standards) szerinti minősítést. A nemzetközileg elfogadott élelmiszer-biztonsági rendszer az áru beérkezésétől a kiszállításig garantálja, hogy a fogyasztókhoz kifogástalan minőségű termékek kerülhessenek. Jelenleg a termékeket 160 tehergépjármű szállítja az ország különböző pontjain található egységekbe, amelyekből a saját szerelvények aránya több mint 67 százalék. A saját flotta biztosítja a vállalat számára, hogy az ellátás biztonságát külső tényezők

ne befolyásolhassák, illetve a flotta alakításának módja lehetőséget nyújt a rugalmas szállítási módokra és a fenntarthatósági szempontok egyszerűbb implementálására.

MODERNIZÁCIÓ A LOGISZTIKAI KÖZPONTOK TERÜLETÉN

2020-ban a SPAR Magyarország saját forrásból 4,5 milliárd forintot fordított két logisztikai bázisának bővítésére. A bicskei központ raktárterülete így megközelíti a 40 ezer négyzetmétert, a beruházáson belül az irodai részleg fejlesztésére is sor került. Az üllői logisztikai bázison egy új, hatezer négyzetméteres – ötezer raklap tárolási kapacitású szárazáru-esernyőt építettek fel, így a meglévő épületben felszabaduló helyet átvehették a frissáruk és a hústermékek. Ezekben belül egy csaknem kétezer négyzetméteres raktározásra alkalmas galériát is kialakítottak, valamint egy új, akár napi négyezer raklap mozgatására alkalmas raklapemelő gépet is vásároltak a beruházásra szánt 2 milliárd forintból.

A két bázis együttes kapacitása így már összesen 100 ezer tonnányi termék raktározására vált alkalmassá, amely tovább tudja növelni az ellátásbiztonságot.

”

A két bázis együttes kapacitása összesen 100 ezer tonnányi termék raktározására alkalmas.



MUNKATÁRSAK ÉS KARRIER

„AZ ORSZÁG EGYIK LEGNAGYOBB MUNKÁLTATÓJA”

A vállalat első évében ötven dolgozóval kezdte meg működését Magyarországon, mára ez a szám megközelíti a 13 000 főt, amellyel jelenleg így Magyarország egyik legnagyobb munkáltatója¹⁷⁾.

2004 és 2007 között, csaknem 3 év alatt duplázódott meg a foglalkoztatottak száma, amelyben fontos szerepe volt a SPAR saját üzemeltetésű egységei elindításának. A húsüzem indulásakor 70 főt foglalkoztatott, azonban a foglalkoztatotti létszám évről évre történő növekedésével 2020-ban már 368-an dolgoztak az üzemben¹⁸⁾. A SPAR enjoy. convenience üzemében fentiekén túl 2020-ban összesen 70 fő dolgozott, míg a Regnum Húsüzem perbáli telephelyének a megvásárlása kapcsán 250 új munkahely átvétele vált lehetővé 2020-ban. Mindemellett a SPAR hálózat esetében, az áruházak számának dinamikus bővülése játszott egyértelmű szerepet a munkavállalók számának folyamatos növekedésében.

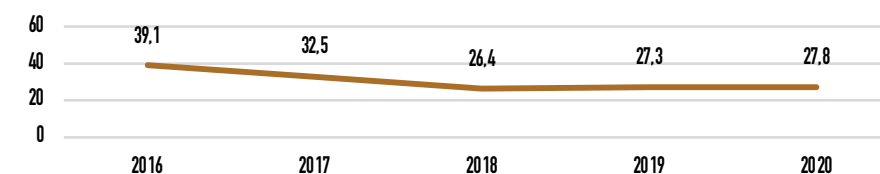
A fluktuációs tendencia 2016 és 2020 között több mint 10%-os javulást mutat a SPAR-nál. A 2016-os 39%-os értékhez képest a következő években erősödés volt tapasztalható, először 7%-os, majd évi néhány százalékos esökkenéssel, 2020-ra 28% körüli értéken stabilizálódott az éves munkatársi létszám változása. A lojalitás hosszú távon megmutatkozik a munkavállalók körében. 2020-ban a munkavállalók 43%-a 7 évnél hosszabb ideje dolgozott a vállalatnál. A 2010-es évre visszatekintve ez az arány a duplájára növekedett, ami az elköteleződés növekedési tendenciáját támasztja alá.

”

2020-ra 28% körüli értéken stabilizálódott az éves munkatársi létszám változása.



SPAR
munkahelyi
fluktuáció
alakulása (%)



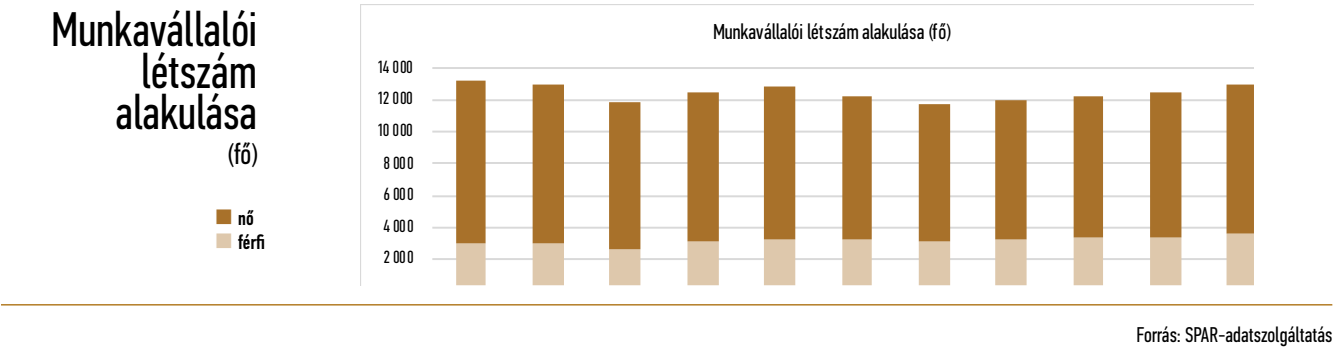
Forrás: SPAR-adatszolgáltatás

17) https://hvg.hu/360/20201027_HVGGrangsor_a_legnagyobb_magyar_vallalatokrol_A_legnagyobbak_es_az_annak_latszok

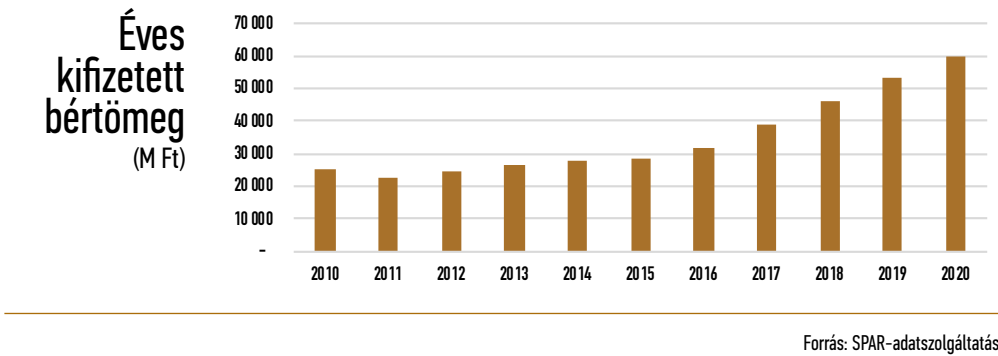
18) A munkavállalók száma a SPAR saját foglalkoztatásában álló és a külsős munkavállalókat is magában foglalja.



A vállalat az üzlethálózat-felvásárlásokat követően kiugró ütemben tudta bővíteni a munkavállalók körét. A férfi-női arányt tekintve a munkatársak több mint 2/3-át hölgyek alkotják.



Az éves bértömeg¹⁹⁾ az utóbbi 10 év viszonylatában növekedést mutat.

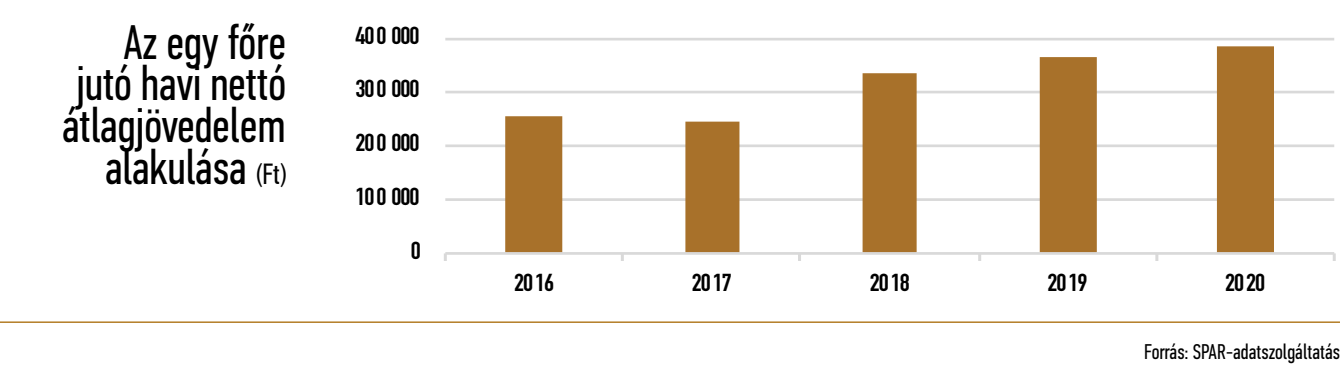


FOLYAMATOS BÉRFEJLESZTÉS

A SPAR Magyarország dinamikusan fejlődik a kiskereskedelmi hálózatát tekintve, ezzel párhuzamosan a foglalkoztatási programjában törekszik a versenyképes és vonzó munkahelyek megteremtésére. A SPAR 2017 és 2020 között összesen folyó áron 33,5 milliárd forint értékű bérfejlesztést hajtott végre.

A vállalat a garantált bérminimum, illetve a minimálbér jogszabályban rögzített mértékéhez képest magasabb bért biztosít munkatársai számára. 2020-ban az elérhető legalaesonyabb bruttó alaphér a legnagyobb létszámot kitevő áruházi munkakörökben a próbaidő alatt 235 ezer forint, próbaidő után 245 ezer forint volt.

19) Az éves bértömeg a következő értékeket tartalmazza: alaphér, pótlékok, túlóra, teljesítménybér, felmentés, szabadság, megváltás, produktív juttatások, jutalmak és 13. havi fizetés.



A SPAR Magyarországnál az egy főre jutó átlagos jövedelem²⁰⁾ egyenletes növekedést mutat, évente átlagosan 11%-os emelés volt jellemző az utóbbi öt évben. 2020-ban az egy főre jutó átlagkereset 388 ezer forint volt, amely versenyképes a kereskedelmi ágazatban. A SPAR munkavállalói stabil jövedelmükkel járulnak hozzá a hazai értéketterméshez.

A SPAR-családban megbecsülik a munkavállalói elhivatottságot, melyet a versenyképes jövedelem biztosítása mellett a vállalat béren kívüli juttatásokkal honorál. Praktikus szolgáltatások és a mindennapokban használható kedvezmények érhetőek el a munkatársak számára, mint például kedvező díjazású bankszámlaesomagok, egyedi mobiltelefon-előfizetési díjak, személyre szabott biztosítási esomagok és kedvezményes üdülési lehetőségek. A munkatársak gyermekei számára, a vállalat nyaranta ingyenesen biztosít szabadidős táborban való

részvételi lehetőséget. A kereskedelmi vállalatok közül egyedülálló módon 13. havi fizetést ad. A dolgozók számára a gépkocsival történő munkába járás esetén a SPAR a törvényi előírásnál magasabb összegű költségterítést nyújt. A vállalat a munkavállalói részére vásárlási kedvezményt is biztosít a saját üzleteiben. Ezeken felül a SPAR Magyaror-

szág szociális támogatási rendszert is működtet a váratlanul nehéz helyzetbe került munkatársak számára. A vállalat 2021-ben is folytatja nagy sikerrel működő dolgozói hűségprogramját, mely során a munkatársak a cégnél eltöltött idő növekedésével arányosan egyre nagyobb béren kívüli juttatási csomagot élvezhetnek.

JUTTATÁSOK

A SPAR Magyarország több típusú béren kívüli juttatással támogatta a dolgozói elköteleződést az utóbbi 15 évben:

- SZÉP-kártya
- Készpénzes juttatás
- Erzsébet-utalvány
- SPAR étkezési utalvány
- SPAR ajándékkártya
- Hideg-meleg étkezési utalványok
- Üzemi étkezés
- A munkába járás költségterítése



20) Az egy főre jutó átlagos jövedelmet a bértömeg alapján arányosítottuk és a fogyasztói árindex alapján számítottuk át 2020-as árszínvonalra.

