



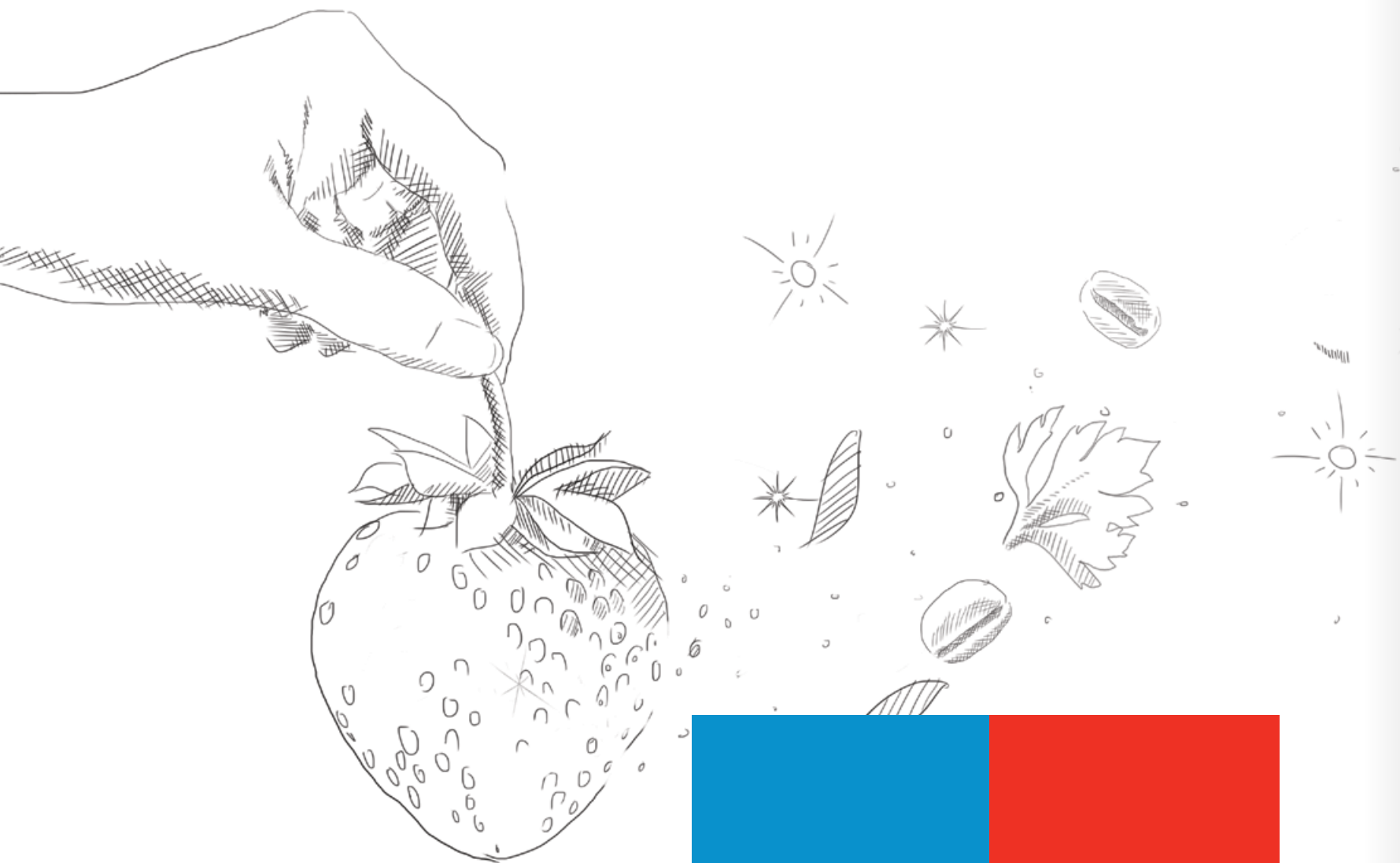
מחויבים לאחריות

דו"ח הקיימות של קבוצת שטראים

2013



דו"ח הקיימות לשנת 2013



80

66

אודות הדיווח שלנו

• אינדקס מדדי ביצוע של
Global Reporting Initiative – ה
• UN Global Compact

יצירת מעורבות
בקרב מחזיקי עניין

תוכן העניינים

24

12

6

4

משפרים את חיהם
של אנשים

• קידום אורח חיים בריא
• שקיפות מוצרית
• השקעה בעובדים שלנו
• גיוון בכל מה שאנחנו עושים
• שרשרת אספקה אחראית
• הפחתת צריכת משאבים ופסולת

אסטרטגית
הקיימות שלנו
2014-2020

• סוגיות קיימות
בעדיפות עליונה

אודות קבוצת
שטראוס

דבר הנהלת
הקבוצה

דבר הנהלת הקבוצה

מחזיקי עניין יקרים,

"שיפור חייהם של אנשים" שזור בדוח קיימות זה כחוט השני שעה שאנו ממשיכים להיות מונעים על ידי אחריותנו לתרום תרומה חיובית לאנשים, לחברה האנושית ולכדור הארץ. זהו דוח הקיימות השנתי השביעי שלנו, והוא מייצג את המחויבות המתמשכת שלנו לפעול באופן המייצר ערך כלכלי, חברתי וסביבתי עבור כל מי שאנו נוגעים בחייו. "שיפור חייהם של אנשים" מתייחס לאופן בו אנחנו יוצרים חלופות מזון, תזונה ומשקאות ומסייעים לאותם צרכנים, המבקשים לנהל אורח חיים בריא. אנחנו מאמינים שצמיחה עסקית ברת קיימא המעוגנת בנישטנו האחראית לעסקים, תסייע לנו לעשות עוד יותר בעתיד כדי לתרום לשיפור חייהם של אנשים.

שנת 2013 הייתה אבן דרך במסע הקיימות שלנו, בה השלמנו את אסטרטגית הקיימות הגלובלית שלנו אשר תכוון אותנו ותגדיר את פעולותינו עד שנת 2020. המטרה הושגה לאחר חודשים רבים וארוכים של ניתוחים, התייעצויות, דיאלוג ודיונים. התהליך היה מאיר עיניים

ומרתק, והתוצאה היא מסגרת אינטגרטיבית, שאנחנו בטוחים שתסייע לנו להמשיך ולהעניק ערך בר קיימא. עבור קבוצת שטראוס, המורכבת מחמש חברות שונות אשר לכל אחת מהן אופי עסקי ייחודי, גישה אסטרטגית מקיפה זו תסייע לנו לחצות את הגבולות שבין החברות על מנת לטפל בצרכים הרחבים יותר של בעלי העניין שלנו, ליצור סינרגיות, למנף את העוצמות שלנו, ללמוד האחד מן השני וחשוב מכל – לשפר את היכולת שלנו לייצור ערך לכולם.

ההקשר העסקי שלנו במשך השנה החולפת יצר עבורנו הזדמנויות חדשות ואפשר לנו לשמר את המכירות הגלובליות של הקבוצה ברמה של למעלה מ-8,143 מיליון ש"ח, עם רווח תפעולי העולה על 769 מיליון ש"ח שעה שאנו ממשיכים לפעול ב-24 מדינות שונות עם צוות גלובלי המונה למעלה מ-13,500 עובדים. ב-2013 השכלנו להצמיח את העסקים שלנו לרוחב כל תחומי המוצרים, דבר המצביע על תגובה חיובית מצד הצרכנים שלנו, בעיקר

צרכני הקפה שלנו בברזיל עם השותפים שלנו בחברת Três Corações, ועל ידי הרחבת היצע המטבלים והממרחים המצוננים במותג סברה בארה"ב. אנחנו נרגשים לנוכח העובדה שהצרכנים שלנו בצפון אמריקה אוהבים את טעם החומס, כשסברה ממשיכה להוביל את השוק עם נתח שוק של 64%.

