**Wrocław, 30.01.2024 r.**

**Kaufland sygnatariuszem Karty Praw Dziecka w Biznesie**

**Sieć marketów Kaufland podpisała Kartę Praw Dziecka w Biznesie – dokument, w którym przedsiębiorstwa dobrowolnie zobowiązują się do przestrzegania i podejmowania działań na rzecz ochrony praw dziecka w całym łańcuchu wartości. Firma podkreśla w ten sposób swoje przywiązanie do respektowania praw człowieka stanowiących jeden z fundamentów jej działalności. Jako sygnatariusz Karty Kaufland deklaruje m.in. odpowiedzialne kształtowanie oferty i komunikacji adresowanych do dzieci i wykorzystujących ich wizerunek.**

Inicjatywa przewiduje także zobowiązanie do prowadzenia odpowiedzialnej polityki zatrudnienia oraz tworzenia miejsc pracy przyjaznych rodzicom. Dokument, który przygotowało Forum Odpowiedzialnego Biznesu we współpracy z firmami i organizacjami społecznymi, został podpisany przez Kaufland podczas Gali Karty Różnorodności, która jest jednym z ważniejszych wydarzeń dotyczących DEI (Diversity, Equity, Inclusion) w Polsce.

*Podpisanie Karty Praw Dziecka w Biznesie pieczętuje fakt, że postępowanie zgodnie z prawem oraz uczciwa konkurencja są nieodłącznymi elementami funkcjonowania firmy Kaufland. W naszej działalności zobowiązujemy się do przestrzegania zasad i kodeksów postępowania w zakresie poszanowania praw człowieka i etycznego ładu korporacyjnego, które wynikają z takich międzynarodowych dokumentów jak Powszechna Deklaracja Praw Człowieka czy Konwencja ONZ o prawach dziecka. Jako firma odpowiedzialna społecznie przywiązujemy ogromną wagę do kwestii związanych z ofertą i komunikacją skierowaną do dzieci, a od partnerów wymagamy stosowania uczciwych praktyk biznesowych, w tym m.in. przestrzegania zakazu pracy dzieci* ***–* podkreślaMaja Szewczyk**, **dyrektor Działu Komunikacji Korporacyjnej w Kaufland Polska**.

Podpisanie Karty Praw Dziecka w Biznesie to nie jedyna inicjatywa Kaufland związana z troską o dobrostan najmłodszych. Firma już wielokrotnie podejmowała działania mające na celu m.in. budowanie pozytywnych nawyków środowiskowych. Sieć dwukrotnie zrealizowała akcję edukacyjną Rozrabiaki Literaki, w ramach której zachęcała dzieci do nauki poprzez gry i zabawy wprowadzające je do świata ekologii oraz zorganizowała warsztaty dot. niemarnowania żywności w ramach programu „Eko od dziecka – nie marnuję!”.

Innym kluczowym elementem zaangażowania Kaufland w kontekście dzieci jest również tworzenie miejsc pracy, które są przyjazne dla rodziców. Firma wspiera pracowników w zachowaniu równowagi pomiędzy życiem prywatnym a zawodowym, oferując m.in. elastyczny czas pracy. W siedzibie głównej firmy pracownicy mają do dyspozycji specjalny pokój dla rodzica z dzieckiem, wyposażony m.in. w przewijak i zabawki, w którym mogą pracować, a jednocześnie mieć dziecko pod opieką. Kaufland organizuje również konkursy skierowane do dzieci pracowników oraz zapewnia świeżo upieczonym rodzicom paczkę z produktami przydatnymi w pierwszych dniach życia dziecka.

Kaufland posiada także m.in. specjalny system zgłoszeń online, który umożliwia przekazywanie informacji dotyczących wszelkich możliwych naruszeń z zakresu compliance – także tych odnoszących się do praw człowieka. Zgłoszenia są poufne, a z systemu można korzystać we wszystkich językach krajów, w których działa Kaufland.

**INFORMACJA O KAUFLAND**

Kaufland to odnosząca sukcesy międzynarodowa sieć sklepów oferująca artykuły spożywcze oraz produkty codziennego użytku. W całej Europie Kaufland posiada ponad 1500 sklepów i zatrudnia ok. 155 000 pracowników. W Polsce sieć posiada 245 marketów i zatrudnia ok. 15 500 pracowników.

Asortyment sklepów Kaufland liczy kilkanaście tysięcy produktów. Sieć koncentruje się przede wszystkim na ofercie produktów świeżych – owoców i warzyw, produktów mlecznych, a także mięsa, wędlin, serów i ryb.

Kaufland realizuje swoją misję w oparciu o cztery fundamentalne wartości, którymi są: jakość, wybór, cena i łatwość zakupów. Jako firma odpowiedzialna, w ramach strategii zrównoważonego rozwoju pn. „Zróbmy to razem”, Kaufland angażuje w swoje działania różne grupy interesariuszy – pracowników, partnerów biznesowych, klientów, lokalne społeczności, organizacje pozarządowe oraz podejmuje i wspiera inicjatywy mające na celu promowanie zdrowego odżywiania, przeciwdziałanie marnowaniu żywności, poprawę dobrostanu zwierząt, przeciwdziałanie zmianom klimatycznym, redukcję zużycia tworzyw sztucznych.