



מקשיבים מיושמים משפירים

דוח קיימות לשנת 2015



דוח קיימות לשנת 2015



9

ביצועים
עיקריים 2015

6

אודות
קבוצת שטראוס

4

דבר נשיא ומנכ"ל
הקבוצה: גדי לטין

3

אודות דוח זה

18

יחד עם העובדים

14

אסטרטגית
הקיימות 2020

10

נתונים נבחרים

46

אחריות
ברכש

40

שומרים על
הסביבה

31

חשיבות בריאות
הצרכנים

26

צרכנים ואורח
חיים בריא

56

טבלאות
נתונים

54

UN GLOBAL
COMPACT

52

אתיקה

48

חשקיעים
בקהילה



אודות דוח זה

זהו דוח הקיימות השנתי התשיעי של קבוצת שטראוס, והוא מתאר את הפעולות המרכזיות שנקטנו במהלך שנת 2015 לקידום קיימות במסגרת הפעילות העסקית הגלובלית שלנו, ואת ההתקדמות ביחס לאסטרטגיית הקיימות שלנו לשנת 2020. הנתונים המוצגים בדוח זה מתייחסים לשנת 2015 הקלנדרית. הדוח האחרון שלנו פורסם בשנת 2015 עבור הפעילות בשנת 2014. סכומי כסף אשר מוצגים בדוח בשקלים הומרו מדולרים על פי שער החליפין הממוצע ל-2015: 3.8861

מטרת דוח זה היא לעדכן בצורה מתמצתת וקצרה את מחזיקי העניין שלנו בהתקדמות בתחומים העיקריים במסגרת ביצועי הקיימות שלנו. דוח זה מהווה עמידה במחויבותנו לדיווח ליוזמת ה-Global Compact של האו"ם, וכמו כן מתייחס למדדי הביצוע העיקריים שדיווחנו עליהם בדוחות הקודמים שלנו, בהתאם לתקן לדיווחי קיימות G4 של ה-GRI (Global Reporting Initiative). זאת על מנת לאפשר המשכיות עבור מחזיקי העניין שלנו במעקב אחר עשייתנו.

אנו מודים לכם על התעניינותכם בדוח זה, ונשמח לקבל מכם משוב עליו. אנא צרו קשר עם מנהלת הקיימות הגלובלית שלנו:

דניאלה פרוסקי-שיאון

daniela.sion@strauss-group.com

לפרטים נוספים אודות קבוצת שטראוס:

WWW.STRAUSS-GROUP.COM

מקשיבים, מיישמים, משפרים



גם השנה נבחרה שטראוס כאחת מעשר החברות המובילות לעבוד בהן בישראל, ואנו גאים על כך וממשיכים לדאוג לניהול מקום עבודה שטוב לעבוד בו ומשקיעים בתקשורת מתמדת עם העובדים, ברווחתם ובבטיחותם.

האחריות שמוטלת על כתפיהם של מנכ"לים בחברות מזון וההשפעה שיש לנו על חיי האנשים גדלה משנה לשנה ומחייבת אותנו להשתפר באופן מתמיד. סקירת התחומים השונים בדוח זה מהווה חלק מהמסע שלנו בשטראוס להקשיב, ליישם ולשפר כל הזמן. אני מזמין אתכם לנהל איתנו דיאלוג ולהעביר משוב.

גדי לוסין
נשיא ומנכ"ל קבוצת שטראוס

טמונה האמונה - כחברה שחרתה על דגלה להיות חברת מופת ולחולל פלאות מהדברים הבסיסיים ביותר ושדרכה מושתתת על ערכים של אחריות חברתית עסקית - שנוכל להיות קרובים יותר לכל מחזיקי העניין שלנו ולזכות באמונם ובנאמנותם לאורך זמן, אם נאמץ גישה זו. לכן עלינו לפעול באופן עקבי, להוביל ולוודא השכם והערב שאכן אנחנו ראויים לבחירה ולהעדפה של הצרכנים, העובדים, הקהילה, השותפים וכמובן המשקיעים ובעלי המניות.

אנו פועלים לשילוב הצרכים והציפיות של מחזיקי העניין שלנו כשיקול משמעותי ומכריע בתהליכי קבלת אלפי ההחלטות בכל יום בארגון. העמקנו את ההשקעה בשיפור השירות למען הצרכנים. קידמנו תזונה נכונה בקרב צרכנינו בכך ששיפרנו את הפרופיל התזונתי של עשרות מוצרים בחברה תוך דגש על הפחתת סוכר ונתרן. ביצענו מהלכים להתייעלות בייצור ובארגון, במטרה להפחית מחירים בקטגוריות נבחרות בישראל, ואכן ביצענו הפחתות מחיר בקטגוריות בולטות, מתוך רצון להנגיש את מוצרינו לצרכנים במידה רבה יותר. השקענו רבות בהנגשת פורטפוליו המוצרים שלנו לאוכלוסיות עם צרכים מיוחדים - תוך דגש על הרחבת מוצרי החברה ללא גלוטן והעשרת קווי המוצרים שלנו בכשרות מהודרת. הרחבנו את ההשקעה הפנים ארגונית תוך דגש על מימד הגיוון ושיוויון הזדמנויות מגדרי, לצד הפניית משאבים לטובת תכנית חברתית לעובדים בגיאוגרפית ישראל שתסייע בצמצום פערים חברתיים ובהתמודדות עם יוקר המחיה.

אני מתכבד להציג בפניכם את דוח הקיימות התשיעי של קבוצת שטראוס, המתאר את עיקרי הפעילות של הקבוצה בתחום הקיימות ומציג את ההתקדמות שלנו ביחס לאסטרטגיית הקיימות של הארגון לשנת 2020. דוח זה מהווה ביטוי נוסף לבחירתנו הערכית להקשיב, ליישם ולשפר את ביצועינו בתחום הקיימות ולנהל את החברה ועסקיה תוך שילוב גישת הקיימות, בתפיסה הניהולית ובאסטרטגיית העסקית. הדוח הינו חלק מדרכנו בשטראוס ליצור שקיפות בנוגע להשפעת עסקינו על הקהילה והסביבה ומהווה בסיס נוסף לדיאלוג עם מחזיקי העניין על אחריותנו כחברת מזון ומשקאות. דוח הקיימות לשנת 2015 מפרט את הפעולות שנקטנו לקידום אורח חיים בריא, לשיפור מוצרי המזון והמשקאות שלנו, לניהול שרשרת אספקה אחראית יותר, להעסקה מתקדמת של עובדינו ולהשקעה אחראית בקהילות בהן אנו פועלים, בכ-20 מדינות פעילותינו.

קבוצת שטראוס מעסיקה היום כ-14,000 עובדים. בשנת 2015 עמד מחזור המכירות הגלובלי שלנו על 7,642 מיליון ש"ח. מצפן הקיימות שלנו והחשיבות שאנו רואים בהתנהלות על פיו מסייעים לנו להמשיך ולהתפתח, להיבחר על ידי הצרכנים והעובדים שלנו כחברה ראויה, ולממש את המטרות העסקיות השאפתניות שהצבנו לעצמנו.

בשנה שחלפה מיקדנו את הפעולות בחיזוק וטיפוח היחסים עם מחזיקי העניין שלנו. אימצנו גישה ניהולית כוללת תחת השם "רישיון חברתי לפעול" והטמענו אותה לרוחב הקבוצה. בבסיס גישה זו

מסע אינסופי של שיפור



העניין לקדם, כי הם אלו שמעניקים לנו את הרישיון בכל דקה מחדש. הטמעת גישת הרישיון החברתי וניהול הקיימות הם משימה יומיומית שמופקדת בידיהם של המנהלים והעובדים הפועלים בשם החברה. האתגר שלנו גם בעתיד מונח בהבנה של כולנו שזה מסע של שיפור מתמשך.

כל ההתקדמות אשר באה לידי ביטוי באמצעות דוח זה, היא הודות למחויבות ולעשייה חסרת הפשרות של מנהלים ועובדים רבים בכל הקבוצה. על כך אנו גאים ומודים לכל אחת ואחד מהם.

אני מאחלת לכל הקוראים בדוח הנאה ועניין ומזמינה אתכם להעביר אלינו כל משוב.


אסנת גולן
סמנכ"לית תקשורת, דיגיטל וקיימות

המושגים של אחריות וקיימות מקבלים מדי שנה משמעות חדשה ועמוקה יותר, אשר נוצרת כתוצאה מציפיות מחזיקי העניין של תאגידים. דוח ההתקדמות שאנו שמחים להגיש בפניכם, מסכם את האופן שבו ניהול הקיימות בקבוצת שטראוס הופך, כל שנה יותר ויותר, לחלק בלתי נפרד מהדרך בה אנו עושים עסקים ולמרכיב מרכזי בהנעת תהליכי שיפור בחברה.

לצד ההיבטים המסורתיים של תחום הקיימות, בחרנו להעמיק את השקעתנו בחיזוק היחסים עם מחזיקי העניין שלנו (עובדים, צרכנים, ספקים, לקוחות, רגולציה, תקשורת, ארגונים חברתיים ועוד), באמצעות יזום תהליכי דיאלוג והטמעת גישת ה"רישיון החברתי לפעול". העמקה זו של המיקוד מאפשרת לנו להטמיע את הציפיות של אותם מחזיקי העניין כסוג של 'עדשה ניהולית' מרכזית בתהליכי קבלת אלפי ההחלטות שנלקחות בכל יום בארגון. היא אפשרה לנו עוד לבחון שינויים במוצרים, בקמפיינים או במדיניות המחרה, דרך ההשפעה של כל אלו על הצרכנים, וגם לבחון מהלכים ארגוניים שהקבוצה יכולה לבצע כדי לשפר באופן תמידי את איכות החיים של עובדי החברה.

במהלך השנתיים החולפות, למדנו שבראש סדר העדיפויות של הצרכן עומדים נושאי ההמחרה ההוגנת וצמצום יוקר המחייה, זאת לצד קידום תזונה בריאה באמצעות המוצרים שלנו. תוכניות העבודה והפעולות שבוצעו גם במהלך השנה החולפת, הבאות לידי ביטוי בדוח זה, נגזרות מהמחויבות שלנו בכל הנוגע למפגש עם הציפיות של מחזיקי העניין שלנו. אנו מבינים שהרישיון החברתי לפעול ניתן לנו, כל עוד אנחנו אכן פועלים לקידום ולשיפור הנושאים שמצפים מאיתנו מחזיקי

אודות קבוצת שטראוס

קבוצת שטראוס היא חברת מזון ומשקאות אשר שמה לה למטרה לשפר את חייהם של אנשים - עובדים, צרכנים, ספקים, לקוחות, קהילה וסביבה, באמצעות מוצרים טריים, טעימים, מזינים וחדשניים. פורטפוליו העסקים שלנו, הכולל חמישה תחומי פעילות עיקריים, נותן מענה לשתי למגמות מובילות בצריכת מזון ומשקאות: בריאות ואיכות חיים ותענוג והנאה. ישראל היא בסיס הבית שלנו ואנחנו מייצרים, משווקים ומוכרים בכ-22 מדינות. בשנת 2015 מחזור המכירות שלנו הסתכם ב-7,642 מיליון ש"ח.

קבוצת שטראוס היא חברת מזון ומשקאות אשר שמה לה למטרה לשפר את חייהם של אנשים - עובדים, צרכנים, ספקים, לקוחות, קהילה וסביבה, באמצעות מוצרים טריים, טעימים, מזינים וחדשניים. פורטפוליו העסקים שלנו, הכולל חמישה תחומי פעילות עיקריים, נותן מענה לשתי למגמות מובילות בצריכת מזון ומשקאות: בריאות ואיכות חיים ותענוג והנאה. ישראל היא בסיס הבית שלנו ואנחנו מייצרים, משווקים ומוכרים בכ-22 מדינות. בשנת 2015 מחזור המכירות שלנו הסתכם ב-7,642 מיליון ש"ח.

קבוצת שטראוס היא חברת מזון ומשקאות אשר שמה לה למטרה לשפר את חייהם של אנשים - עובדים, צרכנים, ספקים, לקוחות, קהילה וסביבה, באמצעות מוצרים טריים, טעימים, מזינים וחדשניים. פורטפוליו העסקים שלנו, הכולל חמישה תחומי פעילות עיקריים, נותן מענה לשתי למגמות מובילות בצריכת מזון ומשקאות: בריאות ואיכות חיים ותענוג והנאה. ישראל היא בסיס הבית שלנו ואנחנו מייצרים, משווקים ומוכרים בכ-22 מדינות. בשנת 2015 מחזור המכירות שלנו הסתכם ב-7,642 מיליון ש"ח.

קבוצת שטראוס היא חברת מזון ומשקאות אשר שמה לה למטרה לשפר את חייהם של אנשים - עובדים, צרכנים, ספקים, לקוחות, קהילה וסביבה, באמצעות מוצרים טריים, טעימים, מזינים וחדשניים. פורטפוליו העסקים שלנו, הכולל חמישה תחומי פעילות עיקריים, נותן מענה לשתי למגמות מובילות בצריכת מזון ומשקאות: בריאות ואיכות חיים ותענוג והנאה. ישראל היא בסיס הבית שלנו ואנחנו מייצרים, משווקים ומוכרים בכ-22 מדינות. בשנת 2015 מחזור המכירות שלנו הסתכם ב-7,642 מיליון ש"ח.

קבוצת שטראוס היא חברת מזון ומשקאות אשר שמה לה למטרה לשפר את חייהם של אנשים - עובדים, צרכנים, ספקים, לקוחות, קהילה וסביבה, באמצעות מוצרים טריים, טעימים, מזינים וחדשניים. פורטפוליו העסקים שלנו, הכולל חמישה תחומי פעילות עיקריים, נותן מענה לשתי למגמות מובילות בצריכת מזון ומשקאות: בריאות ואיכות חיים ותענוג והנאה. ישראל היא בסיס הבית שלנו ואנחנו מייצרים, משווקים ומוכרים בכ-22 מדינות. בשנת 2015 מחזור המכירות שלנו הסתכם ב-7,642 מיליון ש"ח.

קבוצת שטראוס היא חברת מזון ומשקאות אשר שמה לה למטרה לשפר את חייהם של אנשים - עובדים, צרכנים, ספקים, לקוחות, קהילה וסביבה, באמצעות מוצרים טריים, טעימים, מזינים וחדשניים. פורטפוליו העסקים שלנו, הכולל חמישה תחומי פעילות עיקריים, נותן מענה לשתי למגמות מובילות בצריכת מזון ומשקאות: בריאות ואיכות חיים ותענוג והנאה. ישראל היא בסיס הבית שלנו ואנחנו מייצרים, משווקים ומוכרים בכ-22 מדינות. בשנת 2015 מחזור המכירות שלנו הסתכם ב-7,642 מיליון ש"ח.



מכירות קבוצות שטראוס לפי אזורים גיאוגרפיים, 2015 [במיליוני שקלים]



6%

[791]
ארה"ב



11.2%

[1,488]
ברזיל



30.1%

[3,990]
ישראל



52.6%

[6,968]
אירופה ושאר העולם

סה"כ [13,236]

כביטוי למחויבות שלנו לאחריות תאגידית בעסקים, אנו ממשיכים להשתתף ביוזמת ה- UN Global Compact ודוח זה משמש דיווח ל- Global Compact כנדרש מדי שנה. בישראל, אנו עמיתים בארגון מעלה, שמטרתו לקדם אחריות תאגידית בקרב עסקים בישראל ומשתתפים בדירוג השנתי של מעלה לאחריות תאגידית מאז נערך לראשונה, לפני יותר מעשור. מאז הקמת המדד, זכינו בדירוג הגבוה ביותר.