במשך השנה ביססנו את מעמדנו בשוק הקפה הרוסי באמצעות רכישת יתרת המניות של פעילות הקפה הקלי והטחון של Le Café, וחנכנו את מרכז המו"פ שלנו, "מרכז המצוינות" בסברה בארה"ב, שהוא הראשון מסוגו בתעשייה למטבלים וממרחים מצוננים. מקס ברנר המשיכה להתרחב עם פתיחת סניפים נוספים ביבשות שונות, תוך הקניית חוויות שוקולד חדשות באמצעות למעלה מ-50 סניפים הפזורים בשש מדינות. בישראל, שטראוס מים השיקה את בר המים החדשני Bubble Bar של תמי 4, המאפשר מזיגת מים מוגזים לצד מים חמים וקרים ומהווה פריצת דרך בתחום ברי

המים לחוויית שתייה בריאה, מהנה וחיובית מבחינה סביבתית. שטראוס ישראל המשיכה לחדש עם השקת יותר מ-228 מוצרים וגרסאות מוצר חדשות, בכל הקטגוריות.

כמו בשנים קודמות, ב-2013 המשכנו להתמודד עם האתגרים הכרוכים במתן ערך בנסיבות כלכליות תובעניות, וביניהן מחירי אנרגיה גבוהים, עליה במחירי חומרי גלם ובעלויות אריזה, חוסר יציבות פוליטית, חברתית וכלכלית במזרח אירופה, שם אנו נהנים מנוכחות מרשימה בשוק, רגולציה מחמירה בתחומי בטיחות המזון והגנת הסביבה, ותדירות גוברת של אירועי מזג אוויר קיצוני אשר גרמו לשיבושים בזמינות יבולים ולאסונות שהשפיעו על קהילות רבות ברחבי העולם. השכלנו להתמודד עם

האתגרים הללו תוך שאנו מחויבים לאחריות, ושואפים לשפר את אפשרויות הבחירה המביאות ערך מוסף לקבוצת שטראוס, לצרכנים ולמחזיקי העניין שלנו.

במסגרת הבחירות הללו לקחנו על עצמנו להתמקד בשלושה תחומים, בהם אנו מקווים להגיע למעמד מוביל בענף שעה שאנחנו מתקדמים לעבר שנת 2020: קידום אורח חיים בריא בקרב הצרכנים שלנו, שיפור הבריאות ואיכות החיים של העובדים שלנו, והשגת גיוון גדול יותר בספקים שלנו במסגרת פעילות שרשרת האספקה שלנו בעולם. אנו מאמינים שנוכל לעשות הבדל בר קיימא דרך שאיפות מרכזיות אלו תוך המשך שיפור ביצועי הקיימות שלנו בתחומים נוספים. בנוסף, השנה היינו

ל"מאמצים מוקדמים" של מסגרת דיווח הקיימות G4 של ארגון הדיווח The Global Reporting Initiative, על מנת להתאים את הדיווח שלנו לפרקטיקה הגלובלית העדכנית והמובילה בשקיפות ואחריות.

אנחנו מעריכים את מאמציהם הבלתי נלאים של העובדים שלנו בכל העולם, אשר עוזרים לקבוצת שטראוס ביצירת ערך בר קיימא, ואנו מודים לצרכנים שלנו, לשותפים העסקיים שלנו, לספקים שלנו ולכל יתר מחזיקי העניין על שנה נוספת של אמון, דו-שיח ושותפות.

אנחנו מקווים שתמצאו עניין בדוח זו וכמו תמיד, נקבל בברכה את המשוב שלכם.


מייק אבנר

יועץ משפטי ראשי
וממונה על אחריות תאגידית


גדי לסין

נשיא ומנכ"ל


עופרה שטראוס

יו"ר

אודות קבוצת שטראוס

קבוצת שטראוס,
מכירות לפי אזורים, 2013



הצרכנים שלנו ברחבי העולם. אנחנו שותפים עם חברות רב-לאומיות מכובדות ומובילות כגון דנונה, פפסיקו, האיר, וירג'ין ו-TPG, וכן עם שחקנים מקומיים מובילים כדוגמת São Miguel בברזיל, יטבתה ויד מרדכי, כדי להביא לצרכנים שלנו מוצרים איכותיים וחדשניים, אשר מציעים מרחב בריא ותורמים לאורח חיים בר קיימא.

עצמאיים ולא לפי שותפים עסקיים וספקים מסביב לעולם. קבוצת שטראוס נסחרת בבורסה לניירות ערך בתל-אביב במדד ת"א 25, אשר עוקב אחר החברות הציבוריות הגדולות ביותר במשק, ומדרגת AA+ על ידי סטנדרד אנד פורס מעלות.

בין המותגים שלנו נמנים מובילי שוק במספר מדינות ותחומים, אשר מגיעים למיליוני צרכנים מדי יום.

קבוצת שטראוס היא חברת מזון ומשקאות ששמה לעצמה מטרה להעשיר ולשפר את חייהם של אנשים באמצעות המוצרים הטריים, הטעימים, המזינים והחדשניים שלנו. הפורטפוליו שלנו, אשר מורכב מחמש חברות, נותן מענה לשתי מגמות מובילות בצריכת מזון ומשקאות: "בריאות ואיכות חיים" ו"תענוג והנאה". ישראל היא בסיס הבית שלנו ואנחנו פעילים ב-24 מדינות, ובשנת 2013 מחזור המכירות שלנו הסתכם ב-8,143 מיליון ש"ח.

אצלנו בשטראוס, תמיד ייחסנו ערך רב לשותפויות מתוך אמונה שהן יוצרות פלטפורמה ברת קיימא להרחבת ההיצע שלנו לטובת

אנחנו מעסיקים למעלה מ-13,500 עובדים ובעקיפין, אנחנו מספקים תעסוקה והזדמנות כלכלית לעובדי קבלן, לזכיינים, למפיצים

המותגים שלנו



קבוצת שטראוס, מכירות לפי חברות, 2013

1% 6% 16% 26% 51%



מפתחת, מייצרת ומוכרת מוצרי שוקולד פרימיום תחת המותג מקס ברנר בלמעלה מ-50 "Chocolate Bars" ב-6 מדינות (חלקם בזכיינות). ה-Chocolate Bars של מקס ברנר משדרגים את החוויה החברתית של יציאה לבילוי ואת הכיף שבאכילת ובשתיית שוקולד.	מפתחת, מרכיבה ומשווקת מתקני סינון וטיהור למי שתייה ונותנת שירות למתקנים אלה, תוך שימוש בטכנולוגיה מתקדמת ביותר שפותחה בישראל, ומציעה מי שתייה נקיים וטעימים, כמו גם נוחות בשימוש, לצרכנים בישראל, באנגליה ובסין.	מפתחת, מייצרת, מוכרת, משווקת ומפיצה מטבלים וממרחים באמצעות המותג שלנו, סברה, בארה"ב ובקנדה, ובאמצעות המותג אובלה במקסיקו ובאוסטרליה. סברה היא מותג הסלטים המצוננים בעל הצמיחה המהירה ביותר בארה"ב. ב-2013 חומס אובלה הושק בשלוש רשתות המזון המובילות באוסטרליה.	מפתחת, מייצרת, מוכרת, משווקת ומפיצה מוצרי מזון ומשקאות ממותנים בישראל, בשני מגזרי פעילות עיקריים: "בראות ואיכות חיים" ו-"תענוג והנאה". אנחנו חברת המזון השנייה בגודלה בארץ. המותגים שלנו מובילים בכל תחומי הליבה שלנו.	מפתחת, מייצרת, מוכרת, משווקת ומפיצה מוצרי קפה ממותנים, אבקות שוקו ואבקות משקה נוספות. אנחנו חברת הקפה החמישית בגודלה בעולם במונחי רכש קפה ירוק. בברזיל, המיזם המשותף Três Corações מעבד ומוכר קפה ומוצרים נוספים לשוק המקומי, ומייצא קפה ירוק ללקוחות מחוץ לברזיל.
---	--	---	--	--

הערה: נתוני סברה ואובלה משקפים את חלקה של קבוצת שטראוס (50%). נתוני שטראוס קפה ונתונים ביחס לקפה ירוק כוללים את חלקה של שטראוס (50%) ב-3C. נתוני "תענוג והנאה" כוללים את חלקה של שטראוס (50%) בפעילות החטיפים המלוחים. נתוני שטראוס מים כוללים את חלקה של שטראוס ב-Strauss Water UK ובסין. בברזיל, הפעילות שלנו מתנהלת באמצעות חברת Três Corações, מיזם משותף (50-50) עם São Miguel Holding e Investimentos.