2016–2020

KÖZÖTTI ÖSSZESÍTETT RÁFORDÍTÁS
A RENDSZERES BÉREN KÍVÜLI JUTTATÁSOKRA,
AMELYEK BEN A LEGTÖBB KOLLÉGA RÉSZESÜLT.

SZÉP-KÁRTYA: 1942 millió Ft

SPAR
AJÁNDÉK-
KÁRTYA: 872 millió Ft

MUNKÁBA
JÁRÁS TÁMOGATÁSA: 4762 millió Ft

A SPAR LEGFONTOSABB
ÉRTÉKEI, AVAGY A FENYŐK

F elölsségvállalás, megbízhatóság

E gész cégben gondolkodás

NY itottság a fejlődésre, változásra

Ő szinte, nyílt kommunikáció

K onstruktív együttműködés

A 15, 25 és 40 éves jubilálók és nyugdíjba vonuló kollégák felé a SPAR vezetősége ünnepléses keretek között külön is kifejezi köszönetét. A szakma legjobbjai kiemelt figyelmet kapnak: „Az év kereskedője”, „Az év logisztikusa” és „Az év termelési szakembere” címet elnyerő kollégák a kitüntetéssel és pénzjutalommal járó elismerést az évente megrendezett Arany Fenyő gálán vehetik át.

A SPAR Magyarország 2018 őszén végzett munkavállalói elégedettségfelmérést, amelyben a válaszadók 70%-a elégedett volt a rá bízott munkával és 58%-ban igazolta, hogy pozitívan látja a szakmai fejlődési lehetőségeit. Következő lépésként a vállalat 2019-ben a kollégáktól érkezett visszajelzésekre reagáló központi, területi és helyi intézkedések megtervezéséről és elindításáról döntött. A munka-magánélet egyensúlyát célzó intézkedések kiszámíthatóbbá teszik a munkaidő és a szabadságok tervezését. A munkaeszközök korszerűsítése pedig hangsúlyossá vált a logisztika, az élelmiszer-termelés és a központi munkahelyek esetében, megkönnyítve a munkavégzést.

KÉTIRÁNYÚ KOMMUNIKÁCIÓ

A SPAR Magyarország stabil munkahelyet, szociális biztonságot és színvonalas munkakörülményeket biztosít munkavállalói számára, a nyílt kommunikáció jellemző a vállalat működésére és irányítására, amely megalapozza a fejlődést és a hatékony problémamegoldást. „Az őszinte kommunikáció alapvető a vállalatnál, így tudunk országos szinten együttműködni és közösen fejlődni.” – fogalmaz a vállalat értékesítési cégvezetője Delbó Lajos. A kétoldalú aktív kommunikáció lehetővé teszi, hogy a vezetők folyamatosan reagáljanak a munkavállalói igényekre, elvárásokra. A dolgozók számára létezik egy úgynevezett „SPAR Bizalomvonal”, ahol lehetőség van észrevételek, panaszok és javaslatok megosztására akár anonim módon is.

A SPAR Vezetői Akadémia pedig – amelyen 61 fő vett részt 2020-ban – a felsővezetői kör fejlesztésére jött létre. A személyre szabott fejlesztés azt a célt szolgálja, hogy egységes és azonos értékrendre épülő vezetői kultúra és nyelv jöjjön létre.

12 922

FŐ MUNKAVÁLLALÓ
MAGYARORSZÁGON

A DOLGOZÓK

97%-a

A 2020-AS ÉV
FŐBB SZÁMAITELJES MUNKAIIDŐBEN
FOGLALKOZTATOTT

A MUNKATÁRSAK

72%-A NŐ, 28% - A FÉRFI

43%

MÁR TÖBB MINT 7 ÉVE
ELKÖTELEZETT DOLGOZÓA MUNKATÁRSAK
ÁTLAGÉLETKORA

40 ÉV

A DOLGOZÓK 9% -ÁNAK
ÉLETKORA

15-24

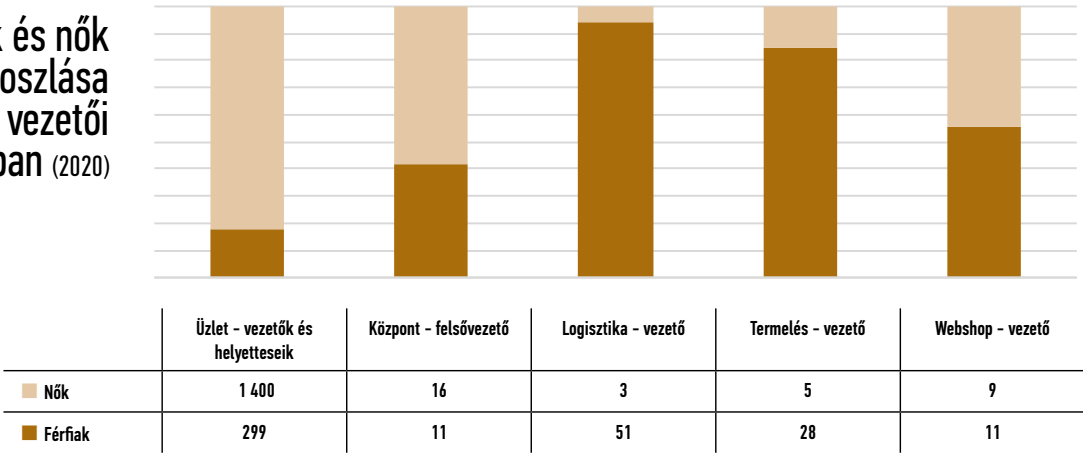
ÉV KÖZÉ
TEHETŐ

A munkavállalók koordinációját 2004 óta a központilag működő HR-osztály látja el. Hozzájuk tartozik a személyzeti költségtervezés, a szervezetfejlesztés, a recruiting, a

képzés, az oktatás, a bérszámfejtés, a munkaügyi, személyügyi ügyintézés, az adatszolgáltatás, a hivatalos szervekkel való kapcsolattartás és a vállalat jóléti kereté-

nek kezelése. Az adminisztráció az SAP integrált vállalatirányítási rendszerén alapszik, a modern digitális elvárásoknak megfelelően.

Férfiak és nők megoszlása a vezetői pozíciókban (2020)



Forrás: SPAR-adatszolgáltatás

A kereskedelem és szolgáltatás szektor tekintetében a legmagasabb a női foglalkoztatottak aránya. A SPAR Magyarország esetében is – profiljából adódóan – a női dolgozók aránya egyértelműen magasabb, amely 72%-ot jelent a teljes létszám tekintetében 2020-ban. Ezen megoszlás a vezetői pozíciókban is tükröződik, hiszen a SPAR vezetőségében 78%-ban hölgyek töltik be az egyes munkaköröket. Ebből is adódóan a vállalat kiemelten figyel a nemek közötti egyenlőség fenntartására, amely szemléletet aktívan hirdetve csatlakozott 2020-ban az Amnesty International Egy lépéssel közelebb – Kampany az egyenlő bérekért Magyarországon kezdeményezéséhez.

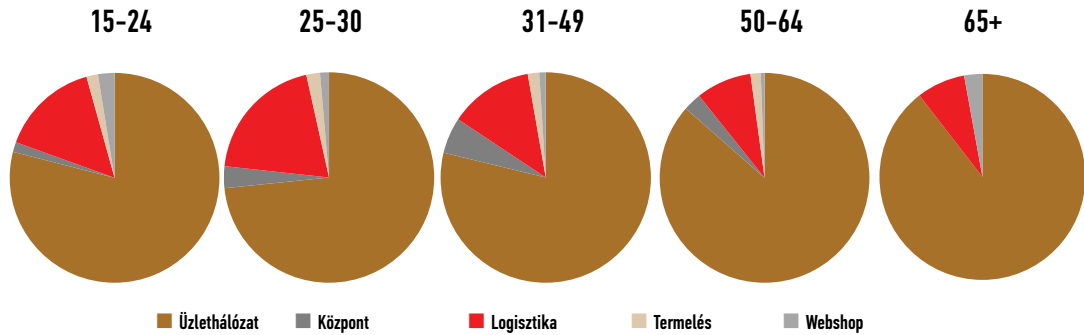
MUNKAVÁLLALÓI ÉLETÚT A SPAR-NÁL

A SPAR életkortól függetlenül nyitott új munkatársak alkalmazására a foglalkoztatá-

si területein. A pályakezdekők elsősorban az üzlethálózatban vagy a logisztika területén helyezkednek el, ahol a jövőben adott a továbblépési lehetőség is. A középső generációk esetében az arány jobban eltolódik az élelmiszer-termelő üzemek és a logisztikai terület felé, míg az 50 év feletti korosztály esetében szintén az üzlethálózatban való foglalkoztatottság a jellemző. A SPAR koresoportok szerinti megoszlása érzékelteti, hogy minden korosztály számára tud ajánlani vonzó munkalehetőséget a vállalat. A SPAR jövőjének záloga a munkatársakban rejlik, éppen ezért a dolgozók folyamatos fejlesztésére és a szakmai utánpótlás nevelésére nagy hangsúlyt fektet. A munkatárs-fejlesztő program egyik eleme az üzletvezető gyakorlati program, amely által a résztvevők a sikeres felkészülés, a befektetett pluszmunka és a

témazáró prezentáció után magasabb beosztásba kerülhetnek: áruházvezető vagy áruházvezető-helyettesi pozícióban folytathatják tovább a karrierjüket. Mind a fizikai, mind a szellemi munkavégzésű területeken működik képzési program. 2004 és 2020 között összesen 76 különböző típusú képzés közül választhattak a kollégák. Tudásukat bővíthették olyan készségekben, mint például az értékesítés, a kommunikáció és marketing, a munkaszervezés, az időgazdálkodás, az általános kereskedelmi ismeretek, az eladói készségek, a számítástechnika, az idegen nyelvek ismerete és az adatvédelem. Elérhetőek olyan képzések is, amelyek az egyes termékekre, termékismeretre vonatkoznak, de a kötelező munka- és tűzvédelmi oktatás is szerepel a képzési listán. Az újonnan csatlakozó kollégák beilleszkedését pedig egy

A munkatársak korosztály szerinti megoszlása



Forrás: SPAR-adatszolgáltatás

A SPAR TÖBBSZINTŰ KARRIERPROGRAMJA

GYAKORNOKI PROGRAMOK

Trainee programok • Nemzetközi trainee program • Üzletvezetői gyakorlati program • Szakmai gyakorlat • Duális képzés (felsőoktatásban) • Nemzetközi Future Leaders Program

DOLGOZÓI KARRIERPROGRAMOK

Top Eladó Képzés • SPAR Mester Képzés

KÖZÉPVEZETŐI KÉPZÉSEK

Vezetői készségfejlesztés • Coaching

FELSŐVEZETŐI PROGRAM

SPAR Vezetői Akadémia





LÁSZLÓ MA AZ ELLÁTÁSILÁNC- TERÜLET MUNKATÁRSA

„Az élelmiszer-kereskedelmi szakirány után szerettem volna a gyakorlatban kamatoztatni a tudásomat és új ismeretekre szert tenni. A program lehetővé tette, hogy megismerjem az élelmiszerüzletek működését, miként kell munkafolyamatokat koordinálni. A programba belépő gyakornokok betanulását egy mentor segíti. Sokat jelentett nekem, hogy nem egy üzletben zajlott a betanulási program, hanem több, különböző profilú üzletben, ezáltal több példát láthattunk a boltok működésére.”

Karacs László, az üzletvezető gyakornoki program résztvevője

A SPAR törekszik arra, hogy a pályakezdő fiatalok számára vonzó karrierlehetőséget biztosítson. A felsőoktatásban tanulók részére duális képzési lehetőséget biztosít, melynek népszerűségét bizonyítja a magas részvételi arány. Összesen 34 diák vett részt a programban 2016–2020 között, közülük 60% lépett tovább a SPAR csapatába teljes foglalkoztatásban. A duális képzés értékes tapasztalatot ad és a képzés elvégzését követően enyhíti a munkaerőhiányt, amely a szakképzett munkaerő tekintetében mutatkozik meg leginkább. A logisztikai központok saját humán erőforrás-állománnyal rendelkeznek, ezért a létesítmények műszaki fejlesztésén túl az ott dolgozók képzésére szintén nagy hangsúlyt fektet a vállalat. Duális szakképzési rendszere keretein belül például logisztikai ügyintéző ágazatban biztosít gyakorlati helyet a tanulók számára.

A SPAR Magyarország a szakképzésre is figyelmet fordít. 2016–2020 között 8203 tanuló vett részt a programban. A diákok 5,5%-a lett a cég munkatársa. A közoktatást azzal támogatja a vállalat, hogy a fiatalok rugalmas munkaidőben, a tanulmányaikhoz igaz-

ítva tekinthetnek be az üzleti működésbe és ezzel egyidejűleg szerezhettek szakmai tapasztalatot, ami hatással van pályaválasztási döntésükre.