הערכים של שטראוס

- אכפתיות & תעוזה
- להט & אחריות
- צוות

החזון של שטראוס

לחולל פלאות
מהדברים
הבסיסיים



טבלת ביצועים עיקריים 2015

משאבי אנוש	יחידת מדידה	2012	2013	2014	2015	שינוי ב- 2015
עובדים בסוף השנה	מספר	11,732	12,068	12,792	12,185	-5%
עובדים בחוזה עבודה קבוע	%	98%	99%	96%	99%	3%
נשים מנהלות	%	37%	39%	41%	42%	1%
סה"כ נשים	%	43%	41%	40%	40%	0%
עובדים חדשים	מספר	3,394	3,926	3,737	2,957	-21%
עובדים שעזבו	מספר	3,771	3,758	3,539	2,934	-17%
תחלופת עובדים	%	32%	31%	28%	24%	-13%

בטיחות	יחידת מדידה	2012	2013	2014	2015	שינוי ב- 2015
מספר הפציעות	מספר	581	517	353	389	10%
שיעור הפציעות לכל 100 עובדים	שיעור	5.16	4.54	2.91	3.38	16%
ימי הפסד כתוצאה מפציעות בעבודה	מספר	12,787	10,807	8,056	6,986	-13%
שיעור ימי הפסד לכל 100 עובדים	שיעור	113.61	94.98	66.49	60.75	-9%

סביבה	יחידת מדידה	2012	2013	2014	2015	שינוי ב- 2015
צריכת אנרגיה ישירה	ג'יגה ג'אול	1,184,820	1,369,834	1,282,395	1,295,452	1%
צריכת אנרגיה עקיפה	ג'יגה ג'אול	473,932	504,855	529,617	591,946	12%
סה"כ צריכת אנרגיה	ג'יגה ג'אול	1,658,752	1,874,689	1,812,013	1,887,398	4%
צריכת אנרגיה לטון מוצר	ג'יגה ג'אול	3.52	3.78	3.25	3.28	1%
פליטת גזי חממה Scope 1	טון CO2e	85,277	113,624	92,260	96,796	5%
פליטת גזי חממה Scope 2	טון CO2e	88,432	82,168	67,315	62,707	-7%
סה"כ פליטת גזי חממה	טון CO2e	173,709	195,792	159,575	159,504	0%
פליטות גזי חממה לטון מוצר	טון CO2e	0.35	0.39	0.28	0.27	-3%
שאיבת מים	מ"ק	1,506,410	1,721,527	1,670,794	1,697,047	2%
שאיבת מים לטון מוצר	מ"ק	3.28	3.54	3.06	2.99	-2%
פסולת לשימוש חוזר	טון	47,728	54,198	75,028	77,298	3%
פסולת למחזור	טון	9,629	7,638	10,256	7,096	-31%
פסולת להטמנה	טון	15,371	12,218	17,717	15,964	-10%
סה"כ פסולת	טון	72,728	74,054	103,001	100,358	-3%
פסולת למחזור או שימוש חוזר	%	79%	84%	83%	84%	2%
פסולת לטון מוצר	טון	0.16	0.15	0.19	0.18	-6%

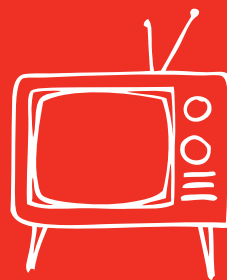
נתונים נבחרים 2015

צרכנים ואורח חיים בריא



61%

נתח השוק בארה"ב של חומוס סברה -
מותג החומוס המוביל



50 מיליון

צרכנים שנחשפו לתכנים שמקדמים
אורח חיים בריא



80%

ממוצרי שטראוס ישראל מיוצרים תחת
השגחת כשרות מהודרת



+100

מוצרי שטראוס ללא גלוטן במגוון קטגוריות



15%-35%

הפחתה בתוספת סוכר במגוון מוצרים
בקטגוריות שונות



2.5%-22.8%

הפחתה במחירי מוצרים בישראל

נתונים נבחרים 2015

מעורבות עובדים וגיוון



עובדים חדשים גויסו ברחבי העולם
בשנת 2015



עובדים בכ-22 מדינות



הפחתה באובדן ימי עבודה כתוצאה
מפציעות בקבוצת שטראוס



נשים מכלל תפקידי הניהול בשטראוס העולמית
ו-40% נשים מכלל העובדים שלנו



עובדים ומבקרים עברו הדרכות בטיחות
באתר שהם



מנהלים ומנהלות השתתפו במפגש
בנושא שוויון מגדרי

נתונים נבחרים 2015

השקעה בקהילה ובסביבה



ש"ח השקעה ברחבי העולם לשיפור הביצועים הסביבתיים שלנו



הפחתה בפליטות גזי חממה לטון מוצר



הפחתה בצריכת אנרגיה לטון מוצר



הפחתה בצריכת מים לטון מוצר



שעות התנדבות עובדים בקהילות ברחבי העולם



ש"ח השקעה חברתית בקהילה

נתונים נבחרים 2015

התנהלות עסקית אחראית והשפעה כלכלית



מליארד
1.1

ש"ח בשכר ובהטבות לעובדים ברחבי העולם



אלף
14

ספקים ברחבי העולם



67%

מסך עלות הרכש שולם לספקים מקומיים



מיליון
39

ש"ח שולמו לממשלות כמיסים



9

דוחות קיימות



6,539

טון רכש קפה ממקורות ברי קיימא



אסטרטגיית הקיימות 2020

בשנת 2013 הצגנו את אסטרטגיית הקיימות שלנו לשנת 2020, אשר מבוססת על ההשפעות המהותיות והעיקריות, שזיהינו באמצעות יצירת מעורבות נרחבת של מחזיקי העניין שלנו. בדוח זה נשתף אתכם בהתקדמות וביצועים שלנו השנה.

אסטרטגיית הקיימות שלנו לשנת 2020 מורכבת משתי אבני בניין: רמות ביצועים ומעגלי השפעה, כאשר מעגלי ההשפעה משקפים את מידת ההשפעה שלנו על קבוצות מחזיקי עניין שונות. ההשפעה מתחילה במערכת היחסים הישירה ביותר שיש לנו, עם העובדים בחברה, שדרכם אנו מגיעים לכל שאר קבוצות מחזיקי העניין: הצרכנים והחברה בכללותה. מאחורי כל תחום באסטרטגיה עומדים יעדים ומטרות ספציפיים. ביצענו מתוארים בדוח זה בשלושה פרקים עיקריים: עובדים, צרכנים, קהילה וסביבה. בחלק מהמקרים אנו עדיין מפתחים תוכניות להשגת יעדים בטווח הארוך יותר, ועל כן הנתונים לגבי ביצועינו אינם זמינים עדיין. בחלק מהיעדים שלנו בוצעו שינויים מאז שפרסמנו את האסטרטגיה לראשונה בשנת 2013, על מנת לפשט במעט את התוכניות ולמקד את העשייה שלנו בצורה טובה יותר.



שש ההשפעות המהותיות שבבסיס אסטרטגית הקיימות שלנו לשנת 2020 הן:

גיוון בכל מה שאנו עושים
תמיכה בחדשנות, ביצירתיות ומתן
הזדמנויות לכל



קידום אורח חיים בריא
שיפור איכות חיי העובדים
והצרכנים שלנו



שקיפות במוצרים ושיווק אחראי
סיוע לצרכנים בקבלת
החלטות מושכלות



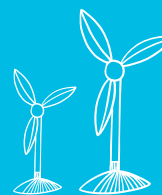
שרשרת אספקה אתית
ניהול סיכונים
חברתיים וסביבתיים



**יצירת מעורבות והשקעה
בעובדי החברה**
התאמת הארגון להשגת
יעדי הקיימות



**צמצום צריכת משאבים
ויצירת פסולת**
שמירה על כדור הארץ
לדורות הבאים



”רישיון חברתי לפעול”

כלי זה מסייע לנו להתוות את הדרך להמשך תוך התאמת הפעילות שלנו עם ציפיות מחזיקי העניין. כפועל יוצא מהתובנות שקיבלנו, יצרנו סדרה של כלים חוצי ארגון שמטרתם לסייע לכוון את העובדים והמנהלים בהחלטותיהם: אמנת שיווק הוגן, קוד אתי מעודכן, נוהל משברים, כלי אישי לקבלת החלטות דרך עדשת “רישיון חברתי לפעול” ועוד.

ממצאי הברומטר הראשון הובילו אותנו להאיץ ולהעמיק פעולות בנוגע למחיר המוצרים שלנו, לשיפור פרופיל תזונתי של חלק מהמוצרים, שיפור השירות וגיבוש דגשים לפעילות מול העובדים בהיבטים פנים ארגוניים.

בארגון, ותאופיין בקיום מערכות יחסים מתמשכות והדוקות עם מחזיקי העניין השונים, כך שתהליך קבלת ההחלטות היומיומי בארגון, הכולל אלפי החלטות בכל יום, ינוהל תוך הרכבת ‘עדשה ניהולית’ אשר תסייע להתחשבות בצרכיהם ובציפיות שלהם מאיתנו כחברת מזון ומשקאות.

כחלק מקידום גישה זו יזמנו עשרות מפגשים עם מחזיקי העניין במטרה להעמיק את הקשר ולהיטיב לשלב את הציפיות שלהם בתהליכי קבלת החלטות שלנו. פיתחנו ברומטר - כלי מחקרי ייחודי הבודק את עמדות קבוצות מחזיקי עניין משמעותיות כלפי שטראוס, מתוך מטרה לקבל את המשוב והתובנות שלהם בנוגע לפעילותנו.

ב-2015 התמקדנו בפיתוח ואימוץ הגישה הניהולית “רישיון חברתי לפעול” ובצעדי ההטמעה הראשונים שלה, אותם אנו ממשיכים אל תוך 2016, לרוחב כל החברות בקבוצה. גישה זו מיושמת בכלל הארגון, מתוך הבנה כי הרישיון שלנו לפעול ניתן לנו לא רק באופן רשמי על ידי הרשויות, אלא גם על ידי מחזיקי העניין שלנו - בראשם הצרכנים, העובדים, הספקים, הלקוחות, הקהילה, וכן הלאה. זהו אותו רישיון לא מוחשי, המאפשר לנו להמשיך ולפעול כעסק, להמשיך לייצר את מוצרינו, להמשיך להעסיק את עובדינו, ולהמשיך ולספק פרנסה לספקינו.

באמצעות הטמעת גישה זו, אנו שואפים להנחיל תרבות ניהולית אשר תיושם על ידי כלל העובדים והמנהלים



ביצועים מול אסטרטגיה בשנת 2015

תוצאות 2015	תוצאות 2014	שנת הבסיס	התחייבות אסטרטגית
עובדים			
42%	40%	2013: 39%	50% נשים במשרות ניהול עד סוף 2020.
ב-2015 יצרנו תכניות עבודה להטמעת יעד זה. אנו נתחיל למדוד ביצועים ב-2016.	--	2015	רתימת עובדים להשתתפות בתוכניות שמירה על בריאות ורווחה
בסקר עובדים 2015, החציון של ששת השאלות המתייחסות לקיימות וערכים ברמת הקבוצה: 84%	--	2015	חוות דעת חיובית של עובדים בקשר לערכי הקבוצה ותוכניות אתיקה וקיימות
צרכנים			
סה"כ המכירות של מוצרים אלה הסתכמו ב- 2.8 מיליארד ש"ח.	--	2015	שיפור רווחת הצרכנים ואיכות חייהם על ידי הגדלת מכירות מוצרים בעלי תרומה לאורח חיים בריא ב-15% עד 2020
49.83 מיליון צרכנים	--	2015	השפעה על צרכנים והגברת המודעות לניהול אורח חיים בריא במטרה להגיע ל- 250 מיליון צרכנים עד 2020
סביבה וקהילה			
קפה: 6,539 טון = +19%	קפה: 5,483 טון	2014	הגדלת הרכש ממקורות ברי קיימא ב-15% עד סוף 2020 עבור 5 חומרי הגלם העיקריים של הקבוצה הפחתת ההשפעה הסביבתית ב-15% לטון מוצר עד סוף 2020, בתחומים הבאים
-13.3% = 3.28	-14% = 3.25	2013: 3.78	אנרגיה
-15.4% = 2.99	-14% = 3.06	2013: 3.54	מים
-30.2% = 0.27	-28% = 0.28	2013: 0.39	גזי חממה
0.028	--	2015	פסולת להטמנה

* הערות:

עדכון היעדים: היעדים האסטרטגיים עודכנו לאחר הערכה מחודשת ומיקוד היעדים.

רכש ממקורות ברי קיימא: אנו עובדים על בניית תשתית למדידת חומרי הגלם ממקורות ברי קיימא. כרגע נתון זה קיים לרכש הקפה בלבד.

חוות דעת חיובית של עובדים: התוצאות לא כוללות את ברזיל, אנגליה, סין ומקס ברנר

יעדי השפעה סביבתית: התוצאות אינן כוללות את אובלה

אחוזי שינוי 2015: ייתכנו הבדלים קלים כתוצאה מיעגול הנתונים



יחד עם העובדים

העובדים של שטראוס הם נקודת המגע הראשונה שלנו עם לקוחותינו, ולצד שאר המוצרים והפעילויות המגוונות שאנו נוקטים בשווקים שבהם אנו פועלים, גם הם ממלאים תפקיד חשוב בהשפעתנו על הצרכנים. אנו פועלים ליצירת תרבות ארגונית שבה העובדים מזדהים עם הערכים הארגוניים שלנו, ובכך נכלל ניהול עסקים אחראיים ובני קיימא. אנו שואפים להעצים את העובדים באמצעות תרבות של העובד במרכז, פתיחות ואכפתיות, הכרה באחר וקבלתו.



לחברה טובה יותר

התכנית החברתית החדשה בגיאוגרפית ישראל

תכנית זו היא המשך ישיר של מהלכים בתכנית חברתית שבוצעו כבר החל ב-2012 ועד 2016, אז יזמנו שורה של מהלכים, ביניהם תוספות שכר לעובדים המשתכרים מתחת לממוצע במשק והטבות ייעודיות בתחום התגמול והרווחה לאוכלוסיית עובדים זאת. בסך הכל השקענו למעלה מ-8 מיליון ש"ח לשנה בפעילויות רווחה בלבד, מעבר לתוספות שכר, לאלפי עובדים.

ייחודי למצבם וצרכיהם הכלכליים-חברתיים של העובדים שלנו. מטרת התכנית, "לחברה טובה יותר" היא לסייע לעובדינו להתמודד עם יוקר המחיה ועם קושי כלכלי ולסייע בצמצום פערים חברתיים. התכנית מכוונת באופן מיוחד עבור אותם עובדים החווים קשיים אלו, ומטרתה להעניק להם שורה של הטבות אשר יסייעו להם לשפר את האופק הכלכלי שלהם.

במהלך השנים האחרונות, חווה השוק הישראלי עליה ביוקר המחיה לצד שחיקת שכר והרחבת פערים חברתיים - מגמה שמשפיעה בעיקר על מעמד הביניים והמעמדות הנמוכים יותר. לאור מגמות אלו ובעקבות שולחנות עגולים עם עובדים, נבנתה בגיאוגרפית ישראל כולה (כולל שטראוס ישראל, שטראוס מים, עלית קופי ומטה הקבוצה) תכנית אסטרטגית ארוכת טווח שתיתן מענה

דוגמאות פעילות "לחברה טובה יותר" למען העובדים 2012-2016



מוצרי שטראוס
בשקל



תוספת שכר לעובדים
המשתכרים ברמות שכר נמוכות



אירוע משפחות
מאוחד ומשודרג



הטבות ופעילויות יעודיות
לעובדי המפעלים



מסעדות ובתי
קפה בסבסוד



פתיחת חנות
עובדים שהם



סיור במפעל
הממתקים



מימון הקטנת ההנחה
על תווי קניה בחגים



פעילויות וחברות
לחופש הגדול



קרטיסים מסובסדים
להופעות וסרטים



פעילות מיוחדת
לנציגות מכירה



תיקי כיתה אי

תוצאות סקר ארגוני 2015
(אחוז המשיבים שבחרו
4-5 בציר של 1-5)

89% החברה מתנהלת
באחריות לקהילה

88% החברה מתנהלת
באחריות לסביבה

87% החברה מעריכה
ומעודדת גיוון

86% החברה מתייחסת
אלי בכבוד

84% החברה מתנהלת
בצורה אתית

79% החברה מתנהלת
ע"פ הערכים שלה
בפעילות היומיומית

בתחילת 2016 הורחבה התכנית ונוספו הטבות משמעותיות לעובדים הזכאים, בהשקעה של מיליוני שקלים לטובת עובדי החברה. שלושת הצעדים בהם מתמקדת התכנית הנוכחית, הם:



לכל עובד בוותק של שנה ומעלה, השתתפות במימון הוצאות מעונות יום בסך של 500 ₪ עבור כל ילד בגיל 3-0.



מתן מסלול לקרן השתלמות לכל עובד קבוע.



לא יהיו בשטראוס עובדי שכר מינימום. שכר מינימום שטראוס יהיה גבוה ב-300 ₪ מעל רמת שכר המינימום במשק בישראל.



סקר שביעות רצון עובדים

אנו עורכים סקר שביעות רצון ומעורבות עובדים מדי שנתיים. הסקר הגלובלי האחרון התקיים ב-2015 וכלל שאלות ליבה משותפות לקבוצה כולה, וכן שאלות המותאמות בצורה מקומית על ידי כל חברה וחברה. ממצאי הסקר האחרון מראים כי יש תרבות של כבוד הדדי בחברה, והעובדים מרגישים שלתפקידים יש השפעה. בנוסף, תופסים העובדים בצורה חיובית מאוד את פעילות החברה בתחום האחריות החברתית והסביבתית ומאמינים במוצרי החברה.

כחלק מסקר שביעות הרצון אנו מודדים את חוות הדעת של העובדים לגבי ערכי הקבוצה ותוכניות אתיקה וקיימות. תוצאות 2015 מצביעות על חוות דעת חיובית עבור השאלות המשקפות תחומים אלה.

לצד זאת, עלו בסקר גם נקודות לשיפור המעמידות בפנינו אתגר. נקודות אלו מתייחסות לצורך בחיזוק תרבות החדשנות לרחב הקבוצה.