שותפויות בינלאומיות

sãoMiguel

אנחנו שותפים עם São Miguel Holding e Investimentos S/A בחברת Três Corações (3C), מיזם משותף (50-50) בברזיל לייצור וההפצה של קפה קלוי וטחון ומוצרים נוספים.

PEPSICO

אנחנו שותפים עם פפסיקו כדי להביא את החומס והממרחים המצוננים של סברה לצרכנים בארה"ב ובקנדה, וכדי להביא את החטיפים המלוחים של פריטו-ליי לצרכנים בארץ. המיזם השותף שלנו עם פפסיקו תחת המותג אובלה מביא חומס לצרכנים במקסיקו ובאוסטרליה.

DANONE

אנחנו שותפים עם דנונה כדי להביא לצרכנים שלנו בישראל מוצרי חלב טריים המתמקדים בבראות ותזונה, ואנו משווקים מותגים גלובליים ממגוון המוצרים של דנונה, כגון אקטיביה ואקטימל, לצרכנים שלנו בארץ.

TPG

אנחנו שותפים עם קרן ההשקעות הפרטית TPG Capital במטרה לשפר ולהרחיב את נוכחותנו בתחום הקפה.

Virginia pure

אנחנו שותפים עם קבוצת וירג'ין כדי להביא את פתרונות טיהור המים ואת הבריים של שטראוס מים ללקוחות באנגליה.

Haier

אנחנו שותפים עם קבוצת האייר כדי להביא פתרונות מי שתייה מטהרים ללקוחות בסין, תוך שימוש בטכנולוגיית הטיהור המהפכנית שלנו.

ערך כלכלי מחולק

ערך כלכלי ישיר מיוצר על ידי החברה (הכנסות, ריבית על נכסים והשקעות)

5,652.81 מיליון ₪

הוצאות תפעוליות

3,722.64 מיליון ₪

שכר ותנאים נלווים

1,172.85 מיליון ₪

תשלומים לספקי הון

323.59 מיליון ₪

תשלומים לבעלי המניות

236.15 מיליון ₪

תשלומים לממשלות

119.74 מיליון ₪

השקעה בקהילה

11.8 מיליון ₪

סה"כ ערך כלכלי מחולק

5,586.8 מיליון ₪

ערך כלכלי שנוטר בידי החברה

66 מיליון ₪

הערך הכלכלי הישיר של החברה



התרומה הכלכלית שלנו

הערך הכלכלי הישיר אותו אנו מייצרים דרך מכירות המוצרים שלנו מחולק בין מחזיקי העניין שלנו ותורם לשגשוגם. מעבר לתרומה ישירה זו, פעילותנו העסקית מביאה תועלת לאלפים רבים של משפחות ולנתמכיהן ב-24 מדינות, מעודדת כלכלה מקומית באמצעות שרשרת האספקה שלנו הכוללת למעלה מ-17,000 ספקים ושותפים עסקיים, ותורמת לפיתוח הקהילה ולשגשוג חברתי.

החזון של שטראוס: לחולל פלאות מהחומרים הבסיסיים ביותר

החזון והערכים שלנו

להט ואחריות

הלהט שלנו הוא בחדוות היצירה, בתשוקה האמיתית שלנו למזון, באושר שבנתינה, בצורך הפנימי שלנו להזין ולטפח אחרים. לקיחת אחריות גורמת לנו להתמסר לקידום החזון שלנו, להגיע לצרכנים שלנו ולחברה כולה. אנחנו פועלים מתוך אחריות ולהט בכל מה שאנחנו עושים.

הצוות

אנחנו יוצרים צוותים מנצחים, בהם כל שחקן הוא שחקן מרכזי. אנחנו מתייחסים לאנשי הצוות שלנו באמון ובכבוד הדדי. מעבר לעובדים שלנו, אנחנו מקדמים שותפויות כדרך להרחיב את היקף הפעילות שלנו וליצור ערך רב יותר לחברה האנושית.

השילוב שבין החזון הייחודי של שטראוס לבין היכולת שלנו לקחת את חומרי הגלם הבסיסיים ביותר ולחולל מהם פלאות מוטבע בחברה: זהו גם קונספט עסקי וגם מנוע לפיתוח מוצרים. החזון שלנו נותן לנו את ההשראה להעשיר את חייהם של אנשים בכל מקום בעולם על ידי פיתוח עסקים, מוצרים מיוחדים ופתרונות ייחודיים.

הערכים של שטראוס אכפתיות ותעוזה

אכפתיות פירושה להיות קשובים לצרכנים שלנו, ללקוחות, לעובדים, לשותפים ולקהילה בתוכה אנו פועלים. תעוזה היא היכולת לפעול באומץ, לקחת סיכונים במטרה לקדם שינוי משמעותי.

הערה: במקרה של הבדלים כלשהם, הנתונים הקובעים הם אלה שפורסמו בדוחות הכספיים המבוקרים שלנו לשנת 2013. בנוסף, הטבלה דלעיל מייצגת את הערך הכלכלי הישיר של הכנסות החברות בבעלות ובשליטה מלאה של קבוצת שטראוס, ועל כן ייתכנו הבדלים לעומת הנתונים הכספיים המאוחדים המדווחים.



אסטרטגית
הקיימות שלנו
2014-2020

פיתוח האסטרטגיה שלנו

כקבוצה בינלאומית עם חמש חברות פעילות ומבנה יחסית גמיש, המאפשר אחזקות ואינטראקציות שונות במסגרת שותפויות, מובן שפיתוח אסטרטגיה לכלל הקבוצה אינה מטלה קלה. במשך השנים האחרונות, קידמנו את מסע הקיימות שלנו בעיקר על בסיס כל חברה ברמה הבודדת, כשאנו מונחים על ידי החזון והערכים שלנו ועל ידי הקוד האתי של קבוצת שטראוס, מבלי לקבוע יעדים או מטרות ספציפיות. כל חברה פיתחה תכניות משל עצמה, כאשר ניהול התקשורת, איסוף הנתונים, הדיווח, ושיתוף הידע בין החברות בנושאי אחריות תאגידית התקיים ברמת הקבוצה. נאמני אחריות חברתית בכל

היחידות העסקיות סייעו בקידום תכניות ויוזמות.

אולם, בשנים האחרונות פיתחנו תובנה מעמיקה יותר, והיות שטביעת הרגל הגלובלית שלנו גדלה באופן ניכר, הרגשנו שאנחנו זקוקים למבנה חסון יותר על מנת למנף את העוצמות שלנו, ליצור סיnergיות ויעילות רבות יותר, ולהשמיע קול עקבי כדי שמחזיקי העניין שלנו יוכלו להבין מה אנחנו מייצגים ואת הדרך שבה אנחנו משפיעים על חייהם. המסקנה החד משמעית הייתה שעלינו לבנות מסגרת אסטרטגית לטווח הארוך, אשר תחבר בין כל מרכיבי פרקטיקת הקיימות שלנו ותגדיר את הכיוון שבו עלינו להתקדם



שלוש דרגות השפעה - שלוש רמות ביצועים

אסטרטגית הקיימות
החדשה שלנו לשנת
2020, מורכבת משני
סוגי אבני בניין: דרגות
השפעה ורמות ביצועים.