„Élelmiszerterméknölként számomra óriási lehetőség volt, hogy mindaz, amit az egyetemen tanítottak, azt a gyakorlatban kipróbálhattam. Több esetben előbb szereztem meg a szakmai tapasztalatot, mely a későbbi tanulmányok alatt sokat segített. Megtanultam, milyen folyamatok léteznek egy termék fejlesztése során, különösképpen a saját márkás termékek esetében.”

Mihály Klaudia, a duális képzés résztvevője

KLAUDIA MA A MINŐSÉG- BIZTOSÍTÁSI TERÜLET MUNKATÁRSA

VÁSÁRLÓI ÉLMÉNY

A SPAR Magyarország kiemelten kezeli a vásárlói élmény növelésére vonatkozó fejlesztéseit, szerethető és praktikus újításokat kínál vásárlóinak, amelyekből élménnyé válik a bevásárlás hétköznapi tevékenysége.

A vállalat már 30 éve a megbízhatóságra helyezi a hangsúlyt, hogy minden élethelyzetben megfeleljen a vásárlói igényeknek. Legyen szó egy gyors ebédről a munkaszünetben vagy minőségi alapanyagokról az otthoni főzéshez, a vásárlók megtalálják az igényeikhez illő termékeket.

A SPAR márkaértéke erőteljesen növekedett a működése kezdete óta: a minőségi saját márkás termékek, a prémiumkülönlegességek és hűségprogramok erősítették a márka népszerűségét. A SPAR teljes mértékben elkötelezett, hogy olyan termékeket biztosítson, amelyek megfelelnek a vásárlói igényeknek minőségben, frissességben, miközben tekintettel vannak a fenntarthatósági törekvésekre és az egészséges életmód ösztönzésére. A vállalat elemi célja, hogy minél több hazai

terméket kínáljon a vásárlóknak, a magyar gazdaságot élénkítse a hazai beszállítók segítségével.

A SPAR figyelemmel kíséri a vásárlói visszajelzéseket, aktív online jelenlétével betekintést ad a mindennapos működésébe, beszámol az új üzletek kialakításáról, a Regnum Húsüzem egyedülálló működéséről vagy éppen az aktuális termékajánlatokról. Az online csatornákon keresztül lehetőség van a vásárlói igények és a szolgáltatásokra adott visszajelzések megismerésére, amelyek a folyamatos fejlesztéseket ösztönzik. A vásárlók pedig megismerhetik, hogy milyen a SPAR-családhoz tartozni. A vállalat jelen van a Facebook-on, a YouTube-on, a Twitteren, a Pinteresten, az Instagramon, a LinkedInen és a Wikipédián.



INFRASTRUKTURÁLIS FEJLESZTÉSEK

A SPAR fejlesztési stratégiájában kiemelten fontos, hogy ne csupán a belső tereket modernizálják, de nagy hangsúlyt fektessenek arra is, hogy az áruházi vásárlás valódi élmény legyen és a vásárlók minél magasabb színvonalú szolgáltatásokkal találkozzanak. A SPAR Magyarország az új üzletek kialakítása vagy a meglévő egységek modernizálása során a vásárlói élmények mellett a fenntarthatósági szempontokra is egyaránt figyelmet fordít. A SPAR áruházai jól teljesítenek és a helyi érintettekkel, az önkormányzatokkal és civil szervezetekkel pozitívan alakul a kapcsolatuk. A vállalat – ahol jelenléttel bír – lehetővé teszi az adott település infrastrukturális fejlesztését (pl. játszóterek kialakítása, parkolók létrehozása, útszakaszok felújítása). A SPAR fejlesztéseiben az önkiszolgáló kaszák kiépítése és az online vásárlás lehetőségének megteremtése újabb mérföldkövet jelentett. A beruházásokra – mindent egybe véve – a működés kezdete²¹⁾ óta összesen 647 milliárd forintot fordított a vállalat 2020-as árszínvonalon.



TATAI INTERSPAR

2019 nyarán nyílt meg a vállalat 34. magyarországi INTERSPAR üzlete, amely 4,2 milliárd forintos saját forrásból épült fel. A beruházás egy 5200 négyzetméteres épületkomplexum felépítését jelentette, amelyből az INTERSPAR üzlet 2600 négyzetmétert tesz ki, a fennmaradó területeken pedig további üzletek, szolgáltatók kaptak helyet. A belső kialakításon túl a külső infrastruktúra korszerűsítésére nagy hangsúlyt helyezett a vállalat, így egy 450 férőhelyes parkolóhely, elektromosautó-töltő állomás és kerékpártároló is megépült. A hipermarket szomszédságában pedig egy modern játszóteret alakítottak ki.



21) A beruházási adatok 1992-től kerültek bevonásra, az éves összegeket a 2020-as árfolyamra a fogyasztói árindex alapján számítottuk át.



FRISSESSÉG: A SPAR EGYIK LEGFONTOSABB ALAPELVE

A termékportfólióban a SPAR üzlethálózatának egyik legnagyobb erőssége a széles választék friss árucikkekből: hús-, pék-, illetve zöldség-gyümölcs árúk és tejtermékek állnak a vásárlók rendelkezésére, amelyek a napi bevásárlás alapjai. A friss termékek mára kiegészültek félkész és azonnal fogyasztható termékekkel. Az újdonságok között kész szendvicsek, pizzák, saláták, helyben sütött ropogós pékáruk, grillezett finom falatok, hidegkonyhai készítmények szerepelnek. Az üzletek kialakítása során a belső tér tervezésekor fontos figyelmet kap a friss áruk elhelyezése.

A zöldség-gyümölcs, a pékáru-, a hús- és csemege, valamint a tejtermékek dekoratív és korszerű módon kerülnek a fogyasztók elé. Emellett sok üzletben kialakításra kerültek a grillpultok, ahol frissen sült és azonnal fogyasztható termékek közül tud választani a vásárló. A SPAR enjoy. saját márkás kényelmi termékek gyors, ugyanakkor minőségi, tartalmas étkezést jelentenek a rohanó hétköznapiakon. A választékban megtalálható különleges termékek a legkifinomultabb ízlésű vásárlóknak is megfelelnek. A SPAR számtalan üzletében elérhetőek az ún. „SPAR

to Go” – előre elkészített élelmiszerek, illetve hideg- és melegkonyhás éttermek is működnek egyes áruházakban. A Regnum saját márkás termékeket 2004 óta Közép-Európa egyik legkorszerűbb húsüzeme biztosítja. A bieskei húsüzem – 2020-tól egy másik, Perbálon működő feldolgozóegységgel kiegészülve – kizárólag minősített tenyésztőtől és hússzállítótól származó állományból dolgozik. Az alapanyagok a legrövidebb idő alatt és rendkívül szigorú minőség-ellenőrzés mellett kerülnek feldolgozásra.

2011

Kialakításra kerültek a SPAR to Go egységek. Az önállóan működő, étkezésre alkalmas snackbárok a helyben készített, azonnal fogyasztható, friss alapanyagokból készült szendvicsek, zöldség- és gyümölcs-saláták, hidegkonyhai készítmények, meleg ételek és forró kávék gazdag választékával várják a vásárlókat.

2018

A SPAR enjoy. convenience szendvics- és salátaüzem 2018-ban indította el a termelést, mely mögött értő kezek készítik friss, javarészt saját forgalmazású alapanyagokból a gyors napkezdés, egy sietős helyzet vagy egy lopott kényeztető pillanat hozzávalóit. A SPAR enjoy. márkanév alatt nemcsak a SPAR saját készítésű szendvicseit és salátáit találjuk meg, hanem gondosan válogatott és kiválasztott egyéb finomságokat is.



A SPAR MINŐSÉGBIZTOSÍTÁS-ALAPPILLÉREI

**LABORATÓRIUMI
ELLENŐRZÉSEK**
ELVÉGZÉSE
ÉVENTE TÖBB ALKALOMMAL

BESZÁLLÍTÓI ELVÁRÁS
AZ EAN 128-AS
KÓDRENDSZER (AMI NUMERIKUS ÉS
ALFANUMERIKUS ADATOKAT TÖMÖRÍT) BIZ-
TOSÍTÁSÁRÓL, AMELY A TERMÉKEK NYOMON
KÖVETHETŐSÉGÉT SZOLGÁLJA

A MENNYISÉGI ÉS MINŐSÉGI ÁRU
ÁTVÉTEL UTÁN A TERMÉKEK
FIFO
„FIRST IN, FIRST OUT”
RENDSZER SZERINTI,
SZAKOSÍTOTT TÁROLÁSA



A SPAR MAGYARORSZÁG ELKÖTELEZETT A LEGMAGASABB SZINTŰ ÉLELMISZER-BIZTONSÁG MELLETT

Immár 30 év tapasztalat áll a SPAR Magyarország mögött. A minőség biztosítása kiemelt fontosságú már a kezdetek óta. Az évek során szerzett különböző tanúsítványok igazolják, hogy a rendszer megfelelően, magas sztenderdek szerint kiépített.

A SPAR beszállítói felé szintén magas elvárásokat támaszt. Az együttműködő partnereknek a jogszabályoknak megfelelő minőségirányítási és/vagy élelmiszer-biztonsági rendszerekkel kell rendelkezniük, emellett információval kell szolgálniuk az átadott termékekről – megkülön-

böztetve hasonló, forgalomban lévő egyéb árucikkekétől. A saját márkás termékeket beszállító cégeknek a követelmények betartását évente audit felülvizsgálaton kell bizonyítani, amit a SPAR-os élelmiszer-mérnök kollégák és külső szakértők közösen végeznek. A szállító és az üzletek között kitűnően kialakított logisztikai lánc biztosítja a termékek minőségmegőrzését, illetve az élelmiszerek biztonságát. A minőségirányítási rendszerüket a vállalat évente revideálja saját és külső szakértőkkel: a SPAR működtet belső audit-folyamatot és létezik éves tanúsító/felülvizsgáló audit külső tanúsító cég által. A saját márkás termékek ellenőrzésére szigorú követelményrendszer vonatkozik. A hatályos nemzeti és Európai Unió jogszabályok, iparági gyakorlatok, gyártói specifikáció és a Magyar Élelmiszerkönyv követelményei mind érvényesek.

TERMÉKVÁLASZTÉK FEJLESZTÉSEK

A SPAR folyamatosan törekszik a változó vásárlói igények kiszolgálására: termékválasztéka bővítésének egyik fő pillére az egészségvédelem. A vállalat a napi fogyasztási cikk kereskedelemben elsők között kommunikált az egészséges életmód fontosságáról és változtatott a portfólióján a vásárlói igények szerint, amikor a fogyasztói körben először jelentkezett ilyen irányú kereslet. A SPAR saját márkás termékei körében szintén helyet kaptak az egészséges életmódot támogató áruelemek. A speciális igényű táplálkozás étrendjeinek összeállításban is támogatja a cég a vásárlókat, 2009-ben a gluténérzékeny és laktózintoleranciával élők számára az élelmiszer-kereskedelmi láncok között elsőként, saját márkás kategóriában bevezette a glutén-, illetve tejukormentes élelmiszerekből álló termékesaládját.

”

A saját márkás termékeket beszállító cégeknek a követelmények betartását évente audit felülvizsgálaton kell bizonyítaniuk, amit a SPAR-os élelmiszer-mérnök kollégák és külső szakértők közösen végeznek.

SAJÁT MÁRKÁK: A VÁLLALAT TERMÉKCSALÁDJAI

A keresett brand termékek mellett az áruházakban megtalálhatók a kiváló minőségű és kedvező árú saját márkás termékek, ezek között a különleges fogyasztói igényeket kielégítő árucikkek is.



A vállalat több mint 30-féle saját termékes-ládja közül az egyik legkeresettebb a SPAR márka. Amit a SPAR saját márkás termékei ígérnek: „Jó minőség, kompromisszumok nélkül.” A SPAR Magyarország 1997-ben kezdett – saját cégnevével ellátott – termékeket bevezetni a piacra, azóta pedig folyamatosan fejleszti a kínálatot.

A NIELSEN által készített vásárlói trendkutatás és vevőelégedettségi felmérés, amely 2019 egész évét és 2020 első negyedévét vizs-

gálta, azt igazolta, hogy a SPAR Magyarországon saját márkás termékei jól teljesítenek. Ezen termékek aránya 2020-ban szinte vál-

tozatlan a termékportfólióban a korábbi évhöz képest: az élelmiszer területen 29,9%, amíg a vegyi áru kategóriában 18,6%.

2020-ban a SPAR saját márkás termékeinek aránya élelmiszer területen 29,9%, míg a vegyi áru kategóriában 18,6%.



VÁSÁRLÓI ELÉGEDETTSÉG ÉS HŰSÉG

A SPAR a vásárlói hűséget meghálálja, változatos programokat és kedvezményeket biztosít a vevőinek. 2004 óta évente több alkalommal hirdet exkluzív pontgyűjtési akciókat, amelyekkel különleges termékekhez lehet hozzájutni kedvezményes áron.