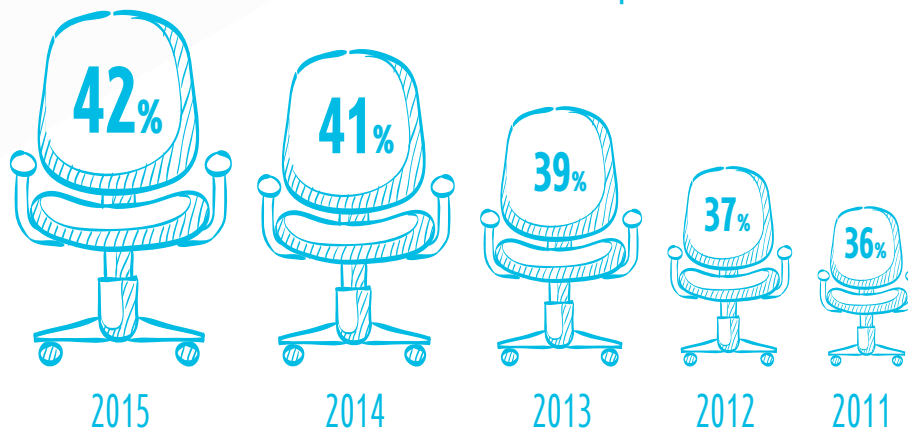


נשים ומנהיגות בקבוצת שטראוס

מאז ומתמיד אנו מחויבים לשוויון הזדמנויות בין נשים לגברים בארגון, ובשנת 2012 השקנו תוכנית איזון מגדרי שקבעה יעד של 50% נשים בתפקידי ניהול ברחבי הקבוצה. בשנים האחרונות השגנו שיפור עקבי, שנה אחר שנה, במספר הנשים במשרות ניהול. בשנת 2015 42% מהמנהלים בקבוצה היו נשים, לעומת 36% ב-2011.

יוזמה נוספת במסגרת תוכנית פיתוח מנהלות היא הקמת קבוצת עמיתות שעוסקת במגדר ומנהיגות. הקבוצה נפגשת כמה פעמים במהלך השנה בליווי מנחה חיצונית. במפגשים, המשתתפות דנות בדילמות משותפות, בסגנונות מנהיגות שונים וביכולות ניהול בהקשר של מגדר ברמה הארגונית וברמה האישית. למידה זו מקדמת ביטוי מלא ושלם של המשתתפות ביום יום הארגוני, עבור עצמן ועבור נשים וגברים סביבן.

שיעור נשים מנהלות בקבוצת שטראוס



במסגרת התוכנית לאיזון מגדרי זיהינו נשים מנהלות בעלות פוטנציאל גבוה לקידום ושילבנו אותן בתוכנית פיתוח מנהיגות. תוכנית זו כוללת סך הכול 25 מנהלים, ומתוכם 10 נשים - 40% מכלל המשתתפים. ב-2015 הקמנו תוכנית "מנטורינג" עבור נשים אלה וכל מנהלת שויכה למנהל בכיר או למנהלת בכירה, שהיו מנטורים עבורן. תהליך המנטורינג כלל מיפוי המנהלות ובחירה אישית במטרה להתאים באופן מרבי בין המנהלות לבכירים ולאפשר גם למנטורים להפיק תועלת מהתכנים. כל התהליך לווה באופן צמוד על ידי אנשי מקצוע מצוות משאבי האנוש של שטראוס.



דיאלוג לשוויון הזדמנויות

ובמליאה. הדיונים הניבו כמה משימות לקידום, כולל הצעה לעדכון שיטת המדידה בתחומי גיוס, עזיבה וקידום עובדים ומנהלים, שתאפשר הבנה ובחינה מעמיקה של המגמות, וזיהוי האתגרים, הסיכונים וההזדמנויות לשיפור.

מפגש זה היה נקודת פתיחה לסדרה ארוכה של מפגשים, פעילויות, דיונים וסדנאות בכל רחבי הקבוצה בכל העולם, שעוסקים באופן בו כל אחד מאנשי הארגון יכול לסייע לקידום הגיוון וההכלה בשטראוס. בעקבות המפגש קידמנו כמה מההצעות שעלו, ושיפרנו את הדרך בה אנו מודדים איזון מגדרי באופן שוטף.

ב-2015, במסגרת אירועי יום האישה, יזמנו בשטראוס ישראל מפגש מנהלים ראשון מסוגו בנושא שוויון מגדרי, שמטרתו להרחיב את מעגל השותפים בניהול השינוי, ולקדם את המודעות, את השיח ואת הפעילות בתחום זה בארגון.

על מנת להבטיח דיאלוג מעמיק ופורה, שכל מי שלוקח בו חלק מחויב אליו, ההשתתפות במפגש הייתה על בסיס בחירה אישית של כל משתתף או משתתפת. 120 מנהלים ומנהלות מגיאוגרפיית ישראל בחרו להגיע. המפגש התקיים במתודולוגיית "מרחב פתוח" (Open Space) שבמסגרתו המשתתפים העלו נושאים לדיון ויצרו דיאלוג סביב נושאים אלה בקבוצות



מגוון תעסוקתי בשטראוס ישראל

שטראוס מקדמת הכללה של אוכלוסייה מגוונת כחלק מתרבות ארגונית מזמינה ומעצימה. בישראל אנו רואים חשיבות רבה בגיוס ובקידום עובדים מהאוכלוסייה החרדית ובמינוי אקדמאים ערבים למשרות ניהול. בשנת 2014 פנתה שטראוס לעמותות המתמחות בהשמה של אוכלוסיות אלה, וביצעה התאמות בתשתית הארגון ובשיטות הגיוס. כמו כן, התבצעו שינויים במערך הרווחה, והוכנסו פעילויות מותאמות. כיום קיימת גם התייחסות לחגים ולמנהגים של קבוצות אוכלוסייה ודתות שונות. בניאוגרפית

ישראל, לצורך קידום אוכלוסיות מודרות למשרות ניהול מתבצעות שיחות פתוחות עם עובדים מאוכלוסיות אלו, ונבנות עבורם תכניות עבודה ייעודיות שסייעו להם להתקדם.

משקיעים ברווחת העובדים

בשנת 2015 השקנו בשטראוס ישראל אסטרטגיית רווחה חדשה שמטרתה להנגיש את שירותי הרווחה לכלל העובדים ולספק לכל עובד את מלוא הערך מסל הרווחה. הקמנו אתר ייעודי שבו כל עובד יכול לבדוק מהן ההטבות והזכויות המגיעות לו, ולהזמין

פעילויות, שוברים והטבות באמצעות מערכת הזמנות מקוונת. בנוסף, העובדים מיועדים על תכניות ופעילויות רווחה באמצעות הדוא"ל או בפרסום על גבי לוחות מודעות הפרוסים באתרי החברה. בסקר שביעות רצון מפעילות הרווחה בחברה, שהתבצע בסוף 2015, יותר מ-80% מהנשאלים דירגו את מערך הרווחה בשטראוס בציון ממוצע 9 מתוך 10.



מעבר לאתר שהם

ב-2015 החלה הפעילות באתר הלוגיסטי החדש של שטראוס ישראל בשהם, לאחר מעבר הפעילות מ-3 אתרים שונים. המעבר לאתר החדש היה כרוך בשינויי מקום ותנאי עבודה עבור למעלה מ-350 עובדים. לכן, בראש ובראשונה דאגנו לתת מענה לצרכים השונים של כל עובד ועובד. במהלך המעבר, נפגשו צוותי משאבי אנוש של שטראוס ישראל עם כל העובדים ושמרו על שקיפות ותקשורת רציפה. התאמנו את מערכות התגמול וההסעות לצרכים החדשים, ועם כניסתם לעבודה קיבלו העובדים הדרכות מקצועיות על הטכנולוגיות החדשות ששולבו באתר. בתום המעבר העובדים הביעו שביעות רצון גבוהה בסקר שביצענו בנושא תהליך המעבר על היבטיו השונים.

בטיחות העובדים

סביבת עבודה בטוחה היא ערך עליון עבור קבוצת שטראוס ואנו מקפידים על ציות לחוק וגם על יצירת תרבות של בטיחות מעבר לחוק. אנו מעסיקים ממוני בטיחות מוסמכים בכל המפעלים שלנו, ומקפידים על תקשורת והדרכות בנושא בטיחות בצורה מתמדת. אנו עורכים ביקורות בטיחות וארגונומיה באופן קבוע, מזהים סיכונים ונוקטים פעולות מתקנות. בחלק מהאתרים שלנו אנחנו מעסיקים רופא שנותן שירותים רפואיים ועצות לעובדים.*

אתגרי הבטיחות במעבר לאתר הלוגיסטי החדש בשהם

ב-2015 עמדנו בפני אתגר של מעבר למרכז הלוגיסטי החדש של שטראוס ישראל, שנבנה בשנים האחרונות בשהם שבמרכז הארץ. במעבר למרכז החדש, שאפנו ליצור סביבת עבודה בטוחה ובריאה עבור העובדים.

מנהלי הבטיחות, בעזרת מומחי בטיחות חיצוניים, ביצעו סקרי בטיחות בתחומים שונים החל משלב תכנון

האתר ובכל השלבים עד לתחילת העבודה. בעקבות הסקרים הטמענו שינויים בתשתיות, בתהליכים ובציוד תוך השקעת משאבים משמעותיים, על מנת להקטין סיכונים וליצור סביבת עבודה בטוחה יותר. כמו כן, ראינו חשיבות רבה בהטמעת תרבות בטיחות בקרב העובדים. לשם כך הקמנו מערך תמיכה והדרכה בנושאי בטיחות בשלבי המעבר הראשונים לאתר, עם כניסת צוות החלוק. צוות זה היווה מקור לדוגמה אישית לעובדים שהגיעו אחריו, ובכך התחיל את השינוי התרבותי.

לפני המעבר לאתר, הגיעו כל העובדים לסיור באתר, ובמסגרתו עברו הדרכת בטיחות המפרטת

את הסיכונים באתר החדש ואת אמצעי הבטיחות בכל עמדה ואזור. עם המעבר לאתר, עברו העובדים הדרכות פרטניות מקצועיות בעמדת עבודתם, כולל מבחן כשירות. את הדרכות הבטיחות המקדימות עברו לא רק עובדי האתר אלא גם המבקרים השונים כגון מפיצים, עובדי קבלן, קבלני חוץ ועוד. בסך הכול כ-1,000 עובדים ומבקרים עברו הדרכות בטיחות עוד לפני המעבר לאתר.

כיום מתבצעת שגרת העבודה תוך התייחסות יומיומית לבטיחות, כולל סיורי גמבה על ידי מובילי בטיחות בשיתוף פעולה עם העובדים, התייחסות לבטיחות בכל תדרוך בתחילת משמרת, תדרוך העובדים על אירועי בטיחות בזמן אמת ותחקורם, ודיווח שוטף להנהלה.



המרכז הלוגיסטי שהם, שטראוס ישראל



2015

החל לפעול ב-2015



סיורי גמבה בטיחות

סיורים המבוצעים על ידי מובילי בטיחות או מנהלים באתר, שבמסגרתם נסקרים סיכונים אפשריים בעמדות עבודה שונות, תוך תשאול העובדים ויצירת מעורבות בהעלאת סיכוני בטיחות ובפתירתם.



6,000

משרת יותר מ-6,000 לקוחות מידי יום, כולל כ-100 מפיצים עצמאיים



350

באתר עובדים כ-350 עובדי לוגיסטיקה



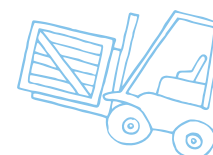
1,700

מטפל ב-1,700 טון סחורה ביום



24 שעות ביממה

פועל 24 שעות ביממה שישה ימים בשבוע



60%

מרכז 60% מהפעילות הלוגיסטית של שטראוס ישראל ומחליף 3 אתרים

פעילות האתר כוללת תובלה, פריקת סחורה למחסן, ליקוט סחורה והפצה



צרכנים ואורח חיים בריא



ב-2015 ביצענו מספר פעילויות משמעותיות כדי להציע לצרכנים שלנו מגוון מוצרים בעלי ערך תזונתי, איכותי ומשופר, שמאפשרים קיום אורח חיים בריא לצד הגנאה. נוסף על כך, המשכנו להשקיע בתהליכים שמטרתם הפחתת סוכר ומלח ממוצרינו, ובפיתוח ובסימון מוצרים לטובת צרכנים עם צרכי תזונה מיוחדים. כך למשל, הרחבנו את סל המוצרים לצרכנים הנמנעים מגלוטן, כשמחירים זהה למחיר המוצר הרגיל. לצד שיפור היצע המוצרים, השגנו התייעלויות שאפשרו לנו לבצע מספר מהלכים של הורדת מחיר, כפי שנפרט בהמשך הדוח, ביניהם בקטגוריית המעדנים (גיו), במוצרי אקטיביה, ביוגורט פרי, בחלב יטבתה, בגבינה לבנה ועוד. ההוזלות נעו בשיעורים של בין-22.8%-2.5%. אנו מבינים שיש לנו אחריות לסייע להפחתת מחירי המזון ומבצעים מהלכי שיפור והתייעלות במטרה להוזיל את מחירי מוצרינו לקמעונאים.

לצד שיפור המוצרים שלנו, העמקנו את ההשקעה בתהליכי השירות שלנו, במדיה החברתית, בנוכחות אפליקציות שירות ובהרחבת המענה במוקדים הטלפוניים.



שיפור פרופיל תזונתי של מוצרים ומוצרים חדשים

יותר מ-100 מוצרים לנמנעים מגלוטן

בשנים האחרונות ביצענו כמה מהלכים להגדלת היצע המוצרים שלנו לצרכנים הנמנעים מגלוטן, כולל הסבת מפעל הסלטים הטריים לייצור סלטים המסומנים כלא מכילים גלוטן, והפרדת קווי הייצור במפעל המלוחים על מנת להבטיח שחטיפי תפוצ'יפס, צ'יטוס ושוש יהיו גם הם מסומנים ללא גלוטן. ב-2015 המשכנו את המהלך וסימנו כ-95 מוצרים במגוון קטגוריות כלא מכילים גלוטן או כמכילים עד 20 ppm (המתאים לחולי צליאק). כך סומנו מוצרים רבים, ביניהם שוקולד וממתקים, שמן זית ומיץ לימון ומוצרי חלב. מהלך זה מאפשר לאלפי צרכנים הנמנעים מגלוטן לאתר מוצרים בקלות וליהנות מהם ללא חשש. בסיום התהליך יותר מ-200 מוצרים במגוון קטגוריות יסומנו כלא מכילים גלוטן או כמכילים עד 20 ppm גלוטן.

רכיבים טבעיים בלבד

ב-2015 השקנו תחת המותג יד מרדכי מגוון מוצרים חדשים המורכבים מחומרים טבעיים, ללא צבעי מאכל מלאכותיים וחומרים משמרים. מיץ הלימון של יד מרדכי הוא 100% טבעי והוא מוצר ייחודי בשוק, שמציע כיום בעיקר מיצים משומרים. סדרת הרטבים החדשה של יד מרדכי כוללת 4 רטבים המיועדים לבישול, לצלייה ולתיבול של מגוון מאכלים. הרטבים הם ללא צבעי מאכל מלאכותיים וללא חומרים משמרים. סדרת הרטבים מסייעת לצרכנים לשמור על אורח חיים בריא בעזרת בישול ביתי עם רכיבים טבעיים.



שיפור תזונה מתמשך



ציון בלס, מנכ"ל שטראוס ישראל

” האחריות של מנכ"ל בחברת מזון היא לוודא שהמזון המיוצר והמשווק הוא בטוח, איכותי ובמחיר הוגן. המהלכים שביצענו בשנה החולפת הם ביטוי למחויבות שלנו לפעול לשיפור התזונה ולהוזלת מחירי המזון בישראל, על מנת לאפשר ליותר צרכנים ליהנות ממוצרי שטראוס. הדיאלוג עם הצרכנים שלנו הוביל אותנו לשים דגש על 3 מימדים:

- הוזלות מחירים במגוון קטגוריות
- שיפור פרופיל תזונתי, העשרת מוצרים והפחתת סוכר
- הרחבת סל המוצרים ללא גלוטן

”

מפחיתים סוכר

בין השנים 2012-2015 הפחתנו

1,500

טון סוכר ממוצרינו

15-35%

הפחתה בתוספת סוכר בחטיפי שוקולד, משקאות שוקו, אקטיביה, דנונה פרי, מעדנים ועוד, לטובת אורח חיים בריא של הצרכנים



הגדלת היצע מוצרים כשרים למהדרין

ב-2015 השקנו עשרות מוצרים בכשרות מהדרין עבור לקוחותינו מהקהילה החרדית. השקה זו היא תוצר של מהלך שארך מספר שנים ושבמסגרתו התאמנו את הייצור שלנו לדרישות הכשרות למהדרין, הכוללות הכשרת מפעלי הייצור, בחינת ספקי חומרי הגלם ולמעלה מ-50 ביקורים של משגיחי כשרות במפעלים שלנו ברחבי העולם. כיום שטראוס ישראל מייצרת מעל 80% ממוצריה, בכלל הקטגוריות, תחת השגחת כשרות מהודרת. החברה ממשיכה לפעול כדי להרחיב את השגחת הכשרות המהודרת על כלל מוצריה.