דרגות ההשפעה משקפות את אופן ההשפעה שלנו על קבוצות מחזיקי עניין שונות, והמידה בה נוכל ליצור ערך ולהשפיע לחיוב. ההשפעה מתחילה במערכת היחסים הישירה ביותר שיש לנו והיא עם העובדים שלנו - דרכם אנו מגיעים לכל שאר קבוצות מחזיקי העניין שלנו. יחסית ליתר קבוצות מחזיקי העניין, מספר העובדים שלנו הוא מועט, אך השפעתם על יתר מחזיקי העניין היא קריטית.



שלוש דרגות השפעה

אסטרטגית הקיימות שלנו לשנת 2020 מיועדת לעזור לנו לשפר את ההשפעות שלנו על כל קבוצות מחזיקי העניין במטרה לשפר את חייהם של אנשים.

עובדים

דרגת ההשפעה הראשונה שלנו

אנו מבקשים לגרום לשינוי לטובה בחיי העובדים שלנו, על מנת להעצים אותם כדי שיתרמו להצלחה שלנו. אנו עושים זאת על ידי יצירת מקום עבודה מכיל, השקעה בפיתוח אישי ומקצועי, בבריאות ואיכות חיים ועל ידי הבטחת קיומו של דו-שיח ערני בתוך החברה.

אנו מאמינים שהשקעתנו ביצירת מקום עבודה מעצים וערכי תרורגם לשיפור השפעותינו בדרגה השנייה והשלישית - הדרך שבה העובדים תומכים בצרכנים ובלקוחות, וביעדי הקהילה והסביבה שלנו.

צרכנים

דרגת ההשפעה השנייה שלנו

אנו מבקשים לגרום לשינוי לטובה בחיי הצרכנים שלנו ולתרומם ליצירת חברה בריאה וברת קיימא. אנו עושים זאת על ידי אספקת מוצרי מזון חדשים, מזינים ומגוונים יותר והגברת המודעות לתזונה בקרב הצרכנים. אנחנו מגיעים אל הצרכנים דרך העובדים שלנו, שמטרת עבודתם היא להבטיח שניצור הזדמנויות לצרכנים לשפר את חייהם דרך צריכת המוצרים שלנו. מטרותינו בתחום זה

כוללות יעילות בשרשרת האספקה שלנו, איכות וזמינות מוצרים ופלטפורמות שיווקיות וצרכניות ייעודיות שיאפשרו לצרכנים להגיע להחלטות מושכלות ובריאות.

קהילה וסביבה

דרגת ההשפעה השלישית שלנו

כחברה השואפת להפגין התנהגות אזרחית טובה, אנו מבקשים ליצור ערך לחברה ולסביבה במטרה לשפר את חייהם של אנשים ולקדם אורח חיים בריא. אנו עושים זאת על ידי השקעה בקהילה, אחריות סביבתית וקיום שרשרת אספקה יעילה ואתית. היעדים שלנו בתחום הקהילה והסביבה כוללים פרקטיקות אתיות ויעילות בשרשרת האספקה, ניהול משאבים יעיל בפעילויות שלנו, והשקעה בקהילות אותן אנו משרתים.

שלוש רמות ביצועים

לנהל

בשנת 2014 אנחנו מסכמים את הדרכים בהן נקדם את היעדים האסטרטגיים שלנו וקובעים הגדרות, מתודולוגיות ותשתיות לרוחב הקבוצה לשם ניהול, ניטור ומדידת ההתקדמות שלנו. בחלק מהמקרים קיים צורך ביצירת קווי בסיס חדשים בעוד שבאחרים, יש להסכים על כלים ודרכי עבודה חדשים. נדווח על התקדמותנו בדוחות קיימות עתידיים.

רמת ביצועים זאת מחייבת אותנו לפעול באופן עקבי על מנת לעמוד ביעדי קיימות בסיסיים, כולל ממשל תאגידי, ניהול סיכונים, אתיקה וקיום חוקים ותקנות. זה איננו דבר חדש; תמיד נהגנו כך. אך תוך כדי בחינת היעדים האסטרטגיים שלנו הרגשנו שחשוב לוודא שבזמן שאנו מתחייבים לקדם ולהוביל יעדי קיימות מתקדמים, נמשיך לשים דגש לעמידה בסטנדרטים בסיסיים, כולל ציות ואכיפה.

לקדם

רמת ביצועים זו מעודדת אותנו לשפר את ההישגים שלנו בתחומים שונים החשובים למחזיקי העניין שלנו. לראשונה, אנחנו קובעים יעדים עבור הקבוצה כולה בתחומי השפעה שהם מרכזיים לעובדים, לצרכנים ולשאר מחזיקי העניין שלנו. בדרך זו, אנו שואפים להשתפר אל מעבר לציפיות ולהישגים הקודמים שלנו.

להוביל

בשלושה תחומי קיימות ממוקדים אנחנו שואפים להגיע לביצועים מובילים, אשר עולים בקנה אחד עם הטוב ביותר שניתן לצפות מחברה בינלאומית בענף שלנו. שלושת תחומי המיקוד באסטרטגית 2020 שלנו הם: רווחת הצרכן ואיכות חייו, בריאות העובדים, וגיוון ספקים. אלו תחומים שבהם אנו שואפים להשיג תוצאות פורצות דרך לקבוצה, היות שמדובר בנושאי קיימות אשר לא טופלו באופן עקבי וברמת כלל הקבוצה עד כה. באותו זמן, אנו מאמינים שנוכל לעשות שינוי לטובה עבור מחזיקי העניין שלנו בתחומים הללו.



נושאי קיימות שהם בעדיפות עליונה עבורנו

בעקבות בחינה ראשונית וזיהוי סוגיות הקיימות החשובות לנו ביותר במסגרת ההכנות לדוח קיימות 2013, רוב שנת 2013 הושקעה בדיאלוג, הן פנימי והן חיצוני, במטרה להמשיך וללטש את ההבנה שלנו לגבי מה שחשוב ביותר

לעסקים שלנו ולמחזיקי העניין שלנו, ולפתח מערכת ממוקדת יותר של סוגיות ליבה שישמשו אותנו בבניית אסטרטגית קיימות ארוכת טווח לקבוצה בכללותה. בנוסף לאינטראקציות הרחבות שקיימנו עם העובדים ועם הלקוחות

שלנו, המתוארות בפרק "יצירת מעורבות מחזיקי עניין" שבדוח זה, קיימנו דיון במתכונת שולחן עגול עם מומחים בתחומים שונים בנוגע לסוגיות הקשורות לעסקים שלנו, וכן בדיקה עם גורם גלובלי מוביל בתחום הקיימות.

קידום אורח חיים בריא		שקיפות מוצרית ושיווק אחראי	צמצום צריכת משאבים ופסולת
ההקשר	שיפור איכות החיים	החלטות צרכניות מושכלות	שומרים על כדור הארץ
מיקוד	• הפיכת המזון לבריא יותר • הוספת בריאות למזון ומשקאות • העלאת המודעות לאורח חיים בריא • השקעה במחקר תזונתי.	• סימון מוצרים ברור ומידע תזונתי לצרכנים. • שביעות רצון לקוחות ושירות לקוחות • תקשורת שיווקית אחראית.	• טכנולוגיה וחדשנות מצוינות תפעולית • צמצום צריכת אנרגיה, פליטות וצריכת מים • צמצום פסולת והגדלת המיחזור • מעורבות עובדים באחריות סביבתית
	• שיפור רווחת הצרכנים ואיכות חייהם על ידי הגדלת מכירות המוצרים בעלי טיעון לאורח חיים בריא ב-15% עד שנת 2020. • יצירת מעורבות צרכנים בפעילויות המקדמות אורח חיים בריא, במטרה להגיע ל- 10 מיליון צרכנים עד 2020. • יצירת שותפויות אסטרטגיות ארוכות טווח לשיפור הרגלים לאורח חיים בריא.	• קיום כל הדרישות הרגולטוריות בכל השווקים • שיפור מתמשך בנגישות וברמת השירות שלנו ללקוחות וצרכנים.	• הטמעה של לפחות שלוש טכנולוגיות מוצר התומכות באורח חיים בריא ובר קיימא עד 2020. • הפחתת צריכת אנרגיה, מים וחומרי אריזה ב 15% לטון מוצר עד סוף 2020. • הפחתת פליטות גזי חממה ב-15% לטון מוצר עד סוף 2020 (בהשוואה ל-2012). • הגדלת אחוזי המחזור מסה"כ הפסולת ב- 15% עד ל- 2020.
מטרות אסטרטגיות		• קיום כל הדרישות הרגולטוריות בכל השווקים • שיפור מתמשך בנגישות וברמת השירות שלנו ללקוחות וצרכנים.	• הטמעה של לפחות שלוש טכנולוגיות מוצר התומכות באורח חיים בריא ובר קיימא עד 2020. • הפחתת צריכת אנרגיה, מים וחומרי אריזה ב 15% לטון מוצר עד סוף 2020. • הפחתת פליטות גזי חממה ב-15% לטון מוצר עד סוף 2020 (בהשוואה ל-2012). • הגדלת אחוזי המחזור מסה"כ הפסולת ב- 15% עד ל- 2020.
היבטי G4		• קהילות מקומיות • מזון בריא ושווה לכל כיס • בריאות ובטיחות לקוחות • השפעות כלכליות עקיפות	• סימון מוצרים ושירותים • תקשורת שיווקית
		• חומרים • אנרגיה • מים • פליטות • קולחין ופסולת • מוצרים ושירותים	• חומרים • אנרגיה • מים • פליטות • קולחין ופסולת • מוצרים ושירותים