A legelső pontgyűjtő akcióval Tefal termékeket lehetett vásárolni, ezt követően további prémiumminőségű termékek lettek elérhetőek, többek között WMF Diadem főzőedények, WMF Boston evőeszközök, Zwilling Five Star kések, Arzberg és Kaiser sütőedények, valamint Thomas edények. 2013-ban Kappa márkatermékeket lehetett beszerezni, 2014-ben Alessi evőeszközök és étkészletek, 2015-ben pedig Ellehammer bőröndök és táskák kerültek promotálásra. A legnépszerűbb akció a Garfield matricagyűjtés lett, amely mind a fiatalok, mind az idősebbek körében hatalmas sikert aratott.

A PANDÉMIA KERESKEDELMI HATÁSAI

2020 egy rendkívüli évné tekinthető a SPAR történetében is. A pandémia a kereskedelemben mély nyomokat hagyott. A korlátozó intézkedésekhez az élelmiszer-kereskedelem szereplőinek, ahogy mindenki másnak is, alkalmazkodniuk kellett. A vásárlói szokásokat több, korábban nem jellemző tényező befolyásolta. A SPAR annak érdekében, hogy biztosítsa a biztonságos vásárlást, tájékoztatókat helyezett ki az üzletekben, amelyeket online is elérhetővé tett a vevők számára. Kézfertőtlenítő adagolókkal látta el áruházai bejáratát, valamint egyszer használatos fóliakésztyűket és maszkokat is biztosított a bevásárláshoz. A SPAR a kínálatában megnövelte a fertőtlenítő- és tisztítószer, illetve a

gyorsabban fogyó alapvető élelmiszerek arányát. A járványügyi veszélyhelyzetben történő könnyebb és gyorsabb fizetés érdekében a SPAR javasolta a készpénz nélküli fizetést, illetve az önkiszolgáló kasszák használatát. A vásárlók és a munkatársak védelmének érdekében pedig úgynevezett leheletvédő plexiket telepített a kasszáknál.

”

2016–2020 között évente
átlagosan
3 hűségakcióval és
17 promóciós
kezdemenykezéssel
találkozhattak a vásárlók.

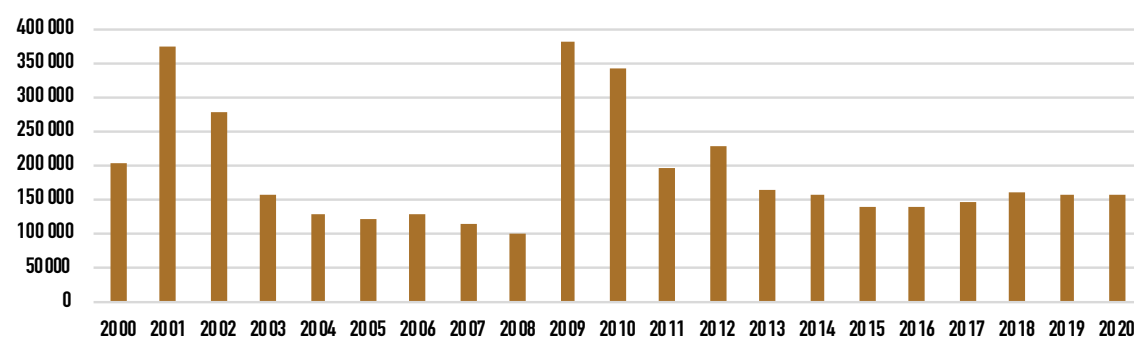


SUPERSHOP: A SPAR HŰSÉGPROGRAMJÁNAK MÉRFOLDKÖVEI

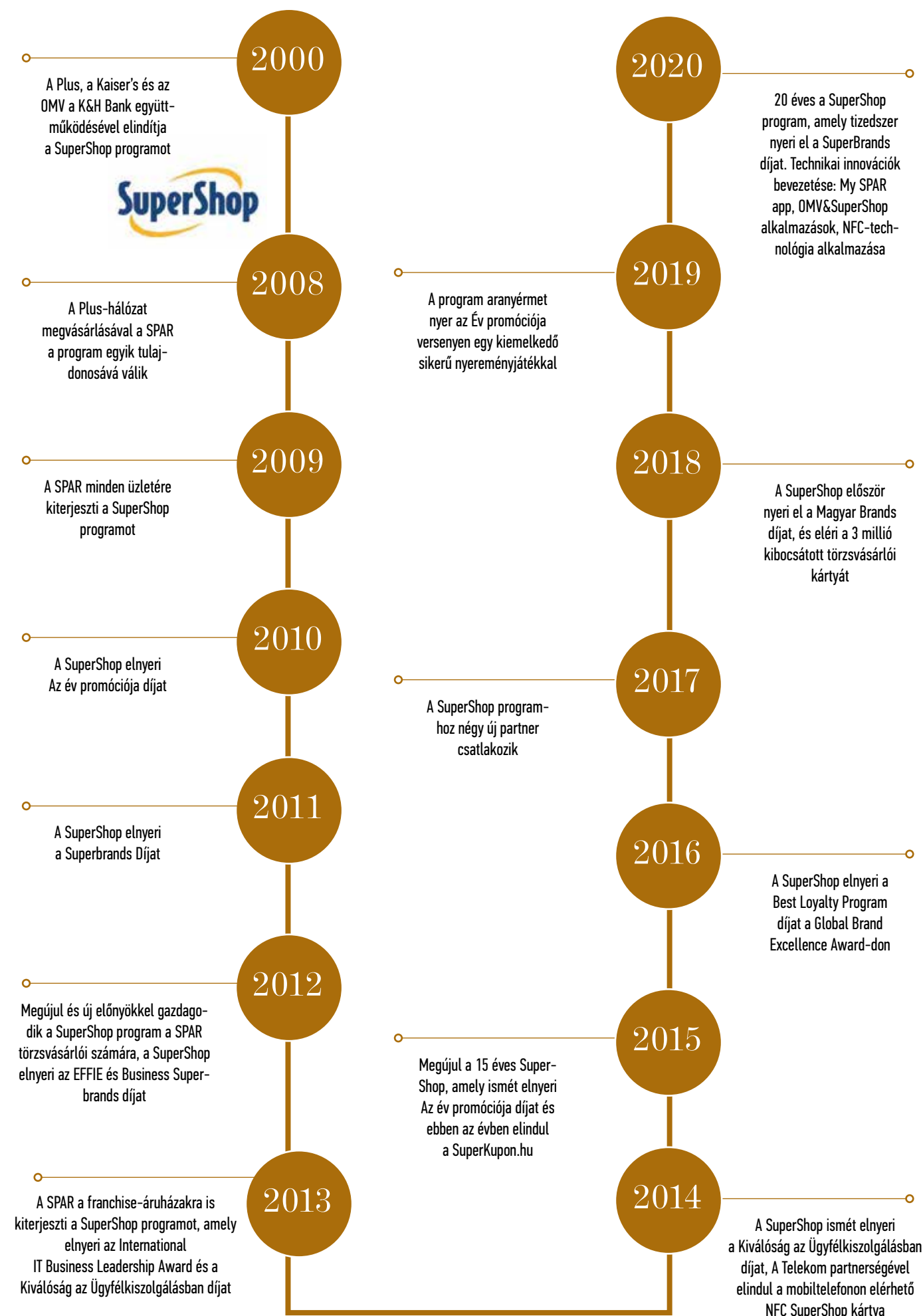
A SuperShop program a SPAR Magyarország legismertebb hűségprogramja, a hazai törzsvásárlói programok között piacvezető szerepe van. Az együttműködő partnerek köre folyamatosan bővül a kezdetek óta. A program egy olyan pontgyűjtő kártyára épül, amellyel a kártyabirtokosok egy saját, banki biztonságú folyószámlán gyűjthetik a vásárlásokat követően a pontjaikat, melyek felhasználhatók csaknem 800 elfogadóhelyen.



Az évente kibocsátott SuperShop kártyák száma (db)



Forrás: SPAR-adatszolgáltatás



KÖRNYEZET- VÉDELEM: A SPAR KÖRNYEZETTUDATOS INTÉZKEDÉSEI KIBOCSÁTÁS

A vállalat üzleti filozófiájának sarkalatos pontja a környezettudatos vállalatirányítás, emiatt kiemelt figyelmet fordít arra, hogy negatív környezeti hatásait minimalizálja. A SPAR Magyarország működésének egyik alappillére a környezettudatosság népszerűsítése és az ehhez szorosan kapcsolódó eljárások széles körű alkalmazása. A kiskereskedelmi áruházlánc teljes működését a tudatos, fenntartható vállalatirányítás jellemzi.



SPAR
A FENNTARTHATÓ JÖVŐÉRT

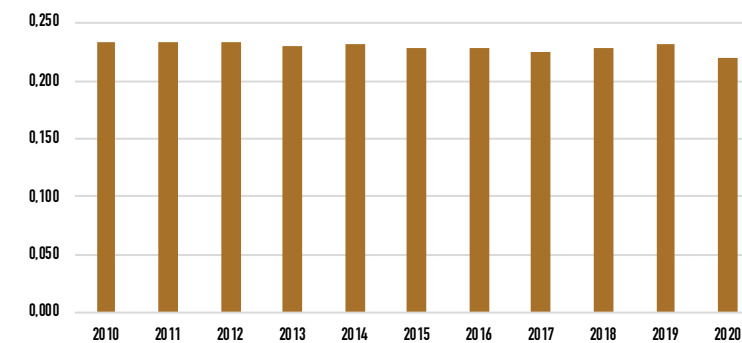
”

A hálózatban a 2010-es bázisévhez képest 2020-ra 8%-kal csökkent a teljes szén-dioxid-kibocsátás.

SZÉN-DIOXID-KIBOCSÁTÁS CSÖKKENTÉSE

A SPAR elsődleges kibocsátási forrása a működési helyszínekhez köthető villamos energia, a fűtéshez használt földgáz és távhő, illetve a saját flottához kapcsolódó üzemanyag-használat. A vállalat energia-megtakarítás terén megfogalmazott intézkedéseinek és az üzletek modernizálásának köszönhetően a hálózatban²²⁾ a 2010-es bázisévhez képest 2020-ra 8%-kal csökkent a teljes szén-dioxid-kibocsátás, fajlagos értéken²³⁾ 6%-kal sikerült azt mérsékelni.²⁴⁾

A SPAR
hálózat
fajlagos
szén-dioxid-
kibocsátása
(tCO₂/m²)



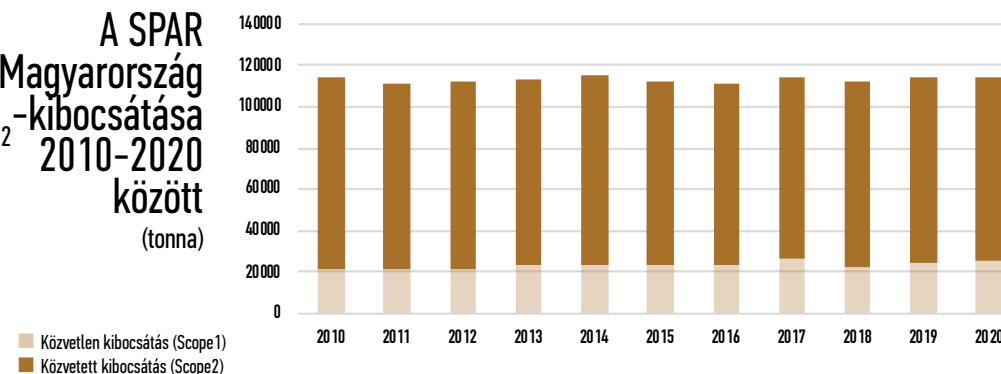
Forrás: SPAR-adatszolgáltatás

A kibocsátás forrásai alapján elmondható, hogy a SPAR Magyarország²⁵⁾ működésének teljes közvetlen (Scope 1) szén-dioxid-kibocsátása magasabb értéket érhet el a saját flotta üzemeltetéséből adódóan, szemben

azokkal a kereskedelmi láncokkal, amelyek ezt a logisztikai folyamatot kiszervezik. A vállalat szénlábnyomának csökkentésére tett energiahatékonysági intézkedések elsősorban a vállalat teljes működéséből fa-

kadó közvetett kibocsátások terén értek el eredményeket, így 2010-hez képest mára mintegy 4%-kal csökkentve a vásárolt villamos energiából fakadó kibocsátások mértékét.

A SPAR
Magyarország
CO₂-kibocsátása
2010-2020
között
(tonna)



Forrás: SPAR-adatszolgáltatás

VÁSÁRLÓI MOBILITÁS

A SPAR figyel az üvegházhatású gázok kibocsátásának csökkentésére az ellátási lánc végén lévő, úgynevezett „áruházról a háztartásig” elnevezésű úton is. A környezettudatos megoldások alkalmazása során a vállalat igyekszik vásárlóit is ösztönözni, hogy a környezeti szempontok a SPAR vásárlói közösségének életében napról napra meghatározóbbak legyenek.