סלטים באריזות קטנות

השנה השקנו מבחר נוסף מסלטי אחלה באריזות של 125 גרם המאפשרות לצרכנים ליהנות מסלטי חומוס או ירקות בהזדמנויות צריכה שונות - בבית ומחוצה לו. האריזות הקטנות מהוות מנה מדודה לצרכן ובכך מסייעות לשלוט בקלות רבה יותר על הכמות הנצרכת.

חטיפי שוקולד עד 99 קלוריות

השנה השקנו במתכון חדש, חטיפי שוקולד חלב עם דגנים 92 קלוריות לחטיף או 99 קלוריות לחטיף תחת מותג אנרגי. כל חטיף ארוז בנפרד כמנה, מה שמאפשר לצרכן ליהנות מחטיף שוקולד בכמות קלוריות מדודה. מעבר ליתרון זה ונוחות האריזה לצרכנים בתנועה, יש לחטיף יתרון בכך שהוא מועשר בסיבים תזונתיים.



דנונה פרו עם שכבת פרי

30% 87%

פחות סוכר יחסית
ליוגורטים בסדרת דנונה
פרי 3% שומן

יותר חלבון

דנונה פרו לבן

50%^כ

יותר חלבון בהשוואה ליוגורט
דנונה ביו לבן 3% שומן

חלבון איכותי

ב-2015 השקנו תחת המותג דנונה את יוגורט "דנונה פרו", עבור צרכנים המעוניינים לצרוך מוצר עם יותר חלבונים. דנונה פרו מכיל חלבון איכותי מחלב, והוא מיוצר בתהליך מיוחד שבו מרוכז היוגורט, ללא כל תוספות חיצוניות, עד לרמת החלבון הרצויה. כך מתקבל מוצר המכיל כמות חלבון גבוהה יותר באופן משמעותי לעומת מוצרים אחרים בשוק (נכון לדצמבר 2015). בנביע יוגורט דנונה פרו לבן יש 12 גרם חלבון - כמות המהווה כ-25% מהקצובה היומית המומלצת של חלבון לנשים, ו-20% מהקצובה היומית המומלצת של חלבון לגברים.

על החלבון

צריכת החלבון היומית המומלצת למבוגרים היא 56 גר' ליממה לגברים מעל גיל 18, ו-46 גר' ליממה לנשים מעל גיל 14



חומוס סברה - בדרך הטבעית

בתחילת שנת 2016 החלה סברה להשתמש במתכוני החומוס שלה ברכיבים שאינם מהונדסים גנטית. יוזמה זו היא חלק מחזונה של סברה לספק לצרכנים מוצרים טריים המקדמים אורח חיים בריא וטבעי.

המעבר למרכיבים שאינם מהונדסים גנטית הינו מהלך מורכב שכולל החלפה של חומרי הגלם בחומרים אשר עומדים בקריטריונים מסוימים שנקבעו על ידי גורם חיצוני (The Non-GMO Project) וממשלת ארה"ב. בעקבות החלפת חומרי הגלם, עדכנו את מתכוני המוצרים וביצענו בדיקות טעם ובקרת איכות מחמירה, על מנת לוודא שהמוצרים עדיין עומדים ברמת האיכות הגבוהה ביותר. כל זאת ללא שינוי מחירי המוצרים.

בסיום המהלך, יקבלו רוב מוצרי החומוס של סברה אישור מ-The Non-GMO Project על היותם ללא חומרים מהונדסים גנטית, וסימון תואם יופיע על גבי האריזה לנוחות הצרכנים. מוצרי הגואקמולי של סברה כבר אושרו, והם נושאים את הסימון "ללא חומרים מהונדסים גנטית" על האריזה.

מזון מהונדס גנטית

Genetically Modified Food

- מזון שלפחות אחד ממרכיביו עבר שינוי גנטי באמצעים הנדסיים
- הנדסה גנטית במזון משמשת למשל לשיפור טעם, צבע ומרקם, ערכים תזונתיים, להקניית עמידות כנגד מזיקים ולהארכת חיי המדף של מוצרים
- צרכנים רבים מחפשים חלופות למוצרים הכוללים רכיבים מהונדסים גנטית. זאת בשל סיכונים בריאותיים שנקשרו בשנים האחרונות למזון זה, כגון עלייה ברמת הרעלנים של המזון וחשש להימצאות חלבונים אלרגניים

רכיבים טבעיים ביותר



”מהלך זה, של החלפת רכיבי המוצרים ברכיבים שאינם מהונדסים גנטית, דורש השקעה נרחבת מצדה של סברה, הכוללת עדכון מתכוני המוצרים, תהליכי הייצור והאיכות וקבלת הסמכה. אנו מאמינים שמאמצים אלה משתלמים עבורנו ועבור הצרכנים שלנו. אנו בסברה גאים לפתח מגוון מוצרים עבור צרכנים עם צרכים שונים כולל מוצרים צמחוניים, ללא גלוטן, כשרים, טבעוניים וכעת ללא חומרים מהונדסים גנטית.

“

לורי סטיילי, מנהלת תחום תזונה ורגולציה, ומחקר ופיתוח, סברה



חשיבות בריאות הצרכנים

חשוב לנו לסייע לצרכנים שלנו לבצע בחירה נבונה של מוצרים, ועל כן אנו פועלים בערוצים רבים על מנת להקנות ידע, נתונים, וכלים הקשורים לאורח חיים בריא.

שיתוף בידע באמצעות מכון שטראוס

מכון שטראוס מתמקד בקידום אורח חיים בריא באמצעות קידום המחקר בתחום התזונה, עריכת כנסים מדעיים לאנשי מקצוע מתחום זה, ויוזמות לקידום אורח חיים בריא בקהילה. את הפעילות של מכון שטראוס מובילים שני מנהלים בכירים מקבוצת שטראוס, והיא מלווה על ידי מועצה מדעית המורכבת מחוקרים בתחום התזונה בישראל.

למידע נוסף על מכון שטראוס:

STRAUSS-INSTITUTE.COM

ליצור באופן עצמאי תמונות וסרטונים עבור עולם התוכן של התזונה.

מאות דיאטנים השתתפו ב-12 מפגשים שהעברנו בשיתוף עם עמותת הדיאטנים בישראל במטרה ללמדם להכין תמונות מעוצבות, לצלם סרטונים ולערוך אותם באמצעות עזרים פשוטים ונגישים כמו הטלפון הסלולרי והמחשב האישי. את החומרים הסופיים אפשר להעלות בקלות לאתר או לעמודים אישיים במדיה החברתית. הסדנה מאפשרת לדיאטנים בכל רמת שליטה במחשבים לייצר חומרים מעניינים ומהנים ובעזרתם להנגיש מסרים של תזונה ובריאות למטופלים ולכלל הציבור.

בשנת 2015 המשכנו את הפעילות המשותפת עם מכון דנונה העולמי ומול רשת מכוני דנונה הפרוסים ברחבי העולם כדי להישאר בקדמת הידע בנושא מזון ותזונה. בנוסף, לקחנו חלק בהכנת סדנות לדיאטנים על מנת לסייע להם בהעברת מסרים בפורמטים דיגיטליים.

בעולם שבו 90% מהמידע המשודר למוח הוא חזותי (תמונות, סרטונים ועוד), הצרכנים שלנו מורגלים לתוכן מסוג זה והם מגיבים אליו מהר יותר מאשר לתוכן כתוב - כך גם לגבי מסרים הנוגעים לתזונה ולאורח חיים בריא. לכן יזם מכון שטראוס, בשיתוף עם עמותת הדיאטנים בישראל, סדנה לדיאטנים, שמטרתה ללמד כיצד אפשר

4 שנות פעילות: מכון שטראוס 2011-2015



+1,000

עלונים להקניית הרגלי תזונה נבונים המחולקים לדיאטנים



+1,000

שימושים בכלים הדיגיטליים לאורח חיים בריא באתר המכון



4

כנסים מדעיים שנתיים



13

מענקי מחקר לחוקרים צעירים המשתתפים במחקרים חדשניים לקידום אורח חיים בריא ממיטב האוניברסיטאות ומכוני המחקר בארץ



1998

נוסד ב-1998 כמכון דנונה, מאז 2011 פעיל כמכון שטראוס

העלאת המודעות לצרכן



עמלי מסיקה, דיאטנית ראשית, שטראוס

” חשוב לנו להמשיך ולהעשיר את קהילת הדיאטנים בישראל בעזרת כלים וידע שפיתחנו בשטראוס ולתמוך במאמצינו להעלות מודעות בקרב הציבור לנושאי תזונה ובריאות.

”

סברה מקדמת בריאות ותזונה מאוזנת

במסמך ההמלצות התזונתיות של ממשלת ארה"ב שהתפרסם בתחילת 2016 (The Dietary Guidelines 2015-2020) הוגדר החומוס כתוספת יעילה וטובה של קטניות לתזונה של האמריקאים, הן בתור מקור לחלבון מן הצומח והן כחלופה בריאה למגוון ממרחים ומטבלים.

להמלצות מסמך זה השפעה רבה בקרב הציבור ומקבלי ההחלטות בארה"ב, והוא בין השאר, הבסיס להמלצות התזונה "MyPlate" – יוזמה לחינוך לתזונה בריאה אשר מובילה אשת נשיא ארה"ב. הכללת החומוס באופן חיובי במסמך זה היא אבן דרך חשובה במאמצינו של סברה להעלות את מודעות הצרכנים לחשיבות הבריאותית של החומוס. חומוס סברה מהווה יותר מ-61% משוק החומוס בארה"ב ומעצם כך הוא תורם רבות לשיפור התזונה של האמריקאים.

להישג זה תרמה הפעילות התקשורתית הנרחבת של סברה בשנים האחרונות, שהדגישה את יתרונותיו הבריאותיים של החומוס, והציגה אותו כחלופה לממרחים אמריקניים מסורתיים המאופיינים באחוזי שומן גבוהים (דוגמת חמאה ומיונז). סברה נמצאת בקשר שוטף עם מאות דיאטנים בפגישות וכנסים, ובאמצעות ידעון מקוון שנשלח מדי רבעון, שבו אנו מעדכנים בחדשות מהתעשייה ומסברה, ומפרסמים המלצות ומתכונים. פעילות זו מספקת לדיאטנים ולמטופלים שלהם מידע על האיכויות התזונתיות של החומוס ועל היתרונות שבצריכתו באופן קבוע.



2 כפות חמוס

ביום מהוות את הצריכה השבועית המומלצת של קטניות



השפעת החמוס על הסוכר בדם

רמות סוכר ואינסולין נמוכות קשורות למשקל גוף ולאחוז שומן תקין, למניעת סוכרת, למניעת מחלות לב ואף למניעה של סוגים מסוימים של סרטן. לחמוס הרכב תזונתי המשלב באופן מאוזן אבות מזון חיוניים ועל כן הוא הרבה יותר מומלץ ממזונות פופולריים הגורמים לעלייה חדה ברמת הסוכר בדם כמו אורז או תפוחי אדמה. יתרון נוסף של החמוס הוא תחושת השובע והאנרגיה הזמינה שהוא מספק לאורך זמן - תכונה שמסייעת לצרכנים לנהל תזונה נכונה ויעילה לגוף, הכוללת ארוחות מאוזנות ובריאות.

ב-2015 התפרסם מחקר בתחום המזון בארה"ב שיזמנו בסברה. המחקר הראה כי לחמוס תכונות תזונתיות חיוביות המשפיעות באופן מתון על רמות הסוכר והאינסולין בגוף. השפעה זו מסייעת להגן על הגוף מפני השמנת יתר, סוכרת, מחלות לב ועוד.

המחקר השווה בין רמות הסוכר והאינסולין בדם אחרי אכילת חמוס לבין רמות הסוכר והאינסולין בדם אחרי אכילת לחם לבן. התוצאות הראו כי רמת הסוכר בדם אחרי אכילת פרוסת לחם לבן גבוהה פי 4 מרמת הסוכר בדם אחרי אכילת חמוס.



יתרונות הבריאות של החמוס

מינה פנה, דיאטנית ראשית, סברה

”אנו שמחים שתוצאות המחקר מראות כי לחמוס יש השפעה חיובית על הבריאות, ושאנו יכולים לחלוק מידע חשוב זה עם דיאטנים ועם צרכנים, ובכך לתרום להעלאת המודעות ליתרונות הבריאותיים של החמוס ולקידום אורח חיים בריא בארה"ב.

”

מקדמים שתיית מים - זה בריא!

בשטראוס מים אנו רואים חשיבות רבה בהעלאת המודעות ובחזוק החינוך לשתיה מרובה של מים. בעולם שבו צרכנים וילדים רבים מורגלים בשתיית משקאות ממותקים, המטרה שלנו היא לגרום לצרכנים להבין את החשיבות הבריאותית שבשתיית מים מרובה, במיוחד לעומת שתיית משקאות ממותקים. ב-2015 פעלנו בעולמות השיווק במגוון ערוצי מדיה על מנת לקדם את חשיבות שתיית המים בקרב ילדים ומבוגרים, כחלק מאורח חיים בריא ומאוזן.

”הפסקה של מים”

במהלך הקיץ יזמנו, בשיתוף עם ערוץ הילדים בישראל, ”הפסקה של מים” בתכנית הדגל ”הבנים והבנות” המשודרת בערוץ. במסגרת זו, בכל שעה יזמו מנחי התכנית הפסקת מים ועודדו את הילדים לשתות. בנוסף, הפקנו את הסרטון ”הפסקה של מים” ל- YouTube עם הראפר EZ אשר סייע גם הוא להעביר את המסר של שתיית מים לילדים, וזכה ליותר מ-100,000 צפיות. באתר ערוץ הילדים קיבלו הילדים מידע נוסף על שתיית מים וכן הזדמנות לזכות בצמיד ”הבנים והבנות” שמהבהב מדי שעה ומזכיר להם לשתות מים.



החשיבות שבשתיית מים

במסגרת שיתוף פעולה עם MAKO, אתר בידור וחדשות מוביל בישראל, פרסמנו כתבות בנושא החשיבות שבשתיית מים וטיפים לשתיה מרובה. בנוסף, הוספנו עבור משתמי אפליקציית MAKO אפשרות לקבלת תזכורת לשתיית מים.

בערוץ הבריאות באתר MAKO, פרסמנו מחשבון המחשב את גילו האמתי של המשתמש על פי תשובותיו לשאלות על הרגלי תזונה ואורח חיים. המחשבון מבוסס על קריטריונים מדעיים ששקלולם יכול לספק תוצאה מוערכת של גיל המשתמש. בנוסף, תמכנו בתוכנית המתעדת משפחות בזמן שהן עוברות מהפך בהרגלי התזונה והשתייה שלהם ומתחילות לקיים אורח חיים בריא.



בסקר שערכנו ב-2015

82%

מהמשתמשים בבר מים של שטראוס מים העידו כי הם וילדיהם שותים יותר מים מאז שהמכשיר ברשותם

68%

העידו כי ילדיהם שותים פחות משקאות ממותקים ומוגזים



במסגרת התכנית להוזלת המוצרים, ביצענו הפחתה במחירי המחירון של מספר מוצרים מובילים במטרה להנגיש את מוצרינו ליותר צרכנים.

הוזלת מחירים לצרכן

במהלך השנה האחרונה ביצעה שטראוס ישראל הורדות מחירי מחירון של מספר מוצרים מובילים, בשיעורים שבין 2.5% - 22.8%. בין המוצרים שמחירים הופחתו ניתן למנות את יוגורט דגונה עם פירות, חלב מועשר יטבתה, שוקו יטבתה, מילקי, מעדן ג'וי (שאריותו הוקטנה ומחירו קטן בשיעור גבוה משיעור ההקטנה), אקטיביה וקפה מגורען בהקפאה.

הורדות המחיר הן תוצאה של החלטה ניהולית בשטראוס ישראל לנקוט בפעולות התייעלות במהלכי היצור של מוצרי החברה, בכדי לאפשר את הורדת המחיר הסופי שלהם לצרכנים, ומתוך רצון להנגיש את מוצרי החברה לקהל הצרכנים תוך שמירה על איכות המרכיבים והערך המוסף שהם מייצרים. נכון למועד כתיבת הדו"ח, שטראוס ישראל הינה חברת המזון הגדולה היחידה שנקטה בצעד זה של הורדת מחירי מחירון בנוסף להורדות מחיר אפקטיביות - דרך מבצעים ברשתות השיווק אותן ממננת החברה לאורך כל השנה.





העמקת הקשר והבנה טובה יותר של הצרכנים

ב-2015 השקנו בישראל את שטראוס פלוס - אפליקציה חדשה לצרכנים, הראשונה מסוגה בעולם יצרני המזון. מטרת אפליקצית שטראוס פלוס היא לסייע לצרכנים בניהול יעיל של רשימת קניות מוצרי המזון ולתגמל אותם על הנאמנות למוצרי שטראוס באמצעות צבירת נקודות והמתן להטבות שונות. אלה כוללים חבילות מתנה של מוצרי שטראוס המגיעות עד הבית בהתאם לנקודות שנצברו, או הטבות לבתי עסק ברחבי הארץ. עד כה, עשרות אלפי צרכנים התנסו באפליקציה החדשה והביעו שביעות רצון במגוון ערוצי התקשורת של שטראוס, מהערך המוסף ששטראוס נותנת להם. כמו כן, ניתן גם להעביר את החבילה כמתנה ואף להוסיף ברכה, וכן לתרום את החבילה לארגון לקט ישראל.