שרשרת אספקה אחראית		גיוון בכל מה שאנחנו עושים	השקעה בעובדים שלנו
ההקשר	ניהול סיכונים חברתיים וסביבתיים	חדשנות והזדמנויות	התאמת הארגון להשגת מטרות הקיימות שלנו
מיקוד	• אחריות בבחירת חומרי גלם • מחויבות ספקים לקיימות	• גיוון מוצרים • שוויון הזדמנויות בעבודה • גיוון ספקים בפרקטיקות רכש • קידום נשים בקהילה	• השקעה בעובדים • מנהיגות ופיתוח • בריאות, בטיחות ורווחה • תנאים נלווים ותגמול
	• הגדלת הרכש ממקורות ברי קיימא ב-15% עד סוף 2020 (2012 כשנת בסיס), עבור חומרי הגלם העיקריים של הקבוצה.	• הגברת הרכש מספקים מגוונים (בבעלות נשים), כך שיהווה לפחות 10% מסה"כ הוצאות הרכש עד 2020. • 50% נשים במשרות ניהול עד סוף 2020. • השקת מוצרים לאוכלוסיות עם צרכי בריאות שונים (סוכרתיים, חולי צליאק, עודף משקל, מחלות לב) בעשרת המותגים המובילים, עד 2020.	• שיפור ה- wellness של עובדים ב- 3 תחומים: שמירה על כושר ומשקל, הפסקת עישון, ומניעה. • שימור מחויבות עובדים (engagement) מעל לרמה של 80%. • הפחתת שיעור הפציעות כתוצאה מתאונות עבודה ללא יותר מ- 3 פציעות לכל 100 עובדים, עד 2020. • הפחתת ימי הפסד כתוצאה מתאונות עבודה ללא יותר מ-40 ימים לכל 100 עובדים, עד 2020.
היבטי G4		• פרקטיקות רכש	• תעסוקה • בריאות ובטיחות תעסוקתית • הדרכה וחינוך
		• גיוון ושוויון הזדמנויות • תגמול שווה לנשים וגברים • קהילות מקומיות • פרקטיקות רכש	• תעסוקה • בריאות ובטיחות תעסוקתית • הדרכה וחינוך



שולחן עגול בהשתתפות מומחים

דיון השולחן העגול למחזיקי עניין, אותו קיימנו במקביל להכנת דוח קיימות זה, נבנה סביב סוגית הליבה וההזדמנות עבורנו מבחינת קיימות - "קידום אורח חיים בריא". בין המשתתפים נמנו 17 נציגים מרשויות ממשלתיות, כולל משרד הבריאות, בעלי מקצוע מתחומי הבריאות, ארגוני בריאות, ארגונים חברתיים וסביבתיים והמגזר העסקי, שניהלו דיאלוג עם שמונה מנהלים מקבוצת שטראוס, כולל חברים בהנהלה הבכירה. מטרת המפגש הייתה לרכוש תובנות מכל אחד מהמשתתפים בנוגע למגמות ולהתפתחויות אשר משפיעות על הדרך שבה האוכלוסייה הישראלית ניגשת לנושאים הקשורים לאורח חיים בריא, ולקבל משוב והצעות בנוגע לביצועיה של שטראוס ישראל בתחום זה.

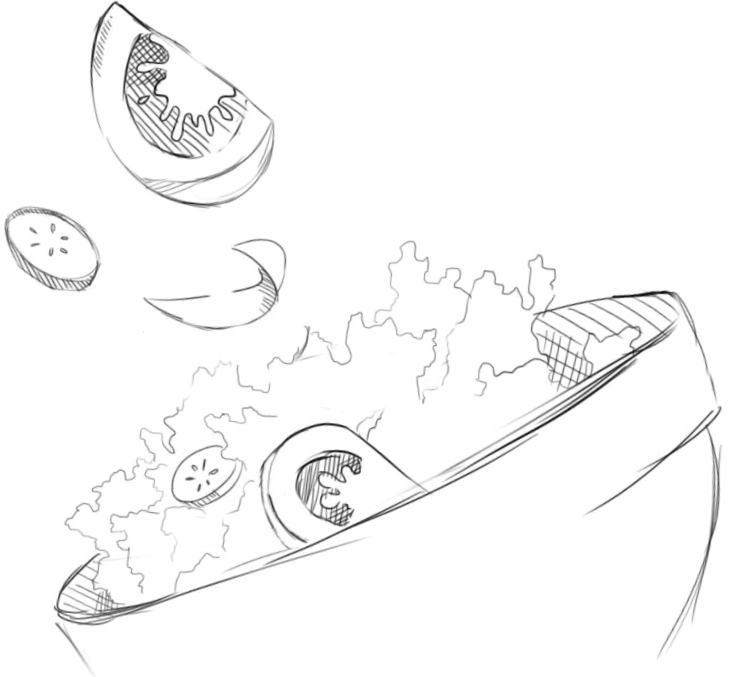
הנושאים העיקריים שהעלו מחזיקי העניין במפגש שולחן עגול:

שותפויות למען אורח חיים בריא

חשוב לפתח שותפויות בין רשויות ממשלתיות, קמעונאים ויצרני מזון ומשקאות במטרה לשפר את הערכים התזונתיים של המוצרים ולהגביר את המודעות בקרב הצרכנים באשר לדרכים השונות לאימוץ אורח חיים בריא. יחד עם תזונה בריאה, יש לעודד במיוחד פעילות גופנית. במקביל, על חברות המזון לטפל בערכים הלא תזונתיים של מוצריהם, כגון עודפי מלח, סוכר ושומנים, ורגולציה חדשה בתחום זה תמשיך ותקנה סטנדרטים חדשים, בהם יידרשו כלל החברות לעמוד.

שיווק ותקשורת

על חברות המזון לנהל תקשורת שקופה ולשתף את הצרכנים בידע אודות המוצרים בשוק. במקביל, על החברות לדאוג לסימון



בקרב אוכלוסיות מקופחות ולשקול התאמת מוצרים לצרכים תזונתיים מיוחדים.

השפעות על הסביבה

כחברה בעלת טביעת רגל גדולה בישראל, שטראוס נדרשת לטפל בהשפעותיה הסביבתיות, במיוחד בהשפעות על החקלאות, פסולת מזון ופסולת אריזה. בכוחה של שטראוס לסייע בחינוך הציבור לתודעה סביבתית רבה יותר, כמו גם להבטיח שהשימוש שלה במשאבים הוא יעיל ומונע פסולת בכל חוליות שרשרת האספקה.