A vállalat modernizációs programjának keretében 2017-ben elkezdte az elektromosautó-töltőállomások telepítését, amely támogatja vásárlói környezettudatos szemléletét és egyben hozzájárul a vásárlói mobilitásból fakadó emisszió mérsékléséhez. Az NKM Mobilitás Kft.-vel kötött partneri megállapodás keretében 2020 végén már a SPAR-csoport 37 áruházának parkolójában több mint 80 darab dupla töltőfejjel ellátott töltőberendezés várta az elektromos járművel érkező vásárlókat.



22) A SPAR hálózata alatt jelen esetben csak a saját üzemeltetésű üzletek értendők. A franchise-üzletek kibocsátásra vonatkozó adatok nem képezték a vizsgálat tárgyát.

23) A fajlagos érték alatt a saját üzemeltetésű üzletek kibocsátásának az eladótér négyzetméterre vetített egységnyi értéke értendő.

24) A SPAR Magyarország hálózatának számításához olyan módszertant alkalmaz, amely magában foglalja a közvetlen (Scope 1) és közvetett (Scope 2) kibocsátásokat. Ennek megfelelően az emisszió forrásai egyrészt a szervezet saját tevékenységéből (üzemeltetéshez szükséges hűtés és fűtés, saját flottával történő logisztikai folyamatok), illetve a felhasznált köztes energia előállításával (villamosenergia és hőenergia) keletkeznek.

25) A SPAR Magyarország kibocsátása alatt a saját üzemeltetésű üzletek, üzemek (Regnum Húsüzem, SPAR enjoy. convenience üzeme) és a logisztikai üzemekből származó Scope 1 és Scope 2 kibocsátások értendők.

ENERGIA

Elektromos
töltőállomások

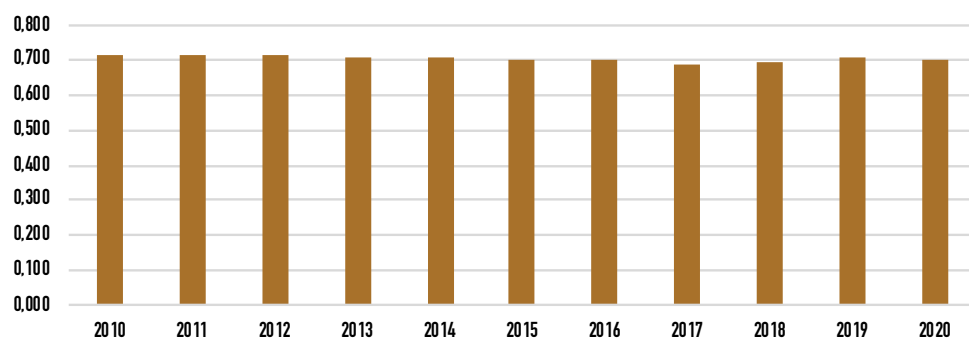
ENERGIAHATÉKONYSÁG

Az energiahatékonyság kérdése mind éghajlati, mind gazdasági szempontból fontos terület az áruházlánc egész nemzetközi csoportjában. Az innovatív technológiák használata hozzájárul az energiahatékony működéshez és csökkenti az áruházak ökológiai lábnyomát.

A SPAR Magyarország üzleteinek modernizálása során törekszik az energiatakarékos eszközök integrálására. Mivel az áruházakban kiemelten fontos a friss áruk megfelelő hőmérsékleten való tárolása, a hűtés kérdése

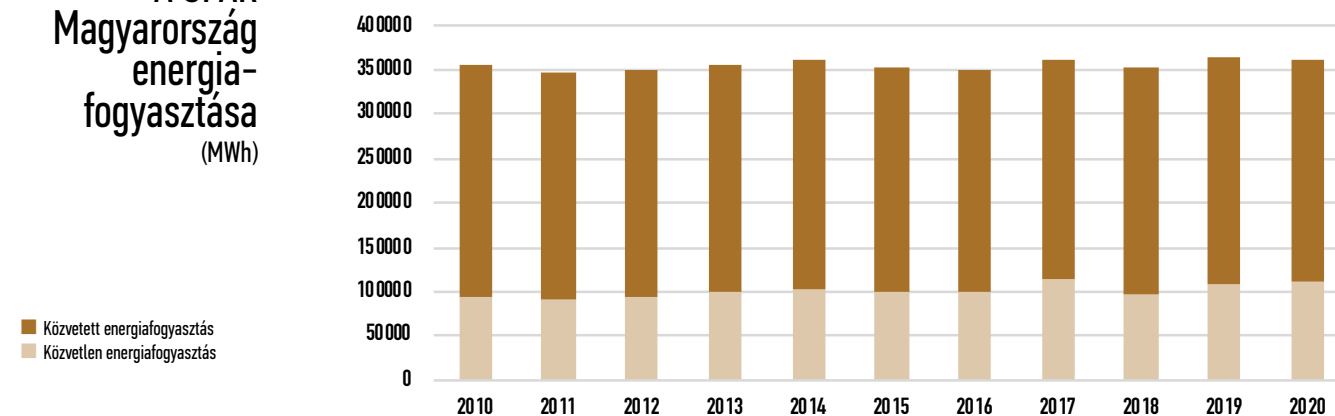
energiahatékonysági szempontból nagy jelentőséggel bír a vállalat számára. A hűtés-technikai rendszerek modernizálásának égisze alatt a SPAR a felújított áruházait a legmodernebb hűtőszekrényeket és hűtőpultokat telepíti. A nagyobb üzletekben integrált hűtőtechnikai rendszert alakítanak ki, amelynek segítségével a hűtőbútorokból és hűtőkamrákból származó hő az épület fűtéséhez használható fel. A kisebb üzletegységeknél egy hasonlóan működő, VRV hűtés-

technikai rendszerrel kezelik a technológiai hűtést és a komfort fűtő-hűtő rendszert, amely a létező hűtőközegek újbóli felhasználása által optimalizálja az energiafelhasználást. Az energiahatékonysági intézkedések során kiemelt szerepet kap a világítástechnika modernizációja is. A megújult üzletekben a fénysöves lámpatesteket energiahatékony LED-lámpákra cserélik, amelyek jelentősen kevesebb energiával beérik, mint a hagyományos izzók.

A SPAR-hálózat
fajlagos
energia-
fogyasztása
(MWh/m²)

Forrás: SPAR-adatszolgáltatás

A SPAR Magyarország energiafogyasztása elsősorban a villamos energia felhasználásából származik. Az üzletmodernizáció részeként megkezdődött világítási és hűtés-fűtési rendszerek korszerűsítésének eredményeként a 2010-es bázisévhez képest sikerült csökkenteni a villamosenergia-felhasználásból eredő fogyasztást.

A SPAR
Magyarország
energia-
fogyasztása
(MWh)

Forrás: SPAR-adatszolgáltatás

AZ ÉV BOLTJA, AZ ÉV ZÖLD
KERESKEDŐJE

2015-ben a MOM Parkban lévő, 2016-ban pedig a „Nagyméretű Supermarket” kategóriában a Mammut bevásárlóközpontban található SPAR áruházak nyerték az Év Boltja díjakat, többek között az áruházban bevezetett környezettudatos megoldásokért. 2018-ban a tatabányai, 2020-ban pedig a tatabányai INTERSPAR-t díjazták Az Év Boltja kitüntetéssel (hipermarket kategóriában) az árukinálat és belső kialakítás mellett az energiatakarékos rendszere és a fenntartható hűtés-fűtés hálózatának köszönhetően. 2020-ban a SPAR kiskereskedelmi áruházláncként elnyerte Az Év Zöld Kereskedője címet a környezettudatos vállalatirányítás és a bevezetett fenntarthatósági intézkedései miatt.



HULLADÉKGAZDÁLKODÁS



A SPAR Magyarország környezetpolitikájának szintén kiemelt területe az erőforrásokkal való tudatos gazdálkodás. Az áruházlánc zöld-stratégiájának központi része a hatékony hulladékgyűjtés és -gazdálkodás, az étel-miszer-pazarlás megelőzése, a környezetbarát és fenntartható életmód tudatosítása.

MEGELŐZÉS

A SPAR hulladékkezelési programjában kiemelt helyen áll a megelőzés, amelynek érdekében több intézkedést is bevezetett az elmúlt időszakban:

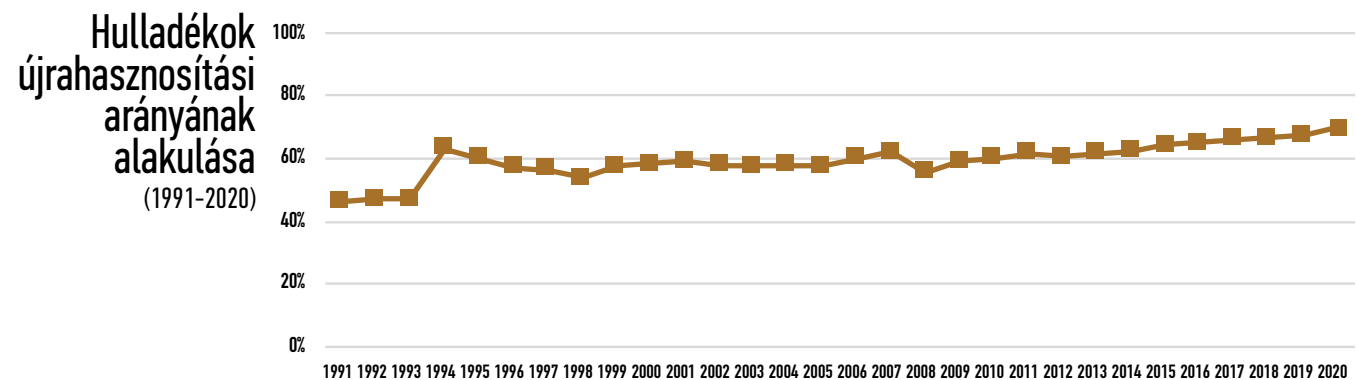
- Az áruházakban keletkező csomagolóanyagok szelektív gyűjtése.
- A SPAR munkatársak oktatása a hulladékgyűjtést illetően, kiemelve környezetvédelmi és költségcsökkentési előnyöket.
- Az RDF-technológiával hasznosítható hulladékok elkülönített gyűjtése: elektronikai gyűjtőkonténerek, szelektív szigetek, alumíniumdoboz-gyűjtő automaták.
- Az állati takarmányozásra alkalmas élelmiszer-melléktermékek állatvédő szervezeteknek való adományozása.

A SPAR VISSZAVESZI, AMIT A TERMÉSZET NEM TUD

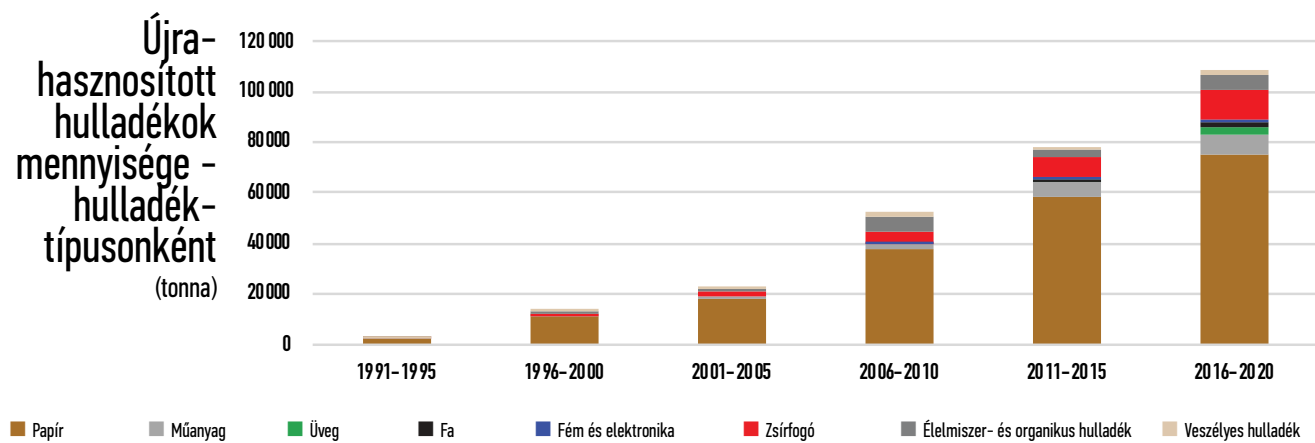
Az áruházaknál keletkező és értékesíthető ún. másodlagos nyersanyagok (pl. papír, műanyag) szelektálása szintén kiemelt fontosságú. Az elmúlt 30 év során a hulladékok kezelésében szignifikáns változást sikerült elérni a szelektív feldolgozás irányába történő elmozdulással: a kezdeti 46%-os újrahasznosítási arány 2020-ra 70%-ra nőtt,

amely a pozitív gazdasági hatások mellett környezeti előnyökkel is párosult. A szelektálási arány növekedésében nagy szerepet játszottak a SPAR által bevezetett intézkedések: valamennyi áruházában visszaveszi a vásárlók kereskedelmi csomagolásból származó hulladékát (PET- és ALU-flakonok, üvegek, műanyag bevásárló

reklámtáskák, Tetra Pak dobozok, hullámkarton, fólia, vegyes papír) és a reklámújságok, valamint egyéb papíralapú hulladékok elhelyezésére is lehetőséget biztosít. A papír-, műanyag-, fém- és üveghulladékok újrahasznosításának mértékét jelentősen támogatta az üzletekben található hulladékgyűjtő szigetek kialakítása.