משפרים את הנגישות

במהלך 2015 התחלנו לבצע התאמות באתרי האינטרנט של שטראוס על מנת להנגיש אותם לצרכנים בעלי מוגבלויות. שטראוס מפעילה ומתחזקת למעלה משלושים אתרי אינטרנט שונים בהם מבקרים מדי שנה מאות אלפי גולשים. הנגשת אתרי אינטרנט לבעלי מוגבלויות כוללת רשימה של התאמות אותן יש לבצע בתשתית האתרים ובתכנים המגוונים כדי להתאימם לצרכים מיוחדים ולאמצעים מיוחדים בהם עושים שימוש בעלי מוגבלויות. מאז אוקטובר 2015 כל האתרים אשר עלו לאוויר בישראל הינם אתרים נגישים, ואנו ממשיכים את המהלך כדי להבטיח שעד אוקטובר 2016 כל האתרים שבבעלות שטראוס יהיו נגישים, כפי שמחייב החוק.

דרך נוספת להנגיש את שטראוס ישראל לצרכנינו היא באמצעות מרכזי המבקרים שאנו מפעילים במפעל הממתקים בנצרת ובמחלבה באחיהוד. אנו מארחים יותר מ-80,000 מבקרים מידי שנה במרכזים אלו ודואגים להנגיש אותם עבור מבקרים בעלי מוגבלויות. ב-2016 ביצענו לראשונה הדרכת נגישות לעובדי מרכזי המבקרים שלנו על מנת להעלות את נושא הנגישות על סדר היום ולייצר שיח סביב אתגרים, שאלות ודילמות שהעלו המשתתפים.





סברה: שומרים על בטיחות הצרכנים

אנו מקפידים על עמידה בתקנים המחמירים ביותר בנושא בטיחות המזון ותהליכי הייצור שלנו, ולכן כאשר התגלה חשש לזיהום נקודתי בגביע חומוס בודד של החברה פעלנו במהירות על מנת לאסוף את המוצרים ולנקות את קווי הייצור.

בהתאם להנחיות רשות המזון והתרופות האמריקאית (FDA), פרסמנו באופן מיידי באתר החברה ובמדיה החברתית על הורדת כלל המוצרים מאותו קו ייצור מהמדפים. כמו כן שיתפנו פעולה עם הרשויות ועם הלקוחות על מנת לאסוף את כל 30,000 היחידות מהמדפים. בבדיקות מקיפות שבחנו את המוצרים שהוחזרו לא נמצאו חריגות, ושום מקרה של מחלה לא דווח בקרב צרכנים. בעקבות האירוע נערך תהליך מעמיק של הפקת לקחים, שבעקבותיו הטמענו תהליכי בקרת איכות קפדניים, תוך השקעת משאבים רבים ובליווי מומחי בטיחות מזון מסברה ומחברה חיצונית מתמחה.



מקימים תעשיית פוד טק- יזמות במזון

חדשנות טכנולוגית היא המפתח להתמודדות עם אתגרים רבים העומדים בפנינו כחברת מזון. למשל, טכנולוגיה יכולה לספק לנו פתרונות המסייעים לנו להתמודד עם רצונם של הצרכנים שלנו לנהל אורח חיים בריא. בנוסף, חדשנות טכנולוגית מסייעת לנו לייעל ולשפר את תהליכי הייצור של מזון מכל הסוגים כדי להפחית את השימוש במשאבי אנרגיה ומים ולייצר פחות פסולת.

לכן לפני מספר שנים קיבלה הקבוצה החלטה אסטרטגית להתמקד ולהשקיע בפיתוח טכנולוגיות מזון חדשות לתועלת צרכנינו, עסקינו ותעשיית המזון כולה. לאחר כמה שנים בהן התמקדנו בקידום מיזם "אלפא שטראוס" אשר מעניק תמיכה לחברות הזנק בתחום, חברנו למשרד הכלכלה ולמדען הראשי של ישראל להקמת יוזמה נרחבת:

The Kitchen - חממה לטכנולוגיות לתעשיית המזון. במסגרת החממה מקבלים יזמים השקעה כספית, תשתית פיזית וניהולית, ותמיכה מצוות החממה בתחומי פיתוח טכנולוגי, עסקי וכו'. בנוסף, מקבלים היזמים הזדמנות לחבור לידע, למומחיות, לאנשים ולתשתיות שיש בשטראוס. כל זאת במטרה לפתח טכנולוגיות מזון פורצות דרך שיסייעו לעולם להיות טוב יותר, ולייצר מזון טוב יותר, בין אם הטכנולוגיות נקלטות בשטראוס ובין אם לאו. מאז תחילת פעילות החממה, בראשית שנת 2015, כבר אושרו 3 מיזמים ומיזם נוסף אושר ב-2016. המיזמים יהנו מתמיכה כספית, מקצועית ומסחרית על מנת להגשים את חלומם ולהציע חידושים לשוק המזון בישראל ובעולם.

באמצעות החממה, מיזמים אלה זוכים לחשיפה בפני חברות המזון הגדולות ביותר בעולם ומקבלים הזדמנויות לשיתוף פעולה והשקעה בפיתוח והתאמת הטכנולוגיה.

קידום תעשיית המזון



” חשיבות החממה עבור קבוצת שטראוס היא רב-גונית. מצד אחד, אנו מסייעים לפיתוח מוצרים חדשים לטובת הצרכנים והרחבת האפשרויות שלהם בתחום המזון. מצד שני, אנו מסייעים לפיתוח טכנולוגיות התורמות לקידום תעשיית המזון כולה, והכול נעשה מתוך תפיסת קיימות ופתרונות המייעלים תהליכי ייצור והפצת מזון.

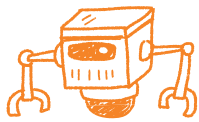
”

יהונתן ברגר, מנכ"ל חממת The Kitchen





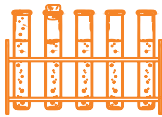
מיזמים שהתקבלו ב-2015 3



חברת **Deep Learning Robotics** המפתחת מיכון רובוטי נייד



חברת יופיקס המפתחת מצע פרוביוטי צמחי לייצור מוצרי מזון ללא חלב



חברת בקטוסנס המפתחת בדיקות מעבדה מהירות לגילוי חיידקים בכל סוגי המזון

The Kitchen

FoodTech Hub

על החממה:

- הוקמה בשנת 2015 לתקופה של 8 שנים, במטרה לסייע לכ-30 מיזמי פוד-טק ולממנם
- שיתוף פעולה בין קבוצת שטראוס, המדען הראשי ומשרד הכלכלה של מדינת ישראל
- מספקת ליזמים בתחום תעשיית המזון תשתית, תמיכה כספית וטכנולוגית, וגישה למשאבים
- מעודדת חדשנות ופיתוח פתרונות ברי קיימא לאתגרי תעשיית המזון
- מטת המיזם הכוללת מעבדות נמצא באשדוד בישראל

The Kitchen השקיעה 2 מיליון ש"ח בפיתוח מוצרים פרוביוטיים

המצע הפרוביוטי הצמחי החדשני שפותח על ידי חברת יופיקס עשוי מחומרים טבעיים הכוללים דגנים, זרעים ואגוזים בלבד. הוא מקבל את תכונותיו הפרוביוטיות מתהליך התססה המתקיים על גביו. יתרונותיו הייחודיים של המצע כוללים: אפשרות לשימוש כרכיב בסיס למגוון מוצרים במקום השימוש בחלב, הוא אינו מכיל סוכר או לקטוז וכמות הסיבים בו גבוהה משמעותית בהשוואה למוצרי חלב. בשנת 2015, יופיקס פיתחה גרסה ראשונית של יוגורט טבעוני המבוסס על המצע הפרוביוטי והיא מתכננת להשיק את המוצר לקראת סוף 2016. היוגורט מורכב מ-7 רכיבים טבעיים, הוא מספק מענה לצרכנים רבים שנמנעים ממוצרי חלב ומציע טעם ומרקם עדיפים וערכים תזונתיים גבוהים ביחס למוצרים חלופיים. לצרכנים אלה הנמצאים כיום בשוק, בנוסף, תהליך הייצור של היוגורט הפרוביוטי אינו מייצר פסולת ועל כן הוא ידידותי לסביבה. השאיפה היא שבעתיד יושקו מוצרים נוספים מבית יופיקס כגון שייקים, בסיס לגלידה ועוד.

” החממה היא בית לכל הצרכים שלנו. אנחנו מקבלים שם תמיכה טכנולוגית, הכוונה פיננסית ושיווקית ועזרה בניהול התקציב שקיבלנו משטראוס ומהמדען הראשי. בנוסף אנו מגיעים לגורמים בכירים בחברות מזון גלובליות, למשקיעים ולעיתונאים. מדובר בחשיפה אדירה שאחרת לא היינו משיגים.

”



תנופה
קדימה

רון לביא, מייסד יופיקס

”



שומרים על הסביבה

המחויבות שלנו לשמירה על הסביבה מאפשרת לנו להתייעל באמצעות הפחתת השימוש במשאבים, ולתרום למאמצי התעשייה לשפר את ההשפעות הסביבתיות של תאגידים. באסטרטגיית הקיימות שלנו לשנת 2020 אימצנו ארבעה יעדים סביבתיים לצמצום ההשפעות שלנו בתחומי האנרגיה, המים, גזי החממה והפסולת. בשנת 2015, השקענו יותר מ-51 מיליון ש"ח בשיפור הביצועים שלנו בתחום הסביבה ולאחר שורה של פעילויות שיפור ממוקדות, הצלחנו להשיג ואף לעבור את יעדינו בתחום המים וגזי חממה, וכמעט השגנו את היעד להפחתת האנרגיה. לכן, במהלך 2016 נציב יעדים מאתגרים יותר ל-2020 אשר ישקפו את הסטנדרטים המעודכנים ואת רצוננו להציג שיפור מתמיד בתחום זה.





מוזילים את המוצר ומשיקים חדשנות ידודתית לסביבה - בקבוק החלב של יטבתה

ב- 2015 השקנו את חלב יטבתה בבקבוק פלסטיק, כתחליף לאריזות הקרטון. המהלך מאפשר לנו להתייעל בתהליך הייצור והשינוע, להקטין את השפעתנו על הסביבה, ולגלם את החיסכון הכספי בהורדת מחיר החלב לצרכן ב-17.5%. בקבוקי הפלסטיק מגיעים למפעל כמבחנות קטנות ואנו מנפחים אותם באמצעות מכונה ייעודית - כך אנו מפחיתים באופן משמעותי את כמות המשאיות שמובילות בקבוקים מהספק במרכז הארץ ליטבתה בדרום (מ-310 משאיות בשנה לכ-30 משאיות בשנה), ולכן גם מפחיתים את זיהום האוויר. המהלך בוצע בהשקעה כוללת של כ-30 מיליון ש"ח, עבור רכישת מכונה לניפוח בקבוקים. ב-2016 אנו צופים לנפח מעל 30 מיליון בקבוקים.

כדי לעדכן את הצרכנים וליידע אותם לגבי היתרונות של בקבוק הפלסטיק, יצאנו בקמפיין בערוצי התקשורת, בכתבות ברשת ובמיני-אתר ייעודי.

רונית ברמן, מנהלת שיווק מחלבת יטבתה

מהפך
הבקבוקים
שלנו

” המהלך שלנו עם בקבוקי יטבתה הוא חדשני. במקום להסיע משאיות מלאות בקבוקים נפחיים וריקים, אנחנו מסיעים מבחנות קטנות ושטוחות המוכנות לניפוח במפעלנו. זה נשמע פשוט אבל התהליך היה מורכב והיו כרוכים בו הרבה מאוד שינויים במפעל ובתהליך האספקה. בסוף הצלחנו, וזאת הצלחה משולשת: אנחנו התייעלנו, הצרכן הרוויח, ושמרנו על איכות הסביבה.

”





למה מחזור?

כחלק מהתחזוקה השוטפת של ברי המים של שטראוס מים, ועל מנת לשמור על רמת האיכות של המים, נדרשים הלקוחות להחליף סגן ונורה כל חצי שנה. מכיוון שמדובר בחלקים שאינם מתכלים באופן טבעי, הטיפול הנכון עבורם מבחינה סביבתית הוא פירוקם ומחזורם, בניגוד להשלכתם כפסולת להטמנה.

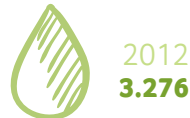
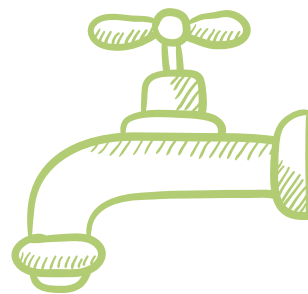
מחזור בשטראוס מים

במהלך 2015 הקמנו תשתית המאפשרת ללקוחות שטראוס מים לסייע במחזור החלפים המתכלים של ברי המים של שטראוס מים. הלקוח מוזמן להביא את הסגן ואת הנורה המשושמים לנקודות מחזור נגישות ברחבי ישראל. תוכנית המחזור היא תוצאת שיתוף פעולה בין שטראוס מים לבין תאגיד המחזור מ.א.י. והיא כוללת תשתית לוגיסטית ושיתוף פעולה עם רשתות השיווק הגדולות.

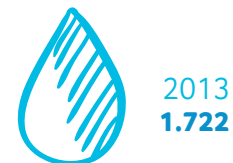
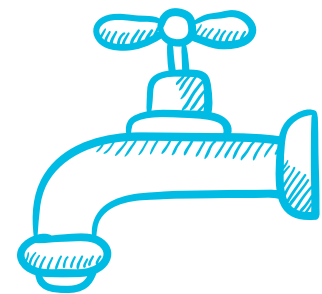
חוסכים מים במפעל הקפה בגרמניה

בסוף 2015 הטמענו שינויים בצנרת המים במפעל הקפה שלנו בגרמניה, להפחתת צריכת המים. מדובר בהתקנת צנרת במעגל סגור, המבטיחה שהמים לא יוזרמו לביוב אלא ימשיכו הלאה לשימוש חוזר במפעל. אנו מעריכים ששינוי זה בצנרת יאפשר חיסכון של כ-18,000 מטר מעוקב מים בשנה.

שאיבת מים לטון מוצר (מ"ק)



שאיבת מים במיליוני מ"ק



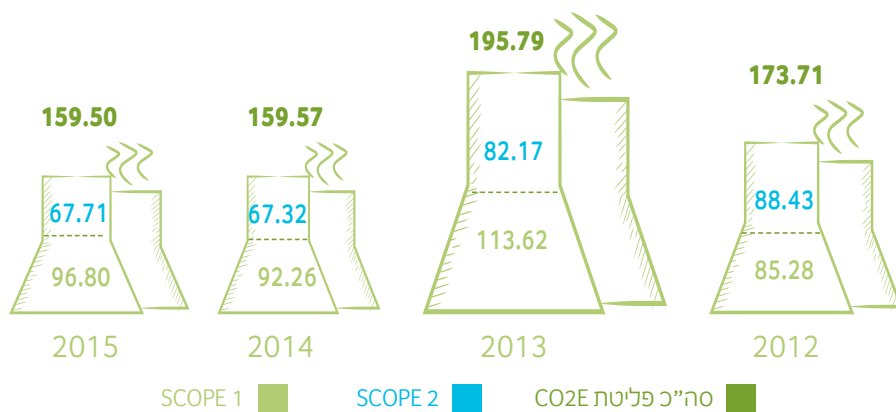
יניב שיראזי, מנכ"ל שטראוס מים ישראל

מייצרים תועלת סביבתית

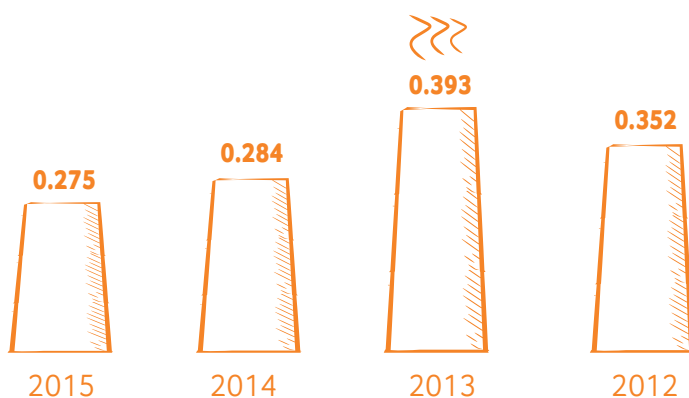
”אנו שמחים להיות שותפים למהלכים המצמצמים את טביעת הרגל האקולוגית שלנו כחברה, ונותנים ללקוחות שלנו כלים למחזור ולהשתתפות במהפכה הירוקה. חלק מהאחריות שלנו כחברה הוא גם להחזיר לסביבה. מהלכים אלה מייצרים תועלת סביבתית מוכחת ואנו משוכנעים שחברות נוספות יצטרפו למגמה בעתיד.“



פליטות גזי חממה באלפי טון CO2E



פליטות גזי חממה לטון מוצר (טון CO2E)



שומרים על הסביבה בברזיל

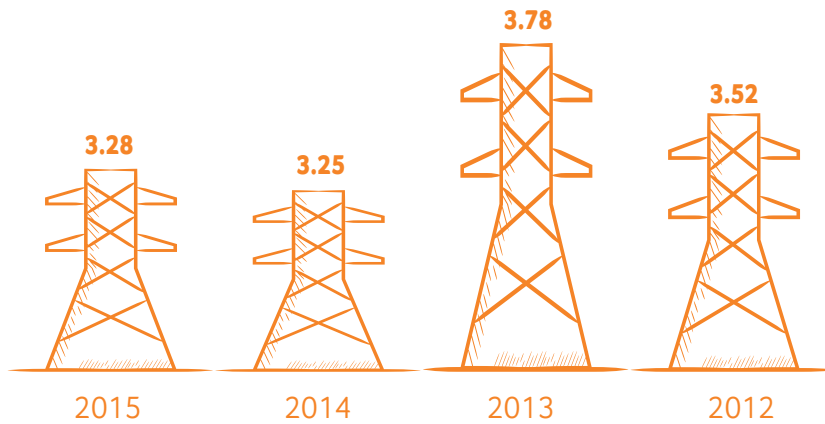
בכל אתריו בברזיל העוסקים בקלייה ובייצור קפה, אנו ממשיכים להקפיד על הפחתת שימוש במשאבים על מנת לשמור על איכות הסביבה. בשנת 2015 הטמענו כמה שינויים אשר הניבו תוצאות סביבתיות חיוביות:

- במפעל הקפה באאוזביו (Eusebio) התחלנו למחזר פסולת קפה לטובת ייצור דשן חקלאי אורגני עבור חברת דשנים מקומית. לשם כך רכשנו שתי מכונות ייחודיות היוצרות כדוריות מאפר הקפה, תוצר לוואי של תהליך ייצור הקפה. את הכדוריות אוספת חברת הדשנים מהמפעל שלנו ומשתמשת בהן כדשן אורגני. ב-2015 הפחית מחזור הפסולת את כמות הפסולת להטמנה ב-69%.
- בשני המפעלים שלנו בברזיל - אאוזביו ומוסורו (Mossoro), פעלנו להתייעלות בצריכת חשמל, מים וגז טבעי. בכל אחד מהמדדים הצלחנו להפחית בין 5% ל-23% מצריכת המשאבים.