מוצרים ברור, ליידע את הציבור באופן נאות בנוגע לרכיבי מזון וערכים תזונתיים, ולהבטיח שיווק אחראי.

מזון ותזונה לכולם

על חברות המזון לסייע בהגברת המודעות לחלופות לאורח חיים בריא בקרב קבוצות מגוונות בעלות צרכים תזונתיים מגוונים, ולפעול להגדלת הנגישות של מזון בריא עבור אלו המשתייכים למעמד סוציו-אקונומי נמוך כמו גם עבור אלו עם צרכים בריאותיים מיוחדים. על חברות המזון לעודד אימוץ הרגלים בריאים

שיתוף פעולה

"משרד הבריאות פועל לקידום הרגולציה ולהגברת המודעות לתזונה ולאורח חיים בריאים. אנו מעודדים ומקדמים בברכה שיתוף פעולה עם המגזר העסקי לקידום המטרות הללו."



רות ויינשטיין

מנהלת המחלקה לקידום הבריאות, משרד הבריאות

דיון בעל חשיבות

"זאת הייתה הזדמנות חשובה לשמוע ממקור ראשון את דעותיהם של מגוון מומחים מובילים בארץ. הצרכנים שלנו הופכים ליותר מודעים ומעורבים באופן שבו אנחנו משפיעים על חייהם, הן דרך המוצרים שלנו והן דרך הפעילויות שלנו כחברת מזון. הבחנו בשינוי זה בנישת הצרכנים, ואנו מצפים של"צרכן המועצם" תהיה אמירה רבה יותר בנוגע לדרך בה אנחנו עושים עסקים. הדיון היה בעל ערך רב ועזר לנו לרכוש פרספקטיבה אסטרטגית ולהבין איך נוכל לתמוך בצורה הטובה ביותר בכיוונים חדשים לאורח חיים בריא."

אסנת גולן

סמנכ"ל תקשורת, דיגיטל וקשרי ממשל, קבוצת שטראוס

מזון לכל

"חלופות מזון בריאות הן, במקרים רבים, מחוץ להשגתם של קבוצות סוציו-אקונומיות חלשות. חשוב להנגיש אופציות מזון בריאות דרך החינוך והעלאת המודעות, תוך הורדת מחירי המזון הבריא."

שרי נוריאל

מנכ"ל ציונות 2000

איזון בית-עבודה

"איזון בין הבית לעבודה הוא חלק אינטגרלי מאורח חיים בריא, התומך בעובדים בתחזוק קריירה פורה וחיי משפחה. על החברות לתמוך באופן פעיל באיזון בית-עבודה במקום לצאת עם הצהרות מדיניות בלבד."

שרון אברהם-ויס, עו"ד

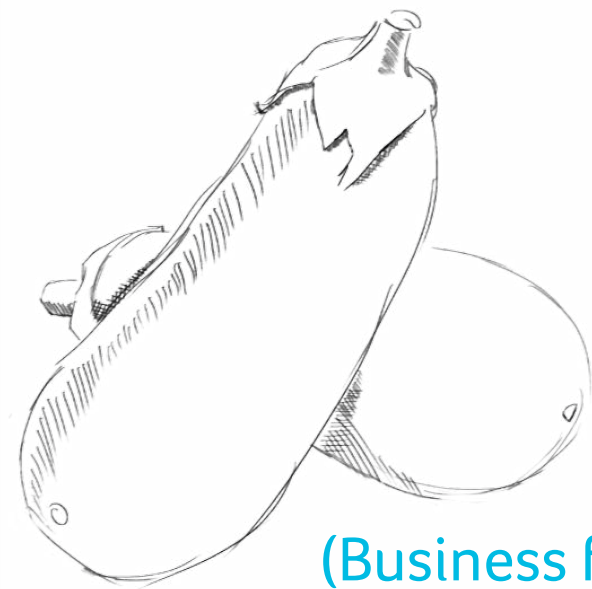
נציבת שוויון הזדמנויות בעבודה במחוז תל-אביב

בהירות

"שמירה על תזונה בריאה וצריכה נכונה של מזון הם נושאים בעלי חשיבות רבה לציבור היום. אחת הבעיות העולות לעיתים קרובות היא חוסר הבהירות והנגישות של סימון מידע תזונתי."

שלי משל

דיאטנית קלינית, מכבי שירותי בריאות מחוז המרכז



דברי ארון קריימר, מנכ"ל BSR (Business for Social Responsibility)



ארון קריימר הוא מנכ"ל BSR ("עסקים למען אחריות חברתית"), ארגון גלובלי המקדם את שילוב הקיימות בעסקים ותומך בשיתוף פעולה למען פיתוח בר קיימא. ארון מוכר בעולם כולו כסמכות מובילה בנושא אחריות חברתית ואסטרטגית קיימות. הוא מייצג למנהלים בכירים בלמעלה מ-250 תאגידים חברים ב-BSR ונושא דברים על סוגיות קיימות דרך קבע.

"ענף המזון והמשקאות הוא מרכזי לצורך הבסיסי ביותר של החברה האנושית: מזון ותזונה. בעולם היום, יותר אנשים מאי פעם יכולים לתת מענה לצורך הבסיסי שלהם במזון. התקדמות זו מאוימת על ידי המציאות החדשה של עשיית עסקים בעולם שהוא נתון לאילוצי האקלים. עם העלייה בנגישות המזון, מתפתחים אתגרים בריאותיים חדשים. לאורך ההיסטוריה, בני האדם נאבקו על מנת להשיג כמויות מזון

מספיקות: החיפוש אחר קלוריות רבות יותר. בעולמנו כיום, האתגר עבור רבים הוא שונה מאד. המאה ה-21 ניצבת מול בעיות בריאות הנגרמות על ידי עודף צריכה ותכולה תזונתית ירודה. ייצור המזון ניצב מול מחסור במים, המוחרף על ידי שינויי האקלים. חינוי שחברות מזון כגון שטראוס יבינו הקשר זה ויפתחו את האסטרטגיות שלהן בהתאם.

המבחן האולטימטיבי של קיימותה של חברת מזון ומשקאות - כמו לגבי כל חברה שהיא - מתייחס למוצרי ושירותי הליבה אותם היא משווקת. על חברות המזון להיות גם חלק משינויים מערכתיים, אשר יאפשרו מערכת מזון שהיא ברת קיימא באמת עבור אוכלוסייה גלובלית. חברות מובילות משתפות פעולה עם שותפים גלובליים בתעשייה ובשרשרת הערך בכדי להניע התקדמות משמעותית, כמו גם להעמקת הקשרים בשווקים מקומיים.

סוגיה אשר חוצה את כל היבטי שרשרת הערך של המזון היא פסולת מזון. על ידי טיפול בפסולת המזון, במיוחד בכלכלה גלובלית איטית ובמציאות של חוסר חמור במשאבים, בכוחה של תעשיית המזון לעשות הבדל משמעותי וליצור מצב בו כולם מרוויחים - הצרכנים, חברות המזון והסביבה. אין זו בעיה