Forrás: SPAR-adatszolgáltatás



Forrás: SPAR-adatszolgáltatás

VÁSÁRLÓI EDUKÁCIÓ

A lakossági szelektív hulladékgyűjtés támogatásán túl, 2020-ban a Nestlével együttműködésben a vásárlók megfelelő tájékoztatásának támogatására elkészítette a „Hogyan legyek környezettudatos vásárló?” elnevezésű kisokost, amely a hulladékgyűjtésen túl a fenntartható életmódra és étel-miszer-pazarlás megelőzésére helyezi a hangsúlyt.



KÖRNYEZETBARÁT CSOMAGOLÓTERMÉKEK KÍNÁLATÁNAK BŐVÍTÉSE

A vállalat az elmúlt évtizedek során számos alternatív megoldással bővítette kínálatát annak érdekében, hogy minimalizálja a felhasznált műanyag mennyiségét, így érdemben mérsékelje a lassan lebomló vagy nehezen újrahasznosítható hulladékok mértékét. 2005-ben Magyarországon elsőként a SPAR vezette be az úgynevezett lebomló bevásárlótáskákat, amelyek alternatívaként szolgáltak a környezettudatos vásárlók számára. A belső fejlesztési program keretében a SPAR a hulladék-gazdálkodás terén is jelentős eredményeket tudott elérni. Több területen alternatív megoldásokkal tudta a felhasznált műanyag eso-

magolásokat és az eladott műanyagból készült termékeket helyettesíteni. A műanyagcsökkentés mellett a vállalat a lakossági papíralapú információs anyagok – szórólapok és újságok – méretének és súlyának csökkentésével, illetve innovatív környezetkímélő technológiák alkalmazásával éves szinten mérsékelni tudta a felhasznált papír mennyiségét. Emellett a SPAR a pékáruk és a zöldségek és gyümölcsök esetében bevezette a többször használatos tasakokat, ösztönözve a vásárlókat arra, hogy amikor visszatérnek az üzletbe, hozzák magukkal és abban vásároljanak, csökkentve ezzel a műanyaghulladék mennyi-

ségét. A termékfejlesztések eredményeként 2020-ban már 41 környezettudatos árucikket tudott kínálni a SPAR vásárlói számára.

AKTÍVAN AZ ÉLELMISZER-PAZARLÁS ELLEN

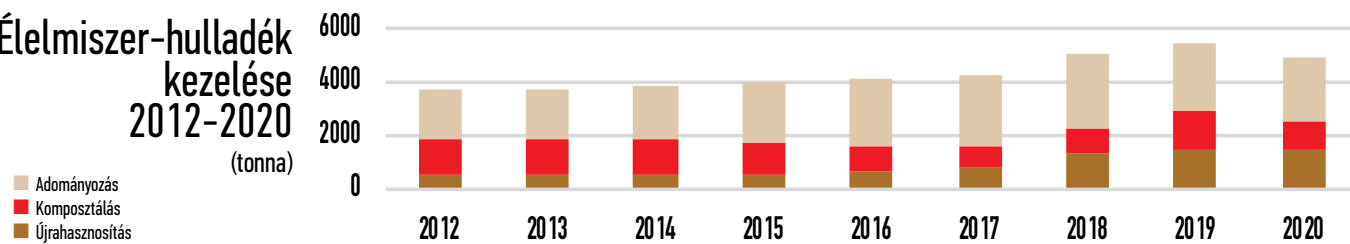
A vállalat fenntarthatósági filozófiájának szellemében aktívan fellép az élelmiszer-pazarlás ellen. Az elmúlt évek alatt számos akció keretén belül igyekezett megoldásokat keresni az élelmiszer-hulladék keletkezésének megelőzésére és visszaszorítására, valamint az újrahasznosítás lehetőségeire.

Az élelmiszer-hulladékok kezelése a SPAR történelmében folyamatosan fejlődött. Az áruházlánc az elmúlt 30 év során több mint 50 ezer tonna élelmiszert mentett meg attól, hogy az kommunális hulladéklerakóba kerüljön. 2012-től kezdve a vállalat intézkedései által az újrahasznosítás és komposztálás mellett a még állati fogyasztásra alkalmas élelmiszer-melléktermékeket is sikerül egyre nagyobb arányban hasznosítani. Így a környezet megóvása mellett számos állatmenhelyhez és állatkerthez tud az áruházlánc élelmiszer-adományt eljuttatni. A tanulmány készítésekor a SPAR Magyarország 100 ilyen szervezettel állt kapcsolatban.

”

A termékfejlesztések eredményeként 2020-ban már 41 környezettudatos árucikket kínált a SPAR vásárlói számára.

Élelmiszer-hulladék
kezelése
2012-2020
(tonna)



Forrás: SPAR-adatszolgáltatás



”

A vállalat az elmúlt 30 év során több mint 50 ezer tonna élelmiszert mentett meg attól, hogy az kommunális hulladéklerakóba kerüljön.

A SPAR NÉHÁNY, AZ ÉLELMISZER-PAZARLÁS ELLEN TETT INTÉZKEDÉSE AZ ELMÚLT ÉVEKBŐL:

- Az élelmiszer-kereskedelmi láncok között elsőként a SPAR kezdte meg az élelmiszer-hulladékok biogázzá való feldolgozását 2009-ben. A SPAR-csoport által működtetett egységekben megközelítőleg évi majdnem 2000 tonna biológiailag lebomló hulladék képződik, melynek egy részéből ún. „zöldenergiát” állítanak elő, csökkentve ezzel a környezetbe jutó káros anyagok mennyiségét.
- A vállalat számos edukációs akción keresztül ösztönzi vásárlóit a takarékosabb és gazdaságosabb élelmiszer-vásárlásra és felhasználásra. Az egyik sikeres kampányuk során arra hívták fel a vásárlók figyelmét, hogy a közelebbi szavatossági idejű termékek vásárlásával jelentős mértékben tudják csökkenteni az ellátási lánc során termelődő élelmiszer-hulladék mennyiségét.



ZÖLDIRODA PROGRAM A KÖRNYEZET-TUDATOS SZEMLELETÉRT

2015-ben indította el a vállalat a Zöldiroda Programot, mely az irodai tevékenység átvizsgálásával kívánja környezettudatosabbá formálni az ott dolgozók mindennapjait: első lépésként az irodák hulladékgyűjtőit optimalizálták szelektív szigetek telepítésével.

ÖSSZEFOGÁSSAL AZ ÉLELMISZER-HULLADÉKOK CSÖKKENTÉSÉÉRT

A SPAR Magyarország csatlakozott az Európai Unió kezdeményezéséhez (Central Europe STREFOWA), melynek keretében 2016–2019 között évente több alkalommal hívta fel a figyelmet az élelmiszer-pazarlás megelőzésére.



Köszönjük, hogy az elsőt választja!

Közelebbi lejáratú termékeink tárt karokkal várják. Válasszon az első sorból, ezzel is csökkentve a feleslegesen kidobott élelmiszerek mennyiségét!

A projekt az Interreg Central Europe együttműködési programból, az Európai Regionális Fejlesztési Alap támogatásával, az Európai Unió és Magyarország társfinanszírozásával valósul meg.

TÁRSADALMI FELELŐSSÉG- VÁLLALÁS

Hány életre volt pozitív hatással a SPAR? A 30 éves működése alatt a SPAR etikus és felelősségteljes vállalként aktív szerepet vállalt a társadalmi fenntarthatóság támogatásában.



A SPAR döntéshozatala szociális, kulturális és környezeti szempontok kiemelt figyelembevételével történik meg. A 2015-ben kihirdetett ENSZ Fenntartható Fejlődési Célok integrálására kerültek a vállalat irányításába, hiszen a SPAR számos olyan programot és együttműködést keltett életre, amelyek hosszú távon támogatják a gazdasági, társadalmi és környezeti kohéziót.

A vállalat aktív és úttörő szerepet vállal a föld

jövőjét érintő ügyekben. 2020 év elejétől kezdve az áruházlánc ezen tevékenységét egységes keretbe szervezte, összekötve a fenntartható fejlődés – számára kiemelt – ágait, mint a környezetvédelem, az egészséges életmód támogatása, az élelmiszer-biztonság, a munkatársak támogatása, valamint a társadalmi felelősségvállalás. Ennek első, a fogyasztók számára jól látható lépéseként új ernyómárkát vezetett be, amelynek szlogenje „SPAR – a fenntartható jövőért”.

Törekvéseit egy erre dedikált weboldalon keresztül mutatja be és kommunikálja a fogyasztók felé. A fenntarthatósági program konkrét kezdeményezések indítása és összehangolása mellett gyakorlati példákkal és informális útmutatásokkal kívánja edukálni és ösztönözni a fogyasztókat a közös eszelekvésre. A program középpontjában az élhető jövő szerepel, ezek a célok pedig a helyben megvalósított tevékenységek által válnak életünk részévé.



”
A SPAR szerteágazó fenntarthatósági törekvései bővebben a www.sparafenntarthatojovoert.hu oldalon olvashatók.

A SPAR MAGYARORSZÁG TÁRSADALMI SZEREPVÁLLALÁSA

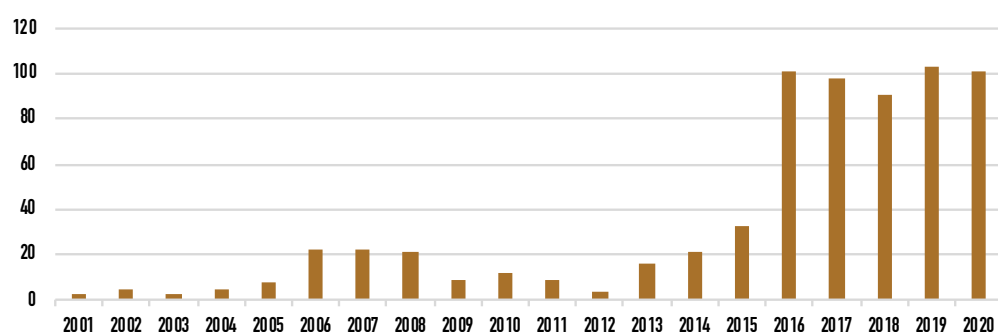
A SPAR évente számtalan lehetőséget megragad, hogy aktív szerepet vállalhasson a társadalmi felelősségvállalás területén. Országosan kiterjedt hálózatának köszönhetően helyi kezdeményezések finanszírozásához tud hozzájárulni, vagy élelmiszer-adományokkal segíti a rászorulókat, amelyben partnere a Magyar Máltai Szeretetszolgálat. A szervezettel közös Adni öröm! akció 1997 óta az ország egyik leg-

nagyobb és legismertebb karitatív kezdeményezésévé vált, amely során minden évben különböző emberek tízezeinek készül bőséges élelmiszer-ajándékesomag. 2007-ben lett a SPAR a Budapest Borfesztivál fő támogatója, amely egy rendkívül színes gasztró és kulturális programsorozat és általa a vállalat a magyar agrárium legfontosabb produktumait, a magyar borokat és a magyar borászatokat ké-

pes támogatni. Az esemény hagyományos zárórendezvényén pedig jótékonyági borárveréssel segítik a rászorulókat.

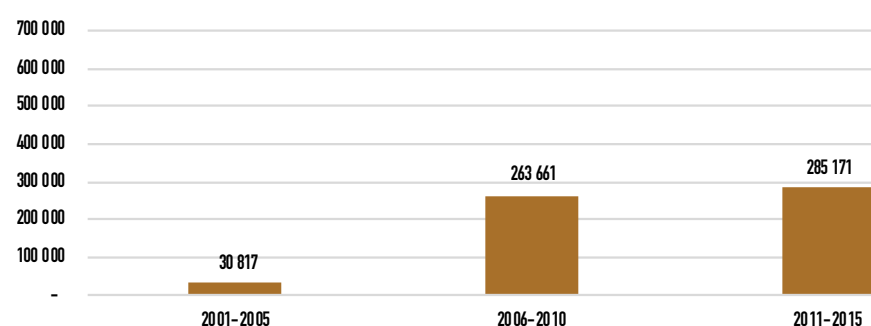
A nélkülözők és a gasztronómia mellett a vállalat a szabadidősportot is hosszú ideje támogatja: 2009 óta a SPAR Budapest Maraton® Fesztivál nevet viseli az 1984 óta megrendezésre kerülő verseny, ahol az egészséges életmód népszerűsítése mellett a jótékonyág is szerepet kap.