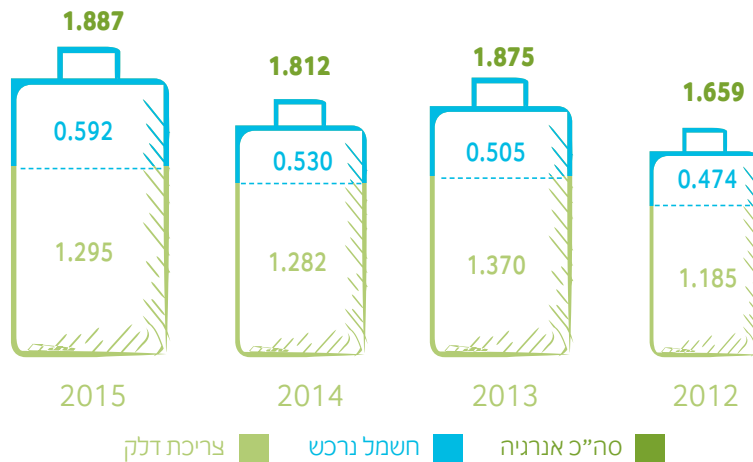
שיעור הפחתת השימוש במשאבים לפי טונת ייצור בשנת 2015	משאב	מפעל
-9.8%	גז טבעי	אאוזביו
-9.3%	חשמל	
-23.4%	מים	מוסורו
-5.3%	חשמל	



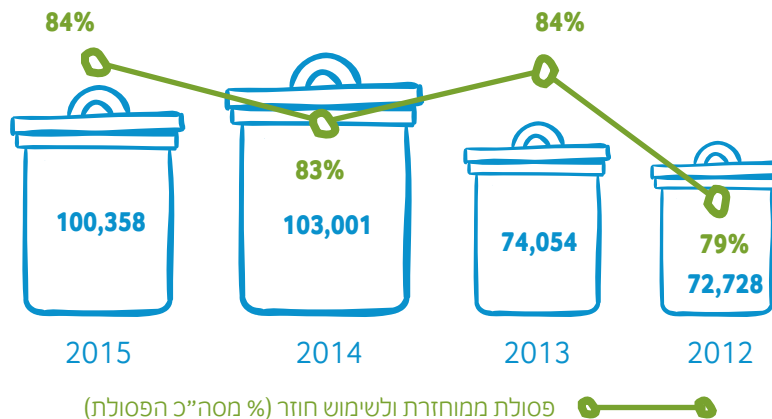
צריכת אנרגיה לטון מוצר (גייגה ג'אול)



צריכת אנרגיה במיליוני גייגה ג'אול



פסולת (טונות)



התייעלות אנרגטית במפעלים בישראל

ב-2014 התחלנו בשיתוף פעולה עם חברת פנורמיק פאוור, אחת מהחברות הרבות שקבוצת שטראוס תומכת בהן דרך פרויקט אלפא שטראוס. החברה מספקת לנו מערכת שמוודדת את צריכת האנרגיה בזמן אמת, ברמת מעגל ההספק או המנוע הבודד ובכך מאפשרת לנו זיהוי מיידי של תקלות וחרیגות הגורמות לחוסר יעילות בתהליכים ולצריכת אנרגיה גבוהה.

ב-2014-2015 הטמענו מערכת זו במפעלים שלנו בנצרת, אחיהוד וכרמיאל וכן במרכז הלוגיסטי בשוהם. במפעלי הייצור הכנו תכנית עבודה להטמעת שינויים וטיפולים כדי לשפר את התייעלות האנרגטית של מכונות ותהליכים שזיהינו כצרכני אנרגיה גדולים. באתר הלוגיסטי שוהם ביצענו מספר שינויים אשר הובילו להפחתה של 30% בצריכת האנרגיה (לעומת הצפי המוערך על ידי מתכנן האתר החדש).

אחריות ברכש

אנו מאמצים גישה אחראית בתחום הרכש הן מבחינת המוצרים שאנו רוכשים והן מבחינת הספקים שמהם אנו רוכשים אותם. אנו שואפים להגדיל את מידת האחריות ברכש המוצרים העיקריים ולהעמיק את הקשר עם הספקים כדי להבטיח שהם מבינים ומיישמים את תקני האחריות בכל הקשור לזכויות אדם, לזכויות בעבודה ולסביבה.

שרשרת האספקה הגלובלית של קבוצת שטראוס מורכבת מקרוב ל-14,000 ספקים, אשר מספקים למפעלים שלנו רכיבים, טובין ושירותים בשווי של מיליארדי שקלים מדי שנה. מרבית הייצור שלנו מתבצע ב-26 המפעלים שלנו ברחבי העולם, שהם בבעלות הקבוצה, ומאחוריהם רשת של פעילויות אחסון, לוגיסטיקה והפצה, אשר מספקות את המוצרים ללקוחות שלנו.

ארגון 4C

- ארגון עולמי המחויב לקדם ולהטמיע את עקרונות הקיימות בשוק הקפה
- תקן 4C מבטיח תהליכי גידול יעילים מבחינה סביבתית ותנאים הוגנים למגדלי קפה
- יותר מ-300 קבוצות ספקים ב-22 מדינות הוסמכו על ידי ארגון 4C כספקים ברי קיימא מוסמכים
- בארגון חברים יותר מ-300 עסקים מכל העולם, הרוכשים את הקפה שעומד בתקן



אחריות ברכש בשטראוס קפה

במסגרת יעד הקיימות האסטרטגי של קבוצת שטראוס, להרחיב את רכש חומרי הגלם ממקורות ברי קיימא, אנו ממשיכים לקיים ולקדם רכש קפה ירוק בר קיימא דרך ארגון 4C. שטראוס קפה הצטרפה לארגון 4C ב-2007, ובין 2008 ל-2015 עמדנו בהתחייבותנו להגדיל את הרכש דרך ארגון 4C ב-20% בשנה. בתקופה זו רכשנו כ-30,000 טון קפה ירוק.

ב-2015 רכשנו קפה ירוק המהווה 10.2% מכלל רכש הקפה של שטראוס (להוציא את ברזיל). היעד שלנו ל-2016 הוא 12%. בשנת 2008, שבה התחלנו עם המהלך, עמד רכש הקפה הירוק על 1.6% בלבד.

עמיר לוי, סמנכ"ל תפעול, שרשרת אספקה ופיתוח עסקי, שטראוס קפה

קפה
בר
קיימא



”אנו מחויבים להגדיל את רכש הקפה הירוק הבר קיימא שלנו כחלק מתמיכתנו בפיתוח בר קיימא של תחום הקפה בעולם. כאחת מיצרני הקפה הגדולות ביותר בעולם, יש לנו אחריות כלפי הצרכנים לפעול תמיד בצורה שמכבדת את כל העוסקים בייצור קפה ירוק בשרשרת האספקה שלנו.

“

שומשום איכותי

עבור החומוס של סברה

שומשום הוא מרכיב מהותי בייצור טחינה, שהיא עצמה מרכיב מרכזי ביצירת החומוס של סברה באיכות, בטעם ובערכים התזונתיים שהצרכנים האמריקאים לומדים לאהוב. על מנת להבטיח אספקה קבועה של שומשום וגם כדי לקרב את מקור השומשום לפעילות שלנו בארה"ב, התחלנו בבחינת מיזם לפיתוח גידול מקומי של שומשום לא מהונדס גנטית. כיום אנו רוכשים שומשום מאתיופיה עבור ייצור טחינה, ואנו צופים לקבל את השומשום האמריקני הראשון בשנת 2020.

יש הבדל רב בין האיכות, הערכים התזונתיים, הטעם והמרקם של זני השומשום השונים, ואנו עובדים עם זן מסוים שתכונותיו אופטימליות עבור החומוס שלנו, והוא אינו גדל בארה"ב. תכנית הפיתוח המקומית שלנו כוללת ניסיונות רבים עם זני שומשום שונים על מנת להגיע לזן המיטבי עבור החומוס שלנו ושניתן לגדלו בתנאי האקלים והקרע המקומיים. אנו נמצאים בשנה השנייה לתכנית זו, בשיתוף עם מגדלים מקומיים.



רכש מעסקים בבעלות נשים

בשלוש השנים האחרונות אנו מקדמים בגיאוגרפית ישראל תכנית לשילוב עסקים בבעלות נשים בין ספקינו הקבועים במערך שרשרת האספקה. לשם כך אנו מתמקדים ביצירת תשתיות בכדי לסייע לנו להטמיע תכנית לגיוון מערך הספקים במערך הרכש, כולל תקשור והטמעת התכנית בקרב עובדי יחידות הרכש, הכשרתם, מינוי מובילי תכניות ויצירת קשר יזומה עם ספקים בבעלות נשים לטובת שיתופי פעולה מסחריים, לעיתים בעזרתם של ארגונים המקדמים עסקים מגוונים. לדוגמה בישראל, אירחנו בשיתוף עם עמותת יסמין הפועלת לקידום נשים בעלות עסקים יהודיות וערביות, כ-10 מפגשי שולחנות עגולים עם עסקים-ספקים בבעלות נשים. במפגשים לקחו חלק אנשי רכש בכירים משטראוס אשר השתתפו בשיח פתוח עם בעלות העסקים על מנת ללמוד אודות השירות שמציעים עסקים אלו ולבחון את מידת התאמתם לצרכים היצוריים והלא יצוריים של שטראוס, וגם על מנת לשתף את בעלות העסקים בעצות מעשיות והדרכה לקראת השתלבות במערך שרשרת אספקה של ארגון גדול. הנשים בעלות העסקים שהשתתפו במפגשים אלו דיווחו על ערך רב שקיבלו מהם ועל ידע מעשי שסייע להן להמשיך ולפעול להשתלבות בארגוני רכש גדולים.

93 מיליון ש"ח סך הרכש
מתוך כלל הספקים 10%
265 ספקים בבעלות נשים

בשנת 2015 עמד מספר הספקים בבעלות נשים ברכש הלא ייצורי בשטראוס ישראל על 265 (בניהול, בעלות ושליטה של 51% או יותר של אישה), כ-10% מתוך כלל הספקים. הוצאות הרכש על ספקים בבעלות נשים עמדו על כ-93 מיליון ש"ח, כ-5% מסך הרכש.





משקיעים בקהילה

השקעה בקהילות המקומיות במדינות שבהן אנו פועלים מאפיינת את התרבות של חברת שטראוס ומהווה מקור השראה עבור עובדינו. נושאי ההשקעה החברתית המרכזיים של קבוצת שטראוס מתמקדים בשלושה תחומים עיקריים:

- קידום אורח חיים בריא בדגש על פרויקטים חברתיים המקדמים תזונה בריאה ואורח חיים אקטיבי, באמצעות תמיכה ושותפות ארוכת טווח עם ארגונים חברתיים מתמחים
- העצמה כלכלית של נשים
- הנצלת מזון והפחתת אי ביטחון תזונתי





פעילות למען הקהילה של עובדי שטראוס קפה, רומניה

עקרונות הפעולה שלנו בהשקעה חברתית

- אנו מקפידים על מיקוד בנושאים אלו המצויים בליבת הפעילות שלנו על מנת שנוכל להשפיע בתחומים חברתיים ממוקדים, לטווח ארוך
- אנו מקפידים על מספר מדוד של שותפויות אסטרטגיות ומוודאים שהן תבוצענה באופן מעמיק, תוך מדידת אפקטיביות השותפות
- אנו פועלים להבטחת פעילות חברתית באמצעות שותפים משמעותיים מכל המגזרים - העסקי, הציבורי והחברתי
- אנו מקפידים על סינרגיה בין פעילויות פנים ארגוניות וחוץ ארגוניות, באופן שנותן ערך משותף הן לארגון והן לקהילה
- אנו מנהלים במקביל לשותפויות האסטרטגיות, פעילות קשרי קהילה בעשרות אתרים וביחידות לרוחב הקבוצה, לשם חיזוק הקשר לקהילות המקומיות וחיזוק גאוות היחידה.

שותפויות אסטרטגיות בליבת נושאי ההשקעה החברתית -

קידום אורח חיים בריא
והעצמה כלכלית של נשים



הנצלת מזון

כחברת מזון מובילה, אנו מכירים בתפקידנו החשוב בהפחתת אי הביטחון התזונתי של אנשים הנמצאים במצוקה. בישראל, הושק לאחרונה פורום "מצילים מזון" בשיתוף איגוד חברות המזון בהתאחדות התעשייתיים, וארגון "לתת" העוסק בהנצלת מזון והעברתו לנזקקים. שטראוס היא בין חברות המזון המובילות את היוזמה.

מטרות הפורום:

- הגברת המודעות של חברות המזון בישראל לצורך בהנצלת מזון לאורך כל שרשרת הייצור (ייצור, אריזה, שינוע, לוגיסטיקה, הפצה, צרכן), כדי שיותר מזון יגיע לנזקקים
- גיבוש מדיניות ופעילות משותפת להסדרת החסמים החוקיים והרגולטוריים וליצירת תמריצים להצלת מזון עבור חברות המזון
- למידת מודלים מצליחים מהעולם ושכפולם בישראל ויצירת Best Practice

הנתונים העולמיים מראים כי 50%-30% מהמזון שאנו מגדלים ומייצרים לא מגיע לכדי צריכה ומתבזבז בדרך.

בישראל, ההערכה היא שמזון בשווי 18 מיליארד ש"ח בשנה (!) מתבזבז. לנו כחברת מזון מובילה, חשוב להיות בין החברות המובילות את השינוי, למען חברה טובה וחזקה יותר.

השקעתנו החברתית כוללת תרומת כסף או שווה כסף, מוצרי מזון, התנדבות עובדים, חברות בוועדים המנהלים של עמותות, קיום ירידים למכירת מוצרים שיוצרו על ידי אנשים בעלי מוגבלויות ועוד. בשנת 2015 עובדי קבוצת שטראוס בכל העולם התנדבו במשך כ-

20,330

שעות בקהילה

היקף ההשקעה החברתית

2015	2014	2013	סוג ההשקעה (מיליוני ₪)
3.2	3.1	3.8	תרומה כספית
5.8	6.5	5	תרומת מוצרים (במחירי עלות)
2.7	2.5	3	ערך שעות התנדבות עובדים וקשרי קהילה
11.7	12.2	11.8	סה"כ מיליוני ₪
2.4%	2.55%	2.38%	כשיעור מהרווח לפני מס

* בשנת 2015 סך המוצרים שנתרמו בגין תביעות ייצוגיות היה 11% מתוך סך תרומות מוצרי המזון, בשווי של כ-658,000 ₪.