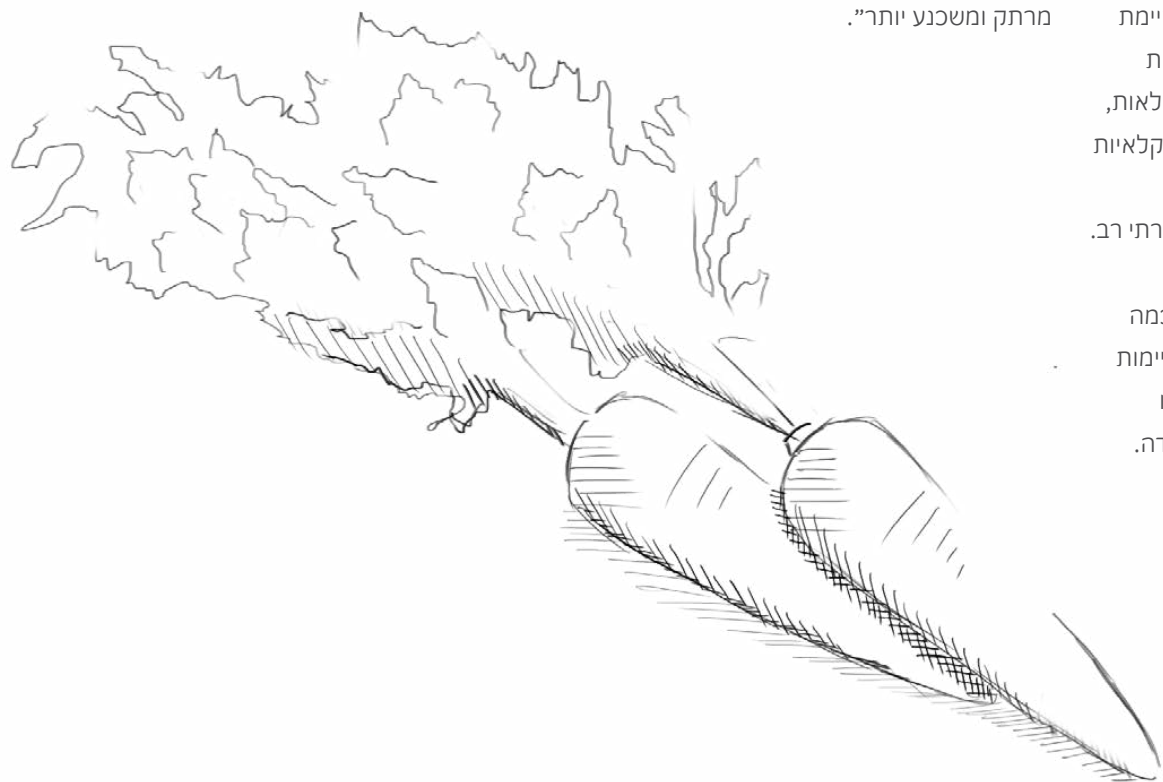
אותה שטראוס אמורה לפתור לבדה, אך היא בהחלט ראויה לבחינה.

על שטראוס להתמקד בסוגיות ממשיות, המונעות על ידי מוצרי ליבה, כמו שיפור המבחר לצרכן, חינוך הצרכן בנוגע להשלכותיהם של הרגלי צריכה על הבריאות, בעזרת סימון מוצרים ואמצעים אחרים, וניהול שרשרת אספקה ברת קיימא. זכויות האדם אף הן נושא אשר זוכה לנראות ולחשיבות גוברות, ובהקשר זה קיימת עבור שטראוס ההזדמנות לבחון בפרט את השפעותיה על נשים. במגזרי המזון והחקלאות, למשל, נעשה מאמץ גדול לסייע לנשים חקלאיות לתפוס דריסת רגל בשרשראות אספקה גלובליות - דבר שבכוחו להעניק ערך חברתי רב.

מאפיין נוסף של חברה מובילה הוא עד כמה היא מיטיבה להגדיר ולמדוד את יעדי הקיימות ארוכי הטווח שלה. נושאים מסוימים, כמו שימוש במים ואנרגיה, קלים יחסית למדידה.

על שטראוס להתמקד בסוגיות ממשיות, המונעות על ידי מוצרי ליבה, כמו שיפור המבחר לצרכן, חינוך הצרכן בנוגע להשלכותיהם של הרגלי צריכה על הבריאות, בעזרת סימון מוצרים ואמצעים אחרים, וניהול שרשרת אספקה ברת קיימא.

אך תחומים אחרים, שהם קריטיים לשגשוג מכליל כגון מדידת הדרך שבה אתם משפרים את חייהם של אנשים, הם מורכבים ואיכותניים יותר. כל זה קשור למה שהוא אולי האתגר האולטימטיבי הניצב בפני דוחות קיימות - איך למסור מידע קריטי במתכונת קצרה יותר וממוקדת יותר. אני מאמין שהגישה אותה שטראוס מאמצת, גישה שהיא אסטרטגית יותר, עשויה לעזור לכם לפרסם השנה דוח שהוא מרתק ומשכנע יותר."



A woman with long, wavy blonde hair is smiling and looking slightly to her right. She is wearing a dark top. The background is a red truck with white and blue logos, including a circular one with a star. The image is split vertically down the middle.

משפרים את חייהם של אנשים



7% 20%-25%

הפחתה
בתכולת המלח בתפוציפס

הפחתה בסוכר
ביוגורט פרי ובמשקאות היוגורט שלנו

הישראלית ב-3 גרם, מ-9 גרם ל-6 גרם ליום לאדם עד שנת 2020, במטרה לצמצם את הסיכונים הבריאותיים הקשורים לצריכת מלח עודפת. יצרני מוצרי החלב המובילים בארץ נוטלים חלק בתכנית, ובעקבות התייעצות עם היצרנים, המוצרים הראשונים עבורם נקבעו יעדים ממוקדים להפחתת מלח. הם קוטג' וגבינה לבנה.

במשך שלוש השנים האחרונות, הפחתנו ב-7% את תכולת המלח של חטיף התפוציפס מתוצרתנו תוך חיסכון של קרוב ל-3,000 ק"ג מלח בייצור מותג זה לבדו, כחלק מהתכנית הרב-שנתית המקיפה שלנו להפחתת תכולת המלח במגוון מוצרים. במקביל לתכנית שלנו להפחתת המלח, אנחנו משתתפים ביוזמה ממשלתית בקידום משרד הבריאות להפחתת צריכת הנתרן היומית של האוכלוסייה