Támogatott szervezetek és kezdeményezések száma



Forrás: SPAR-adatszolgáltatás

Társadalmi támogatásokra és programokra fordított összeg (e Ft)



Forrás: SPAR-adatszolgáltatás

A SZEREPVÁLLALÁS TERÜLETEI

- Több mint 1 milliárd forint támogatás nyújtása
- Több mint 686 kezdeményezés társadalmi programok támogatására
- Esélyegyenlőség, oktatás, egészség, sport, kultúra a leggyakrabban támogatott területek között
- Több ezer tonna tartósélelmiszer-felajánlás az Adni Öröm! programon keresztül az elmúlt 23 évben
- Naprakész és folyamatos kommunikáció a közösségi média oldalain
- Széles körű összefogás a rászorulókért, a gyermekek mosolyáért
- Pályázati lehetőség civil szervezetek számára
- Megváltozott munkaképességű és fogyatékkal élő emberek támogatása
- Budapest Borfesztivál által a hazai borkultúra támogatása
- A tömegsport és az utánpótlás támogatása



JÓTÉKONYSÁG ÉS A SPAR

A SPAR lehetőséget ad civil szervezetek számára az üzletekben történő adománygyűjtésre. Sokéves együttműködésben áll a Gyermekétkeztetési Alapítvánnyal és a Tegyük a Leukémiás Gyermekekért és Betegekért Alapítvánnyal. Az összefogás eredménye, hogy évente közel tízezer gyermeket és családot tudnak támogatni a vásárlók által felajánlott adományokból.

A SPAR többéves együttműködésre tekint vissza a Magyar Máltai Szeretetszolgálattal is. A SPAR üzletek pénztáraitban 2008 óta, és ma már a SPAR online shopban is megtalálhatóak a Máltai Adománykártyák, melyek megvásárlásával 200 vagy 500 forint értékű adománnyal támogathatják a vevők a rászorulókat. Az áruházlánc egész évben a szervezet által előál-

lított élelmiszerek forgalmazásával a munkahelyteremtés ügyét is támogatja. A hibiszkusztea, a különleges és hagyományos ízesítésű szósok vagy lekvárok értékesítése a jótékony-sági szervezet pátyi és gyulai műhelyeiben dolgozó megváltozott munkaképességű, illetve szociálisan rászoruló munkavállalóknak jelent megélhetést.



„A Máltai Szeretetszolgálat tiszaburai varrodája a munkaerőpiacon korábban esélytelen nőknek és fiatal asszonyoknak teremtett lehetőséget. A frissen szakmát szerzett asszonyokat a SPAR környezetbarát vászontáskájának megvarratásával hosszú távú munkával látta el. A SPAR vezetése közben megismerkedett a máltai üzemek dolgozóival, és filmet készített róluk, hogy megmutassa: a legszegényebb körülmények között élők is képesek prémiumminőségű termékeket előállítani. Ez jóval több annál, mintha a cég támogatást adott volna az üzemeknek. Ez igazi partnerség. Nem arra szólít fel, hogy sajnálatból vegyék meg a szegények munkáit, hanem azt üzeni: ezek a termékek magas színvonalat képviselnek, ezért merjük forgalmazni őket a hálózatunkban. Tehát nem szánakozik és leereszkedik, hanem felemel és lehetőséget ad. A Máltai Szeretetszolgálat szerint ez az igazi segítségnyújtás, az integráció első nagy és igazi lépése.”

Romhányi Tamás, Magyar Máltai Szeretetszolgálat, kommunikációs vezető

OKTATÁS ÉS EGYENLŐ ESÉLYEK

Oktatási programjaiban biztosítja a pályaválasztás előtt állók számára a megfelelő felkészültséget és saját munkatársainak garantálja a képzéseket személyes és szakmai fejlődésük céljából. Foglalkoztatási politikájában képviseli az esélyegyenlőséget, a megváltozott munkaképességű személyekre

teljes értékű munkavállalóként tekint, számukra alkalmas pozíciókat kínál. A SPAR 2010 óta négy alkalommal nyerte el a „Fogyatékoságbarát Munkahely” címet. 2017-ben, esélyegyenlőségi pályázaton Befogadó Munkahely különdíjban részesült a Janka Tanya, autistákat foglalkoztató szervezet-

tel megvalósított programja elismeréseként. A vállalat számára fontos a megváltozott munkaképességű kollégák beilleszkedése és hosszú távú foglalkoztatásuk megoldása. A SPAR esélyegyenlőségi referenst alkalmaz, aki szemléletformáló tréningeket tart a kollégáknak.

”

A SPAR Magyarország 2020-ban 118 megváltozott munkaképességű munkavállalót alkalmazott.



„11 éve vagyunk kapcsolatban a >>fenyőfás áruházzal<<. Mikor az első megjelenéseinket biztosította a SPAR, mi egy induló nonprofit szervezet voltunk, mákszem a közismert szervezetek közt, mégis meglátták munkánk fontosságát, az elszántságot bennünk, és segítő jóbott kínáltak!”

Bajzát Krisztián, a Tegyük Együtt a Leukémiás Gyermekekért és Betegekért Közhasznú Alapítvány elnöke

DÍJAK ÉS ELISMERÉSEK

Az elmúlt három évtized során számtalan elismerésben és kitüntetésben részesült a SPAR. Az elismerések a kereskedelmi, a marketing- és a társadalmi érintettségén túl a környezeti tevékenységek és kezdeményezéseik létjogosultságát erősítik meg.



DÍJAK 2020

Effie Awards Hungary 2020

– 2. helyezett

Adni Öröm! adománygyűjtő akció 2019

Társadalmi célú kampányok – CSR – Márkák, vállalatok / Doing Good

Mentes-M díj

SPAR free from gluténmentes pizzalap 2x110 g
Tésztamánia főkategória/ pizzalapalkategória

Effekt 2030 – A közösségi befektetések díja – 2. helyezett

SPAR – A fenntartható jövőért program
Zöld egyensúly

Effekt 2030 – A közösségi befektetések díja – 2. helyezett

Hungaricool by SPAR termékinnovációs verseny
Jövő gazdasága

Effekt 2030 – A közösségi befektetések díja – 3. helyezett

A Magyar Máltai Szeretetszolgálat termékeinek értékesítése
Esélyteremtő üzlet

Magyar Termékekért Kereskedelmi Verseny 2020

Szakmai különdíj a kiemelkedő promóciós együttműködésért

StarStore 2020

– 1. helyezett

INTERSPAR, Tata
Hipermarket

Fenntarthatóság szimbóluma 2020 verseny – 1. helyezett

SPAR Magyarország Kft.
Vállalat

BUD Universe Award: Az év kereskedelmi partnere

SPAR Magyarország Kft. – 173. számú SPAR szupermarket

Az Év Boltja 2020 verseny – Az Év Zöld kereskedője díj

SPAR Magyarország Kft.
Kereskedelmi láncok

Az Év Boltja 2020 verseny

– 1. helyezett

INTERSPAR, Tata
Hipermarket

Superbrands díj

SPAR brand

2019

Prizma Kreatív PR Díj 2019

– 2. helyezett

Adni Öröm! adománygyűjtő akció 2018 – Az ország bevásárlólistája FMCG-termékek

Prizma Kreatív PR Díj 2019 – 2. helyezett

Adni Öröm! adománygyűjtő akció 2018 – Az ország bevásárlólistája CSR-megoldások

LolliPOP reklámversen

– 2. helyezett

Adni Öröm! adománygyűjtő akció 2018 – Az ország bevásárlólistája PR

Arany Penge Kreatív Fesztivál – 3. helyezett

Adni Öröm! adománygyűjtő akció 2018 – Az ország bevásárlólistája PR/CSR

Hipnózis Kreatív Reklámversen – 3. helyezett

Adni Öröm! adománygyűjtő akció 2018 – Az ország bevásárlólistája Out of Home megjelenések / Outdoor ambient megjelenések

Superbrands díj

SPAR brand

OMÉK 2019 Élelmiszer-pazarlás megelőzéséért Díj

Élelmiszer-kereskedelem

OMÉK legjobb kiállítási koncepció 2019

SPAR Magyarország standja

Mastercard – Az Év Kereskedője 2019 – 3. helyezett

INTERSPAR, Tata
Az Év Kereskedője 2019

Mastercard – Az Év Kereskedője 2019 – 2. helyezett

INTERSPAR, Tata
A legjobb in-store ügyfélművelés

SuperStore verseny

– 1. helyezett

INTERSPAR, Miskolc
Hipermarket

SuperStore verseny

– 1. helyezett

SPAR szupermarket, Budapest Batthyány tér
Szupermarket

SuperStore verseny – Store of the Year Hungary díj

SPAR szupermarket, Budapest Batthyány tér
Store of the Year Hungary

Magyar Termékekért Kereskedelmi Verseny 2019

– 2. helyezett

Magyar Termékekért Kereskedelmi Verseny 2019 – különdíj

Az országos promócióban részt vett legsikeresebb üzletlánc

2019 Új Gluténmentes Termék Különdíj

SPAR free from gyorsfagyasztott túrófagyasztott és szilvalekváros gluténmentes gombóc

Az Év Boltja 2019 verseny

– 1. helyezett

Lukoil – DESPAR, Tárnok
(M7 autópálya 26. km, észak)
Benzinkúti shop

Az Év Boltja 2019 verseny – A legtöbb szavazatot kapott üzlet

SPAR szupermarket, Budapest Batthyány tér
Közösségszavazás

Az Év Boltja 2019 verseny – A legszebb PICK-kihelyezés különdíj

SPAR szupermarket, Budapest Batthyány tér

Az Év Boltja 2019 verseny – A leglátványosabb MIZO-kihelyezés különdíj

SPAR szupermarket, Budapest Batthyány tér

Az Év Boltja 2019 verseny – Store Insider különdíj

SPAR szupermarket, Budapest Batthyány tér
Műemlék épület hasznosítása

Randstad Employer Brand Research 2019 – A legismertebb munkaadó különdíj

A legismertebb munkaadó



2018

LolliPOP reklámverseny

– 2. helyezett

Adni Öröm! adománygyűjtő akció
2017
PR

Prizma Kreatív PR Díj 2018

– 2. helyezett

Adni Öröm! adománygyűjtő akció
2017
CSR

Hipnózis Kreatív Reklámver-

seny – 2. helyezett

Adni Öröm! adománygyűjtő akció
2017
Out of Home/Indoor ambient

Arany Penge Kreatív Fesztivál

– 3. helyezett

Adni Öröm! adománygyűjtő akció
2017
PR-megoldások / CSR – profitorien-
tált cég általi társadalmi felelős-
ségvállalás

SuperStore verseny

– 1. helyezett

INTERSPAR, Tatabánya
Hipermarket

Magyar Termékekért

Kereskedelmi Nívódíj

– 1. helyezett

Mastercard – Az év kereske-

dője 2018 – 1. helyezett

Superbrands díj

Az Év Boltja 2018 verseny –
Legszebb csemegepult különdíj

INTERSPAR, Tatabánya
Hipermarket

Az Év Boltja 2018 verseny

– 1. helyezett

INTERSPAR, Tatabánya
Hipermarket

22. HVG Állásbörze – A legötle-
tesebb aktivitás – 1. helyezett

SPAR stand

Az Év Terméke 2018 – SPAR
Veggie by NENI termékcsalád

Növényi szendvicskrém

2017

Fogyatékoság-barát Munka-
hely díj

Befogadó Munkahely különdíj

Mastercard – Év Kereskedője
2017 – 3. helyezett

Év kereskedője

Mastercard – Év Kereskedője
2017 – 2. helyezett

INTERSPAR, Érd
Legjobb ügyfélmény

SuperStore verseny

– 1. helyezett

INTERSPAR, Érd
Hipermarket

Superbrands díj

Az Év Boltja 2017 verseny

– 1. helyezett

INTERSPAR, Érd
Hipermarket

Femcafe.hu – Az Ország Ked-
venc Boltja 2017 – 3. helyezett

2016

Az Év Boltja 2016 verseny

– 1. helyezett

SPAR, Mammut üzletközpont
Szupermarket

2015

Kiváló Minőségű Sertéshús
Védjegy

SuperStore verseny

– 1. helyezett

INTERSPAR, Szekszárd
Hipermarket

SuperStore verseny

– 1. helyezett

SPAR szupermarket, MOM Park
Szupermarket

Superbrands díj

Fogyatékoság-barát Munka-
hely díj

Az Év Boltja 2015 verseny

– 1. helyezett

SPAR szupermarket, MOM Park
Szupermarket

Pécs-Baranyai Kereskedel-
mi és Iparkamara Elismerő
oklevél a SPAR Magyarország
Kft. Pécs-Baranya megyei
képzőhelyeinek