השותפים העיקריים שלנו להנצלת מזון ולהעברתו לאוכלוסיות הזקוקות לו, בגיאוגרפיה ישראל, הינם ארגוני לתת, ולקט ישראל



בסקר שערכנו בסוף המיזם ב-2015 מצאנו כי 75% מהמשתתפים בתוכנית מרגישים שמה שהם למדו בסדנה יעזור להם למצוא עבודה בעתיד, וכמו כן שהסדנה עזרה להם לזהות את הערכים שלהם. עוד ציינו המשתתפים ששיפירו יכולות כגון תקשורת, פתרון בעיות, ניהול זמן ועבודת צוות.

בנוסף מצאנו כי יותר מ-53% מהמשתתפים נרשמו לאוניברסיטה או ללימודים משלימים אחרים לאחר סיום התיכון, וכי 35% השתלבו בשוק העבודה.

מעורבות בקהילה בשטראוס קפה סרביה

במסגרת פעילותם למען הקהילה המקומית, השתתפו עובדי החברה בסרביה בטורניר כדורסל של חברות עסקיות שנועד לאיסוף תרומות לעמותה הפועלת להעלאת המודעות לסוכרת.

אנו ממקדים את השקעתנו החברתית בארגונים אשר ליבת פעילותם הינה קידום אורח חיים בריא בקרב קהילות שונות, ובהעצמה כלכלית של נשים. אנו משתפים פעולה בהקשר זה עם כתריסר ארגונים חברתיים מובילים, אשר יחד אנו מרחיבים את השפעתם החברתית.

שטראוס מים מקדמת את הקהילה המקומית

במשך 5 השנים האחרונות, פועלים אנשי שטראוס מים, אשר בסיסה באור יהודה, בקידום ילדים ונוער בסיכון, באמצעות שתוף פעולה משמעותי, עמוק ומתמשך עם בית הנוער קדימה, של ארגון לשובע. אנשי שטראוס מים מבקרים את הילדים והנערים על בסיס שבועי, מעבירים פעילויות העשרה מגוונות, ומארחים אותם גם במשרדי החברה. מעבר לפעילות העשרה, נרתמה שטראוס מים לשיפור הנראות הפיזית של מבנה בית הנוער.

תמיכה בחינוך בשטראוס רומניה

בשלוש השנים האחרונות אנו מעורבים בתוכנית שמטרתה הקניית כישורי חיים לתלמידי תיכון המגיעים מקהילות מוחלשות, בשיתוף פעולה עם הארגונים School of Values ו-World Vision. התוכנית כוללת אירוח התלמידים במפעל שטראוס קפה ברומניה והשתתפות בסדנות שמלמדות אותם לזהות את היכולות האישיות שלהם, להשתמש בהן ולפתח יכולות חדשות שיעזרו להם להתקדם בחיים. הסדנות כוללות מרכיב מעשי על מנת לאפשר לתלמידים ללמוד על ידי עשייה. בשלוש שנות הפעילות המשותפת אירחנו 127 תלמידים ב-14 סדנות.

שטראוס ישראל משקיעה בקהילה

בשטראוס ישראל אנו מנהלים רשת של שותפויות חברתיות הכוללת כ-40 ארגונים שמייצגים נושאים חברתיים שונים. כ-2,800 עובדי שטראוס ישראל התנדבו במהלך 2015 במסגרת השותפויות הללו, מתוכם כ-40% מתנדבים באופן קבוע. מעבר לתמיכה שלנו בארגונים חברתיים בנושאים שונים, אנו משתפים פעולה עם 12 ארגונים הנמצאים בליבת נושאי ההשקעה החברתית שלנו, ומוציאים לפועל יוזמות ותכניות משותפות התומכות בנושאים אלה. בנוסף אנו מסייעים בהנצלת מזון בשווי של כ-5 מיליון ש"ח בשנה ובכך אנו מסייעים לשיפור הביטחון התזונתי לנזקקים בישראל.

כ-
2,800

**עובדי שטראוס ישראל
התנדבו במהלך 2015 במסגרת
השותפויות החברתיות, מתוכם
כ-40% מתנדבים באופן קבוע**

אתיקה

אנחנו פועלים לאורך כל השנה על מנת להבטיח קיומה של תרבות עסקית אתית. הקוד האתי שלנו, שתורגם ל-11 שפות, מנחה את כלל העובדים שלנו לגבי ההתנהלות המצופה מהם כחלק מקבוצת שטראוס, כזו המגלמת את הערכים שלנו ואת הקוד האתי. במהלך שנת 2015 התחלנו בתהליך לעדכון הקוד האתי, כעשור לאחר שנכתב. מאז השקתו של הקוד לראשונה, חלו תמורות רבות בעולם העסקי, בגלובליזציה, בחיבור בין מדינות, עסקים ואנשים. תמורות אלו השפיעו במידה רבה גם על הציפיות שיש למחזיקי העניין שלנו לגבי התנהלותנו כחברה עסקית, לכל רוחב הארגון. כיום, האמון בין צרכנים לחברות נמצא במבחן והוא תלוי באלפי החלטות ופעולות שהחברה מבצעת באמצעות אנשיה בכל יום.

שינויים אלה משפיעים רבות על ההתנהגות שלנו, בתוך ומחוץ לחברה, וכיום אנחנו נדרשים לבחון את ההתנהגות הזו באופן יסודי ומעמיק ולהתאים אותה למציאות החדשה, ולציפיות החדשות, כך שהיא תשקף באופן הראוי ביותר את הערכים שלנו. אנו רוצים להתאים את עצמנו לאתיקה העסקית ולערכים הנדרשים והמצופים מאיתנו כיום, בעידן העסקי הנוכחי, מכל מחזיקי העניין שלנו. תהליך עדכון הקוד האתי יימשך אל תוך 2016 ואנו נעדכן בדוח הבא אודות התוצר הסופי.

בתהליך הטמעת תכנית האתיקה לאורך השנה כולה, מקבל כל עובד חדש בקבוצת שטראוס הדרכה בנושא אתיקה עם הצטרפותו לחברה. כמו כן, נערך ריענון באמצעות לומדה ייעודית, המעודכנת מדי שנה. עובדים שאינם משתמשי מחשב, מקבלים הדרכות פרונטליות. בכל אתר, מפעל ומרכז לוגיסטי קיימת פינת אתיקה ייעודית, שבה נמצא הקוד האתי וגם חוברת הממחישה דילמות אתיות ואת הדרכים הנכונות להתמודד אתן.

מעבר לנאמן האתיקה הקונצרני, ולמנהלים הישירים כמו גם מנהלי משאבי האנוש, עומד לרשות העובדים קו חם אנונימי, אליו ניתן לפנות בחינם דרך האינטרנט או טלפונית, ולהפנות אליו כל שאלה או דיווח על חשדות להפרות אתיות, כמו גם לצורך התייעצות.

האמנה שלנו בנושא שיווק אחראי והוגן

כחלק מחזון הקיימות של קבוצת שטראוס ובהמשך ישיר לקוד האתי שלנו, אנו מבינים ששיווק ופרסום הוגנים הינם תנאי לקבלת "רישיון חברתי לפעול" מהצרכנים שלנו. אנו לוקחים על עצמנו להתנהל בצורה אתית בכל פעולותינו העסקיות, ביניהן ניהול דיאלוג הוגן עם הצרכנים באופן המקשיב לצרכיו, רגישותיו והעדפותיו. ב-2015 השקנו את אמנת השיווק האחראי, כחלק ממחויבותנו להתנהלות אתית בכל תחומי העיסוק שלנו. על רקע השפעות הקבוצה באמצעות מגוון עסקים במגוון מדינות, המשווקים מזון למיליוני אנשים בחרנו לגבש אמנת שיווק הוגן בהלימה לסטנדרטים בינלאומיים, המגדירה קווים מנחים והמלצות לפעולה בנושאי שיווק ופרסום. האמנה מחייבת את כל העוסקים בשיווק ופרסום בקבוצת שטראוס בכל אמצעי המדיה, כולל ספקים. מצאנו לנכון לאמץ כללי התנהגות אלו עוד לפני תקינה וחקיקה רשמיים בנושא, מתוך אמונה שזו הדרך הנאותה לנהוג ולבנות אמון לאורך זמן עם הצרכנים שלנו.

עקרונות ההתנהגות באמנה זו נבנו על פי 3 היבטים של מערכות יחסים, דרכם אנו מנהלים דיאלוג עם הצרכן: ההיבט המוצרי, ההיבט התקשורתי וההיבט ההמחירי.

במהלך 2016 אנו מטמיעים את האמנה ביחידות נבחרות בחברה כולל בקרב מנהלים, אנשי השיווק בכלל החטיבות, ובעבודתנו מול משרדי הפרסום.



המחויבות שלנו לשיווק אחראי:

- אי-פרסום בבתי ספר יסודיים
- עידוד אורח חיים בריא (לא נפיץ כל תקשורת שיווקית המעודדת אורח חיים לא בריא)
- אתיקה ואמת בשיווק
- פנייה מושכלת לילדים (לא נשתמש במציגים המעודדים תופעות רזון וקידוש היופי, לא נשתמש במסרים מיניים, לא נשתמש במסרים פוגעניים)
- התאמת המסרים השיווקיים לילדים (לא ננצל את דמיונם או את חוסר ניסיונם של ילדים, לא נערער על הסמכות ההורית במסרים שיווקיים)

התנהלות אתית של קבלנים ללא פשרות

במהלך שנת 2015 סיימנו את ההתקשרות עם קבלן ניקיון בישראל, בעקבות תלונתו של אחד מעובדי הקבלן דרכה נודע לנו כי אין המעסיק משלם לעובד את מלוא זכויותיו הסוציאליות. בעקבות זאת פתחנו בהליך בירור מול קבלן הניקיון, אשר הסתיים בהפסקת ההתקשרות עמו. במסגרת המהלך לסיום ההתקשרות דאגנו שהקבלן ישלים את מחויבויותיו למתן תנאים סוציאליים לכלל 12 העובדים שלו המועסקים באתרי שטראוס. כיום, עשרה מהעובדים הללו מועסקים ישירות על ידי שטראוס באתרים שבהם עבדו, ולשניים נוספים סייענו במעבר לחברה קבלנית אחרת.





This is our **Communication on Progress** in implementing the principles of the **United Nations Global Compact** and supporting broader UN goals.

We welcome feedback on its contents.

UN GLOBAL COMPACT

UN GLOBAL COMPACT (UNGC) היא יוזמת מדיניות אסטרטגית של האו"ם, המעודדת חברות עסקיות ברחבי העולם לדבוק בעשרה עקרונות לעסקים אחראיים אשר מתייחסים לזכויות אדם, לתקנים בעבודה, להגנת הסביבה ולמניעת שחיתות. קבוצת שטראוס משתתפת ביוזמה UNGC מאז שנת 2008.

הצהרת המשך תמיכה ב-UNGC

בשם קבוצת שטראוס, הנני מאשר את ההשתתפות המתמשכת שלנו ב-UN GLOBAL COMPACT. אנחנו מתחייבים לקיים ולקדם את עשרת העקרונות של ה-UNGC ולתמוך ביעדים הרחבים של מטרות חברתיות, הומניטריות וסביבתיות. אנחנו מאשרים את כוונתנו להמשיך ולדבוק בעקרונות הללו ולקדם בחברות שלנו ועם שותפינו העסקיים. אנו נדווח מדי שנה על התקדמותנו במסגרת דיווחי הקיימות השנתיים שלנו, המופיעים באתר האינטרנט של הקבוצה.

גדי לוסין

נשיא ומנכ"ל קבוצת שטראוס

עקרונות הגלובל קומפקט	העמדה שלנו
1 על חברות עסקיות לתמוך ולכבד את השמירה על זכויות האדם הבין-לאומיות המוצהרות.	כיבוד זכויות האדם הוא ערך ליבה של קבוצת שטראוס. אנחנו מנהלים את העסקים שלנו באחריות בהתאם לתקנים האתיים הגבוהים ביותר, כולל כבוד לכל בני האדם באשר הם והכרה בזכויותיהם. אנחנו מיידעים את הספקים שלנו בדבר התקנים שלנו ביחס לזכויות אדם ומעודדים אותם לאמץ תקנים דומים.
2 על חברות עסקיות להבטיח שהן אינן נותנות יד להפרת זכויות אדם.	אנחנו מכבדים את זכויות העובדים לחופש התאגדות. אנחנו מקיימים עם העובדים מערכת יחסים המושתתת על שיתוף פעולה ומכבדים את זכויותיהם.
3 על חברות עסקיות לתמוך בחופש ההתאגדות ובהכרה בפועל בזכות העובדים לשאת ולתת על תנאי העסקתם.	אנו מתנגדים לעבודה בכפייה. כל עובדי שטראוס מועסקים בהתאם להוראות החוק ומרצונם החופשי.
4 על חברות עסקיות לתמוך במיגור כל עבדות או עבודת כפייה על צורותיהן.	אנחנו מכבדים את זכויותיהם של ילדים ותומכים בהן. אנחנו לא מעסיקים ילדים בכל חלק שהוא בעסקים שלנו.
5 על חברות עסקיות לתמוך בביטול בפועל של עבודת ילדים.	אנחנו מקיימים מדיניות של שוויון הזדמנויות כלפי עובדים חדשים וקיימים בכל הנוגע לעבודתם בקבוצת שטראוס.
6 על חברות עסקיות לתמוך במיגור האפליה בהעסקה ובעבודה.	אנחנו שומרים על איכות הסביבה בכל הפעילויות שלנו וקבענו יעדים לצמצום השפעותינו על הסביבה.
7 על חברות עסקיות לתמוך בגישה המבוססת על נקיטת אמצעי זהירות בהתמודדות עם אתגרים סביבתיים.	
8 על חברות עסקיות להתחייב ליוזמות להגברת האחריות הסביבתית.	
9 על חברות עסקיות לעודד פיתוח והפצה של טכנולוגיות ידידותיות לסביבה.	
10 על חברות עסקיות לפעול נגד שחיתות על כל צורתיה, כולל סחיטה ושחד.	אנחנו מחויבים לנהוג ביושרה ולפעול נגד שחיתות על כל צורתיה.

טבלאות נתונים

G4-10

2015	2014	2013	2012	מספר עובדים לפי מגדר
7,258	7,640	7,130	6,694	גברים
4,927	5,152	4,938	5,038	נשים
12,185	12,792	12,068	11,732	סה"כ עובדים

2015	2014	2013	2012	מספר עובדים לפי הסכם עבודה
12,044	12,322	11,440	11,529	הסכם קבוע
141	470	628	203	הסכם זמני
12,185	12,792	12,068	11,732	סה"כ עובדים

2015	2014	2013	2012	מספר עובדים לפי סוג
11,702	12,123	10,760	11,319	עובדים במשרה מלאה
483	669	1,308	413	עובדים במשרה חלקית
12,185	12,792	12,068	11,732	סה"כ עובדים

הערות:

- עבור נתוני סברה ב- 2014, החלוקה בין עובדים בחוזה קבוע לבין אלה בחוזה זמני הינה הערכה על סמך שנים קודמות.
- ההפרשים בין מספרי העובדים כפי שאנו מדווחים בדוח זה, לבין אלה שאנו מדווחים בדוח השנתי של קבוצת שטראוס, נובעים מהפרשי סוף שנה, מהכללת עובדים לא ישירים, ומהכללת חברות שאינן כלולות במספרי העובדים בדוח זה (מקס ברנר ושטראוס מים סין ובריטניה).

2015	2014			2013			2012			עובדים לפי אזורים ומגדר		
	גברים	נשים	סה"כ	גברים	נשים	סה"כ	גברים	נשים	סה"כ			
923	648	1,571	977	657	1,634	994	668	1,662	889	601	1,490	אירופה
2,485	2,309	4,794	2,896	2,597	5,493	2,806	2,588	5,394	2,795	2,863	5,658	ישראל
3,850	1,970	5,820	3,767	1,898	5,665	3,330	1,682	5,012	3,010	1,574	4,584	אמריקה
7,258	4,927	12,185	7,640	5,152	12,792	7,130	4,938	12,068	6,694	5,038	11,732	סה"כ עובדים
60%	40%		60%	40%		59%	41%		57%	43%		אחוז נשים - גברים

הערות:

- החלוקה לאזורים גיאוגרפיים עודכנה: ב- 2012-2014 דווחו נתונים אלה בחלוקה לאירופה, ישראל, ארה"ב ושאר העולם. ב- 2015 אנו מדווחים לפי אירופה, ישראל ואמריקה.
- אזור אמריקה כולל את אוכלה אוסטרליה, בחברה זו מועסקים 45 עובדים אשר מהווים 0.4% מסה"כ מספר העובדים בקבוצת שטראוס

G4-EC1

מיליוני שקלים			ערך כלכלי למחזיקי עניין
2015	2014	2013	
5,206.64	5,458.44	5,652.82	ערך כלכלי ישיר מיוצר על ידי החברה (הכנסות, ריבית על נכסים והשקעות)
			ערך כלכלי מחולק
3,447.42	3,657	3,722.65	הוצאות תפעוליות
1,113.62	1,106	1,172.86	שכר ותנאים נלווים
385	380	323.60	תשלומים לספקי הון
208	103	236.15	תשלומים לבעלי המניות
39	131	119.75	תשלומים לממשלות
-53			
11.70	12.10	11.80	השקעה בקהילה
5,151.73	5,389.10	5,586.80	סה"כ ערך כלכלי מחולק
54.91	69.34	66.01	ערך כלכלי שנתר בידי החברה

הערות:

- תשלומים לממשלות: בדצמבר 2015 הושבו לחלק מחברות הקבוצה סכומי מקדמות לרשויות המס בסך 53 מיליוני ₪ בגין שינויי חקיקה. השפעתם של שינויים אלה על חברות הקבוצה נמצא בבירור, ולכן במהלך חודש ינואר 2016 השיבו חברות הקבוצה לרשויות המס סכומים אלה עד לפסיקה בנושא.
- למידע נוסף אנא ראו הדוח הכספי של קבוצת שטראוס ל-2015, ביאור 31.1.2

G4-EN1

חומר גלם	כמות ב- 2014 (טון)	כמות ב- 2015 (טון)	שינוי לעומת 2014 (%)
קקאו	4,356	4,377	0%
קפה	63,349	64,108	1%
חומוס	2,950	2,859	-3%
סוכר	18,500	18,230	-1%
טחינה	2,477	2,406	-3%

הערות:

- נתונים אלה מייצגים את 5 הרכיבים המובילים (במונחים כמותיים) ששימשו את הפעילות הגלובלית של קבוצת שטראוס בשנת 2015.

G4-EN3

שינוי לעומת (%) 2014	הנתונים בגייגה ג'אול				צריכת אנרגיה
	2015	2014	2013	2012	צריכת דלק (Scope 1)
2%	628,160	616,526	591,817	421,510	גז טבעי
-1%	88,860	89,577	134,053	161,684	מזוט
24%	181,061	146,197	91,728	95,707	דיזל
-15%	42	50	535	1,255	אתנול
0%	246,352	246,692	298,192	281,495	גפ"מ
-13%	95,283	110,137	141,010	139,298	בנזין
-81%	3,094	16,533	75,323	29,734	ביומסה מפסולת קפה
-7%	52,600	56,683	37,177	54,137	ביוגז מטיפול בשפכים
1%	1,295,452	1,282,395	1,369,834	1,184,820	סה"כ צריכת דלק (Scope 1)
12%	591,946	529,617	504,855	473,932	חשמל קוני מהרשת (Scope 2)
4%	1,887,398	1,812,013	1,874,689	1,658,752	סה"כ צריכת אנרגיה (Scope 1 & Scope 2)

הערות:

- צריכת הדלק כוללת דלק ממקורות מתחדשים ושינים מתחדשים.
- איננו קונים או מוכרים חימום, קירור או קיטור, ואיננו מוכרים חשמל.
- נתוני 2014 עודכנו על מנת להוציא את נתוני אובלה אשר היו כלולים בשנה זו בלבד עבור אנרגיה, מים ופליטות גזי חממה.
- נתוני צריכת האנרגיה לכל השנים כוללים את הפעילות הגלובלית של הקבוצה פרט לפעילות מקס ברנר ואובלה.

G4-EN5

שינוי לעומת (%) 2014	גייגה ג'אול לטון מוצר				עצימות אנרגטית
	2015	2014	2013	2012	
-2%	2.25	2.31	2.76	2.52	Scope 1
8%	1.03	0.95	1.01	1.00	Scope 2
1%	3.28	3.25	3.78	3.52	סה"כ עצימות אנרגטית

הערות:

- עצימות אנרגטית מחושבת לטון מוצר. החישוב כולל את שטראוס ישראל, שטראוס קפה וסברה - שלושת החברות היצרניות בעלות תפוקות הניתנות למדידה בטון. חברות אלה מייצגות למעלה מ-97% מצריכת האנרגיה של הקבוצה.
- נתוני 2014 עודכנו על מנת להוציא את נתוני אובלה אשר היו כלולים בשנה זו בלבד עבור אנרגיה, מים ופליטות גזי חממה.

G4-EN8

שינוי לעומת (%) 2014	מ"ק				שאיבת מים
	2015	2014	2013	2012	
-2%	1,609,634	1,638,974	1,635,699	-	מים שנשאבו ממקורות אספקה עירוניים
175%	87,413	31,819	85,828	-	מים שנשאבו ממי תהום
2%	1,697,047	1,670,794	1,721,527	1,506,410	סה"כ מים שנשאבו
-2%	2.99	3.06	3.54	3.28	עצימות שאיבת מים לטון מוצר

הערות:

- עצימות מים מחושבת לטון מוצר. החישוב כולל את שטראוס ישראל, שטראוס קפה, וסברה - שלושת החברות המייצגות למעלה מ-99% מסך כל שאיבת המים של קבוצת שטראוס.
- נתוני 2014 עודכנו על מנת להוציא את נתוני אובלה אשר היו כלולים בשנה זו בלבד עבור אנרגיה, מים ופליטות גזי חממה.

G4-EN15: פליטות גזי חממה ישירות (Scope 1)

G4-EN16: פליטות גזי חממה עקיפות (Scope 2)

שינוי לעומת 2014 (%)	הנתונים בטון שווה ערך פחמן דו חמצני (CO ₂ e)				פליטות גזי חממה
	2015	2014	2013	2012	פליטות ישירות של גזי חממה (Scope 1)
2%	34,721	34,078	32,712	23,299	גז טבעי
-1%	6,936	6,992	10,463	12,620	מזוט
24%	13,497	10,898	6,914	7,234	דיזל
-15%	3	4	38	89	אתנול
0%	15,997	16,019	19,352	18,279	גפ"מ
-13%	6,715	7,761	9,912	9,816	בנזין
8%	17,621	16,342	34,001	11,826	פליטות מחומרים מדללי אוזון
562%	1,307	166	231	102	אחר
5%	96,796	92,260	113,624	85,277	סה"כ פליטות ישירות של גזי חממה (Scope 1)
פליטות עקיפות של גזי חממה (Scope 2)					
-7%	62,707	67,315	82,168	88,432	חשמל קנז'י מרשת החשמל
0%	159,504	159,575	195,792	173,709	סה"כ פליטות של גזי חממה (Scope 1&2)

הבסיס לחישוב פליטות גזי חממה:

- גזי החממה שנכללו בחישוב CO₂e הם פחמן דו חמצני (CO₂), מתאן (CH₄) וחמצן דו חנקני (N₂O).
- פקטורי פליטת דלק חושבו על פי בסיס הנתונים IPCC Emissions Factor Database (הפאנל הבין-ממשלתי לשינויי אקלים). פליטות חשמל עבור ישראל, גרמניה ורומניה חושבו תוך שימוש בפקטורי הפליטה כפי שפורסמו על פי רשתות החשמל הארציות. כל יתר פליטות החשמל חושבו על פי פקטורי הפליטות האחרונות שפורסמו בפרוטוקול גזי חממה.

הערות:

- נתוני 2014 עודכנו על מנת להוציא את נתוני אובלה אשר היו כלולים בשנה זו בלבד עבור אנרגיה, מים ופליטות גזי חממה.
- נתוני פליטות מחומרים מדללי אוזון עודכנו עבור 2014 לתיקון טעות בחישוב.
- ביוגז וביומסה מפסולת קפה הם מקורות מתחדשים ונרשמו כאפס פליטות.
- "אחר" מתייחס לפליטות כתוצאה משריפה של ביוגז עודף שהוא תוצר לוואי של טיפול בשפכים, ולא נעשה בו שימוש כמקור אנרגיה.
- הירידה בפליטות בשנת 2014 נובעת בחלקה משימוש בגז טבעי בישראל במקום גפ"מ, ומפקטורי פליטה נמוכים יותר בישראל כתוצאה מהגדלת השימוש בגז טבעי על ידי רשת החשמל הארצית.

G4-EN18

שינוי לעומת 2014 (%)	פליטות גזי חממה בשווה ערך פחמן דו חמצני (CO2e) לטון מוצר				עצימות פליטות גזי חממה
	2015	2014	2013	2012	
2%	0.168	0.165	0.229	0.177	Scope 1
-11%	0.106	0.119	0.164	0.175	Scope 2
-3%	0.274	0.284	0.393	0.352	סה"כ עצימות פליטות גזי חממה

הערות:

- עצימות פליטות גזי חממה מחושבת לטון מוצר. החישוב כולל את שטראוס ישראל, שטראוס קפה, וסברה - שלושת החברות המייצגות למעלה מ-97% מסך פליטות גזי החממה של קבוצת שטראוס. החישוב כולל פליטות מכל הדלקים, מחשמל וממקורות אנרגיה מתחדשת באתרים הרלוונטיים.
- נתוני 2014 עודכנו על מנת להוציא את נתוני אובלה אשר היו כלולים בשנה זו בלבד עבור אנרגיה, מים ופליטות גזי חממה

G4-EN23

פסולת מסוכנת ושאינה מסוכנת (טון)						
% מסה"כ פסולת 2015	שינוי לעומת 2014 (%)	2015	2014	2013	2012	
77%	3%	77,298	75,028	54,198	47,728	לשימוש חוזר
7%	-31%	7,096	10,256	7,638	9,629	למחזור
16%	-10%	15,964	17,717	12,218	15,371	להטמנה
100%	-3%	100,358	103,001	74,054	72,728	סה"כ פסולת מסוכנת ושאינה מסוכנת

G4-LA1

שיעור ב-2015			2015		2014		2013		2012		עובדים חדשים לפי גיל
עובדים חדשים כולל (%)	עובדים חדשים (נשים)	עובדים חדשים (גברים)	נשים	גברים	נשים	גברים	נשים	גברים	נשים	גברים	
11.9%	4.3%	7.6%	526	928	911	1,388	928	1,441	839	1,140	מתחת לגיל 30
11.2%	4.2%	7.1%	506	862	494	836	536	909	510	832	גילאי 30-50
1.1%	0.5%	0.6%	64	71	50	58	42	70	23	50	מעל גיל 50
24.3%	9.0%	15.3%	1,096	1,861	1,455	2,282	1,506	2,420	1,372	2,022	סה"כ עובדים חדשים לפי מגדר
			2,957		3,737		3,926		3,394		סה"כ עובדים חדשים

עובדים חדשים כולל (%)	עובדים חדשים (נשים)	עובדים חדשים (גברים)	2015		2014		2013		2012		עובדים חדשים לפי אזורים
			נשים	גברים	נשים	גברים	נשים	גברים	נשים	גברים	
3.1%	1.2%	1.9%	149	230	129	266	153	244	112	219	אירופה
7.1%	3.3%	3.8%	398	466	804	936	813	955	687	757	ישראל
14.1%	4.5%	9.6%	549	1,165	522	1,080	540	1,221	573	1,046	אמריקה
24.3%	9.0%	15.3%	1,096	1,861	1,455	2,282	1,506	2,420	1,372	2,022	סה"כ עובדים חדשים לפי אזורים

תחלופת עובדים כולל (%)	תחלופת עובדים (נשים)	תחלופת עובדים (גברים)	2015		2014		2013		2012		עובדים שעזבו לפי גיל
			נשים	גברים	נשים	גברים	נשים	גברים	נשים	גברים	
10.6%	4.0%	6.6%	484	807	799	1,107	968	838	820	1,165	מתחת לגיל 30
12.0%	4.4%	7.6%	534	926	502	922	969	657	725	900	גילאי 30-50
1.5%	0.7%	0.8%	80	103	82	127	205	121	91	70	מעל גיל 50
24.1%	9.0%	15.1%	1,098	1,836	1,383	2,156	2,142	1,616	1,636	2,135	סה"כ עובדים שעזבו לפי מגדר
			2,934		3,539		3,758		3,771		סה"כ עובדים שעזבו

תחלופת עובדים כולל (%)	תחלופת עובדים (נשים)	תחלופת עובדים (גברים)	2015		2014		2013		2012		עובדים שעזבו לפי אזורים
			נשים	גברים	נשים	גברים	נשים	גברים	נשים	גברים	
3.0%	1.2%	1.8%	150	221	156	267	135	222	195	253	אירופה
8.3%	3.9%	4.5%	471	543	788	850	1,138	921	917	799	ישראל
12.7%	3.9%	8.8%	477	1,072	439	1,039	869	473	524	1,083	אמריקה
24.1%	9.0%	15.1%	1,098	1,836	1,383	2,156	2,142	1,616	1,636	2,135	סה"כ עובדים שעזבו לפי אזורים

G4-LA6: תאונות עבודה

שיעור השינוי לעומת 2014 (%)	שיעור פציעות				מספר פציעות				פציעות
	2015	2014	2013	2012	2015	2014	2013	2012	
-50%	1.47	2.92	1.75	2.37	13	28	17	24	אירופה
36%	4.71	3.48	4.71	6.33	226	191	254	358	ישראל
9%	2.58	2.37	4.91	4.34	150	134	246	199	אמריקה
16%	3.38	2.91	4.54	5.16	389	353	517	581	קבוצת שטראוס

שיעור השינוי לעומת 2014 (%)	שיעור ימי הפסד				מספר ימי הפסד				ימי הפסד
	2015	2014	2013	2012	2015	2014	2013	2012	
-34%	57.40	87.28	65.12	33.76	508	837	633	342	אירופה
44%	77.51	54.00	57.79	66.16	3,716	2,966	3,117	3,744	ישראל
-37%	47.46	75.08	140.80	189.81	2,762	4,253	7,057	8,701	אמריקה
-9%	60.75	66.49	94.98	113.61	6,986	8,056	10,807	12,787	קבוצת שטראוס

הערות:

- נתוני 2014 עודכנו על מנת לשקף נתונים מדויקים יותר שהתקבלו ב- 2015, עבור פולין, גרמניה, שטראוס מים ושטראוס ישראל.
- נתוני 2013 ו- 2014 עודכנו על מנת להוציא את מקס ברנר.
- החלוקה לאזורים גיאוגרפיים עודכנה: ב- 2012-2014 דווחו נתונים אלה בחלוקה לאירופה, ישראל, ארה"ב ושאר העולם. ב- 2015 אנו מדווחים לפי אירופה, ישראל ואמריקה.
- אזור אמריקה כולל את אובלה אוסטרליה, בחברה זו מועסקים 45 עובדים אשר מהווים 0.4% מסה"כ מספר העובדים בקבוצת שטראוס, ולכן בעלת השפעה זניחה על הנתונים.
- הנתונים המתייחסים לאירופה כוללים את כל אתרי הקבוצה פרט לרוסיה ולאוקראינה.
- נתוני 2014-2015 כוללים את אובלה.
- פגיעות משמע פגיעות אשר כרוכות באבדן ימי עבודה. פגיעות קלות אינן נכללות. הפגיעות מחושבות ל- 100 עובדים.
- נתונים בהתפלגות לפי מגדר אינם זמינים עבור מרבית אתרי הקבוצה
- מחלות תעסוקתיות ספציפיות אינן מתועדות בקבוצה.

אינדקס נושאים

עמוד	מדד GRI-G4	נושא/מילת חיפוש
58	G4-EN3	אנרגיה: צריכה בתוך הארגון
45, 58		אנרגיה: הפחתה
58	G4-EN5	אנרגיה: צריכה לפי טון ייצור
52		אתיקה
21		גיוון כוח אדם
61	G4-LA1	גיוס עובדים חדשים ותחלופת עובדים
30		חומוס ללא GMO
57	G4-EN1	חומרי גלם לפי משקל או כמות
27		מוצרים המקדמים אורח חיים בריא
58	G4-EN8	צריכת מים לפי מקור
56	G4-10	מספר עובדים
21		נשים בעמדות ניהול
57	G4-EC1	ערך כלכלי למחזיקי העניין
59	G4-EN15	פליטות גזי חממה ישירות (Scope 1)
59	G4-EN16	פליטות גזי חממה עקיפות (Scope 2)
60	G4-EN18	פליטות גזי חממה לפי טון ייצור
60	G4-EN23	פסולת לפי סוג
46		רכש ירוק
62	G4-LA6	תאונות עבודה

תודה רבה!

אנו מודים לכם על התעניינותכם בדוח הקיימות שלנו ומבקשים את המשוב שלכם, שיסייע לנו להשתפר כדי שניתן מענה אפקטיבי יותר לצרכים שלכם. אתם מוזמנים גם לבקר באתר שלנו בכתובת www.strauss-group.com, שם תמצאו מידע נוסף ואת הבלוג שלנו בנושאי קיימות ואחריות תאגידית, אותו אנו מעדכנים באופן שוטף.

אנו מודים לכל אנשי שטראוס אשר תורמים לביצועים העסקיים ולביצועי הקיימות שלנו על עבודתם הקשה, על הלהט ועל המחויבות שלהם, וגם ליותר מ-100 העובדים והמנהלים שתרמו תכנים לדוח קיימות זה.

תודתנו נתונה לגורמים הבאים שסייעו לנו במלאכת ריכוז הנתונים לדוח, עיבודם והפקתם:
ביונד ביזנס בע"מ - איליין כהן ואיריס רקוביצקי (תכנים וכתובה)
שר יעוץ והדרכה בע"מ (איסוף נתונים סביבתיים)
סטודיו מרחב (עיבוד גרפי)

משוב לגבי דוח זה

ניתן לפנות אלינו:

דניאלה פרוסקי-שיאון, מנהלת קיימות ותקשורת פנים גלובלית, קבוצת שטראוס

daniela.sion@strauss-group.com



www.strauss-group.com