Kereskedelmi

2014

Superbrands díj

SPAR Natur*Pur és SPAR saját
márkák

2013

Superbrands díj

2012

Fogyatékoság-barát Munka-
hely díjFMCG Greennovációs Nagydíj
„Greenovatív kereskedő”Ozone Network – Ozone zöld
díj

MARKETINGDÍJAK

2020

Prizma Kreatív PR Díj 2020
– 3. helyezett

SPAR Uzsidoboz kampány
I. Projektek – feladattípusok
alapján / PR-vezérelt integrált
kampány

Kreatív – Content+Marketing
Award – 2. helyezett

SPAR Uzsidoboz kampány
Integrált tartalommarketing
kampányok és megoldások

Kreatív – Content+Marketing
Award – 3. helyezett

SPAR Uzsidoboz kampány
FMCG-termékek

Trade magazin – Az év legsi-
kereőbb promóciója 2019

– 1. helyezett

SPAR Élmenykommandó kampány
Online/digitális

Trade magazin – Az év legsi-
kereőbb promóciója 2019

– 2. helyezett

SPAR Anyák napja kampány
Online/digitális

Trade magazin – Az év legsi-
kereőbb promóciója 2019

– 1. helyezett

SPAR Grillparti kampány
Kereskedelmi

Trade magazin – Az év legsi-
kereőbb promóciója 2019

– 1. helyezett

Hungaricool by SPAR innovációs
termékverseny
B2B

Trade magazin – Az év legsi-
kereőbb promóciója 2019

– különdíj

SPAR Uzsidoboz kampány
Kereskedelmi

2019

Internet Hungary Awards

– 1. helyezett

Élmenykommandó kampány
Közösségimédia-kampány

Cannes-i Corporate Media & TV
Awards – Ezüst Delfin-díj

SPAR enjoy. reklámfilm
Marketing Communication – B2C

Disney Awards –

Az év kereskedője díj

Disney Cooking húségakció, Disney
On Ice nyereményjáték

Trade magazin – Az év legsi-
kereőbb promóciója 2018

– 1. helyezett

Éjszaka a SPAR-ban kampány
Online/digitális

Trade magazin – Az év legsi-
kereőbb promóciója 2018

– 2. helyezett

Ország szíve kampány
Online/digitális

Trade magazin – Az év legsi-
kereőbb promóciója 2018

– 3. helyezett

Sonkatorpedó játék
Online/digitális

Trade magazin – Az év legsi-
kereőbb promóciója 2018

– 1. helyezett

SPAR enjoy. „emberi traffipax”
kampány
Kereskedelmi

Trade magazin – Az év legsi-
kereőbb promóciója 2018

– 2. helyezett

Disney Cooking húségakció
Kereskedelmi

Trade magazin – Az év legsi-
kereőbb promóciója 2018

– 3. helyezett

A SPAR-ral finomabbak a reggelek
kampány
Kereskedelmi

Trade magazin – Az év legsi-
kereőbb promóciója 2018

– különdíj

SPAR Étrend receptkönyv
Kereskedelmi

Just Clear Fitness-Wellness

Award – Az év leginkább moz-
gásra ösztönző kampánya díj

Fuss Nórival a Maratonon!

2018

Digital Media Best Practise

– 2. helyezett

SPAR Verde – A mi dalunk
kampány
Integrált megoldások

Trade magazin – Az év legsi-
kereőbb promóciója 2017

– 3. helyezett

Jamie Oliver kések húségakció
Kereskedelem

Trade magazin – Az év legsi-
kereőbb promóciója 2017

– 1. helyezett

30 napos életmódváltó program
Kereskedelem

Trade magazin – Az év legsi-
kereőbb promóciója 2017

– 3. helyezett

Manóműhely kampány
Online

Trade magazin – Az év legsi-
kereőbb promóciója 2017

– 2. helyezett

Véget nem érő bók (Nőnap
aktivitás)
Online

Trade magazin – Az év legsi-
kereőbb promóciója 2017

– 1. helyezett

Regnum nyársrekord játék
Online

Trade magazin – Az év legsi-
kereőbb promóciója 2017

– 1. helyezett

SPAR Verde – A mi dalunk
kampány
Online

2017

LolliPOP reklámverseny

– 3. helyezett

Véget nem érő bók (Nőnap
aktivitás)
Digitális megoldások

Mediadesign 2017 verseny

– 1. helyezett

A Nagy Húskönyv
Print, különkiadvány

POPAI Awards – 2. helyezett

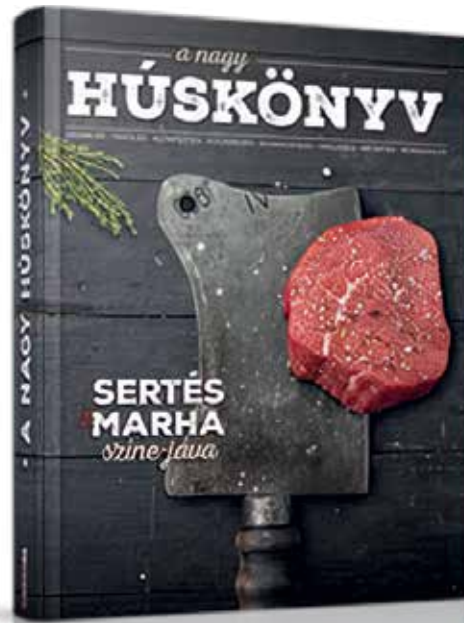
Jamie Oliver húségakciós display
Nem tartós display

Cannes-i Corporate Media & TV
Awards – Ezüst Delfin díj

Regnum Toy Story TV reklám
Marketing Communication B2C

Arany Penge Kreatív Fesztivál
– 3. helyezett

Adni Öröm! adománygyűjtő akció
2016
Digitális hirdetések

Trade magazin – Az év legsi-
kereőbb promóciója 2016

– 3. helyezett

SPAR Kreatív koncepció
Non-Food

Trade magazin – Az év legsi-
kereőbb promóciója 2016

– 2. helyezett

Mesébe illő osztálykirándulások!
nyereményjáték
Kereskedelmi

Trade magazin – Az év legsi-
kereőbb promóciója 2016

– 1. helyezett

SPAR Hentesmese applikáció
Online

Trade magazin – Az év legsi-
kereőbb promóciója 2016

– 2. helyezett

Varázsvihar játék
Online

Trade magazin – Az év legsi-
kereőbb promóciója 2016

– 3. helyezett

Falvédő tervező játék
Online

Pakk Csomagolásdizájn-
verseny – 2. helyezett

SPAR Kövön sültött pizzák

2016

POPAI Awards – 3. helyezett

Varázsvihar játék
Installáció

POPAI Awards – 1. helyezett

Garfield – Állati kirakós játék
Digitális

Mediadesign 2016 verseny

– 2. helyezett

SPAR Hentesmese applikáció
Tartalomalapú marketingmegol-
dások

Arany Penge Kreatív Fesztivál

– 3. helyezett

SPAR Hentesmese- applikáció
Társadalmi Célú Megoldások /
Online Felületen Megvalósult TCR
Kampány Vagy Kampányelem

Trade magazin – Az év legsi-
kereőbb promóciója 2015

– 1. helyezett

„Nyerj triplán a SPAR-ral!” játék
Kereskedelmi

Trade magazin – Az év legsi-
kereőbb promóciója 2015

– 2. helyezett

SuperShop Superkupon
Kereskedelmi

**Trade magazin – Az év legsi-
kereobb promóciója 2015
– 1. helyezett**

Fortuna salátakeverék online
nyereményjáték
Online

**Trade magazin – Az év legsi-
kereobb promóciója 2015
– 3. helyezett**

Ellehammer táskák és bőröndök
húségakció
Online

2015

POPAI Awards – 3. helyezett

Frette húségakció
Digitális

POPAI Awards – 2. helyezett

Dupla digitális torony
Digitális

**Trade magazin – Az év legsi-
kereobb promóciója 2014
– 1. helyezett**

SPAR frissáru-kampány
Kereskedelmi

**Trade magazin – Az év legsi-
kereobb promóciója 2014
– 2. helyezett**

Garfield Hegymánia húségakció
Kereskedelmi

**Trade magazin – Az év legsi-
kereobb promóciója 2014
– 1. helyezett**

SPAR frissáru-kampány
Digitális

2014

LolliPOP reklámverseny

– 2. helyezett

SPAR Everest expedíció microsite
és online támogatás
Szponzorációs megoldások

LolliPOP reklámverseny

– 3. helyezett

SPAR Magyarország Facebook-
oldal
Márkaoldalak

POPAI Awards – 1. helyezett

Dupla digitális torony
Digitális



POPAI Awards – 3. helyezett

SPAR frissőr attrap
Nem tartós display

POPAI Awards – 3. helyezett

Alessi húségakció
Kereskedelem

Effie Awards Hungary 2014

– 2. helyezett

20%-os matricapromóció
Kereskedelem

Effie Awards Hungary 2014

– 3. helyezett

Friss Hús kampány
Kereskedelem

Effie Awards Hungary 2014

– 3. helyezett

INTERSPAR Húségkupon
Kis költségvetésű, gazdasági célú
kampányok (5 millió Ft alatt)

**Trade magazin – Az év legsi-
kereobb promóciója 2013
– 1. helyezett**

Regnum húsüzemi húsok és
húskészítmények promóciója
Kereskedelmi

**Trade magazin – Az év legsi-
kereobb promóciója 2013
– 3. helyezett és különdíj**

Garfield Magyarország húségakció
Kereskedelmi

**Pakk Csomagolásdizájn-
verseny – 2. helyezett**

SPAR gyorsfagyasztott zöldségek
termékcsalád
Saját márkák

**Kreatív – Content+Marketing
Award – 1. helyezett**

SPAR Chef okostelefon-applikáció
Kereskedelem

**Hipnózis Kreatív Reklámver-
seny – 3. helyezett**

Hentes Akadémia játék
Online

2013

Mediadesign 2013 verseny

– 3. helyezett

Kappa húségpromóció
Integrált

Mediadesign 2013 verseny

– 2. helyezett

Hentes Akadémia játék
Webes alkalmazások

POPAI Awards – 1. helyezett

Kappa húségpromóció
Digitális

POPAI Awards – 2. helyezett

Dupla digitális torony
Digitális

POPAI Awards – 3. helyezett

Regnum Húsüzem online tevé-
kenysége
Digitális

Effie Awards Hungary 2013

– 3. helyezett

SuperShop Terminál Slip kupon
Big Marketing Idea

**Trade magazin – Az év legsi-
kereobb promóciója 2012
– 1. helyezett**

WMF Profi Select húségakció
Kereskedelmi

**Trade magazin – Az év legsi-
kereobb promóciója 2012
– 2. helyezett**

Garfield Szafarimánia húségakció
Kereskedelmi

**Trade magazin – Az év legsi-
kereobb promóciója 2012
– 2. helyezett**

Frisshús-kampány
Élelmiszer

**Hipnózis Kreatív Reklámver-
seny – 2. helyezett**

Malacetető Facebook-játék
Printhirdetés

2012

Social Media Best Practice

– 3. helyezett

SPAR Facebook-márkaoldal
Márkaoldalak és kampányoldalak

POPAI Awards – különdíj

„Friss hús egyenesen a Húsüze-
münkből!” attrap
POS

**Hipnózis Kreatív Reklámver-
seny – 1. helyezett**

SPAR Chef mobilapplikáció
Online/egyéb

**Best Loyalty Programme
Marketing Campaign of the
Year (London Loyalty Magazin
versenye) – 1. helyezett**

WMF Profi Select húségakció
Kereskedelm

NYILATKOZAT

A tanulmány a KPMG Tanácsadó Kft. (KPMG) szakmai támogatásával készült. A KPMG feladata volt az elemzési
területek mentén a SPAR-tól történő adatgyűjtés, azok feldolgozása, elemzése.

Az adatgyűjtés lezárásának időpontja:
2020. 12. 31.

Az adatokat harmadik féllel nem ellenőriztük, ezért ezek pontosságáért és teljeskörűségéért,
ellenőrzéséért a KPMG nem vállal felelősséget.

Kiadja:

SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft.

Projektvezető: Maczelka Márk kommunikációs vezető

Szerkesztők: Németh Petra, Mohácsán Ildikó

Nyomdai kivitelezés:

Keskeny és Társai 2001 Kft.

1158 Budapest, Rákospalotai határút 6.



© 2021 A KPMG Tanácsadó Kft. a magyar jog alapján bejegyzett korlátolt felelősségű társaság, és egyben a KPMG International Limited („KPMG International”)
angol „private company limited by guarantee” társasághoz kapcsolódó független tagtársaságokból álló KPMG globális szervezet tagtársasága.

Minden jog fenntartva.

Magyarországon nyomtatva.

Cégregisztráció: Budapest, Fővárosi Törvényszék Cégbírósága, no: 01-09-063183”

A KPMG név és logó a KPMG globális szervezet független tagtársaságai által licenc alapján használt védjegyek.