מלח

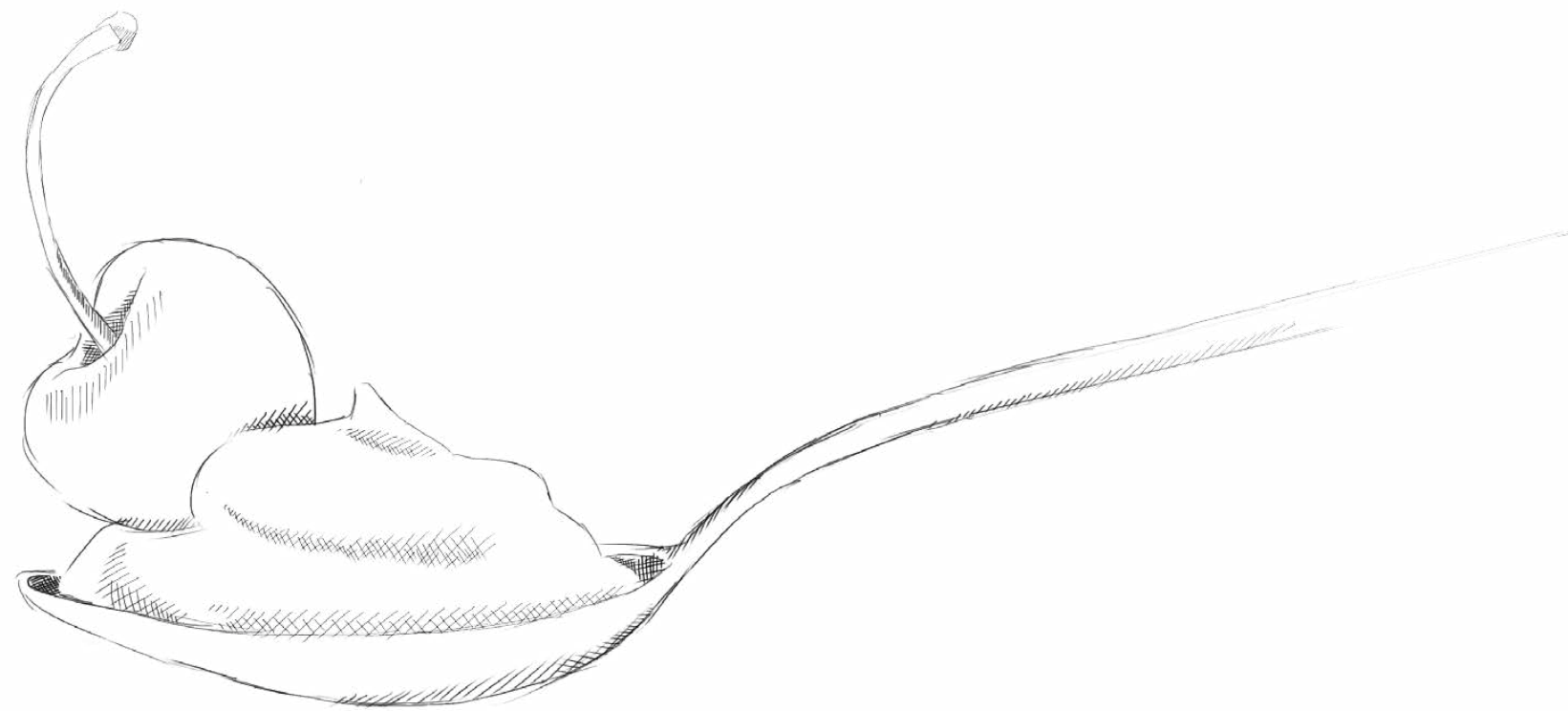
מאסטרטגיה לפעולה הפיכת המזון לבריא יותר

יותר מאי פעם, הצרכנים מודעים לערכים התזונתיים של מוצרי מזון שונים, ולתוצאות השליליות הפוטנציאליות של צריכת קלוריות רבות מדי. כתעשייה, יצרני המזון מגלים דרכים להפחית ברמות הרכיבים עתירי הקלוריות בכדי לייצר מזון בעל תועלת תזונתית גבוהה יותר. אצלנו בשטראוס, אנחנו גם עובדים ללא לאות כדי להבטיח שהמוצרים שלנו מספקים לצרכנים שלנו תועלת תזונתית משופרת ומקדמים אורח חיים בריא.

לרוע המזל, אותם רכיבי מזון שהם מזינים פחות הם לעיתים קרובות אלו אשר מעניקים לצרכנים את הטעם האהוב עליהם, כך שרה-פורמולציה אינה משימה קלה. אולם, בשנים האחרונות, אנו מקדמים בשטראוס ישראל תוכנית רב-שנתית מוגדרת לרה-פורמולציה של כל מוצרינו להפחתת תכולת המלח, השומן והסוכר תוך שמירה על המרקם, הטעם, ויתר הפרמטרים הבריאיים של המוצרים שלנו.

סוכר

אורח חיים בריא כולל ניהול צריכת קלוריות וניהול קפדני של צריכת סוכר. כיצרני מזון, אנו תומכים בהפחתת צריכת הסוכר ומפחיתים באופן שיטתי את תכולת הסוכר המוסף במוצרים שלנו. לדוגמא, הפחתנו את כמות הסוכר במוצר אקטימל באמצעות שינוי בתהליך הייצור, ללא צורך להוסיף רכיבים נוספים או לשנות מהותית את טעם המוצר. כל מוצרי יוגורט הפירות ומשקאות היוגורט שלנו עברו רה-פורמולציה להפחתת 20%-25% מתכולת הסוכר המוסף. בדומה, הפחתנו את רמות הסוכר במשקאות השוקו שלנו ובחטיפי השוקולד שלנו במותג "עלית".



קידום אורח חיים בריא

מיקוד	מטרות אסטרטגיות	היבטים	אינדיקטורים
• הפיכת המזון לבריא יותר	• שיפור רווחת הצרכנים ואיכות חייהם על ידי הגדלת מכירות המוצרים בעלי טוען לאורח חיים בריא ב-15% עד שנת 2020.	• קהילות מקומיות	G4-SO1
• הוספת בריאות למזון ומשקאות	• יצירת מעורבות צרכנים בפעילויות המקדמות אורח חיים בריא, במטרה להגיע ל-10 מיליון צרכנים עד 2020.	• מזון בריא ושווה לכל כיס	G4-EC8
• העלאת המודעות	• יצירת שותפויות אסטרטגיות ארוכות טווח לשיפור הרגלים לאורח חיים בריא.	• בריאות ובטיחות לקוחות	FP4
• לאורח חיים בריא		• השפעות כלכליות עקיפות	FP6
• השקעה במחקר תזונתי			FP7

עבור אחרים, אורח חיים בריא אפשר שפירושו הימנעות מצריכת סוגי מזון מסוימים כגון אלה בעלי תכולת שומן, גלוקן, מלח או סוכר גבוהה. רבים מגדירים אורח חיים בריא ככזה אשר כולל בקרת משקל ופעילות גופנית, בעוד שעבור אחרים, רגיעה וניהול מתח הם חשובים. יש הרואים חשיבות בהימנעות מסוגי כימיקלים

עבור אחרים, אורח חיים בריא אפשר שפירושו הימנעות מצריכת סוגי מזון מסוימים כגון אלה בעלי תכולת שומן, גלוקן, מלח או סוכר גבוהה. רבים מגדירים אורח חיים בריא ככזה אשר כולל בקרת משקל ופעילות גופנית, בעוד שעבור אחרים, רגיעה וניהול מתח הם חשובים. יש הרואים חשיבות בהימנעות מסוגי כימיקלים

בקבוצת שטראוס, קידום אורח חיים בריא הוא נושא קיימות בעל עדיפות משום שהוא חשוב מאד לצרכנים שלנו. ניתן להגדיר אורח חיים בריא באופנים רבים מאד, ויש לו משמעות שונה לאנשים שונים. עבור חלק מהאנשים, המיקוד הוא בגישה לאוכל מזין, בייחוד עבור אלו שזמינות ונגישות המזון מהווים אתגר.



מזון ועוד

- דנכול הוא משקה יוגורט מועשר בפיטוסטרולים, אשר הוכחו כמסייעים בהורדת הכולסטרול בטווח של עד כ-15%.
- אקטימל הוא משקה יוגורט פרויטי המסייע בחיזוק ההגנה הטבעית של הגוף. בנוסף לתרבויות יוגורט רגילות, כל בקבוקון אקטימל (100 מ"ל) מכיל יותר מ-10 מיליארד חיידקי L. casei חיים.
- חצי כוס של הקוטג' או הגבינה הלבנה החדשים המועשרים שלנו מכיל רבע מכמות הסיידן והוויטמין D היומית המומלצת.
- החלב המועשר שלנו במותג יטבתה מכיל 30% מכמות הסיידן והוויטמין D היומית המומלצת.
- גמדים של שטראוס הוא המוצר היחיד מסוגו המכיל תרכובת ייחודית של ברזל, אבץ, וויטמינים וסידן, אשר מותאם במיוחד לילדים.



שומן

אנחנו מפחיתים את תכולת השומן המוסף במוצרים שלנו באופן שיטתי. לדוגמא, בתחילת 2014 הגענו לפריצת דרך במותג החמוס המוביל שלנו. החמוס הוא בין המוצרים הנמכרים ביותר שלנו ומהווה מרכיב משמעותי בתזונה המזרח תיכונית הבסיסית בארץ. המוצר החדש שלנו, חמוס כפרי, אינו מכיל תוספת שומן, והשומן היחיד בו הוא השומן שקיים בטחינה, שהיא רכיב עיקרי בסלט חמוס, באופן טבעי. בסך הכל, חמוס כפרי מכיל 9.5 גרם שומן ל-100 גרם מוצר – הפחתה משמעותית בהשוואה למגוון סלטי החמוס בקטגוריית הסלטים הארוזים. באותו זמן השכלנו להגדיל את רמת החלבון במוצר ב-13%. בהתחשב בכך שמדינת ישראל צורכת למעלה מ-30,000 טון חמוס בשנה, שמרביתם נצרכים על ידי ילדים, החמוס שלנו מופחת השומן עם תכולת החלבונים הגבוהה עשוי לתרום באופן ניכר לשיפור באורח ואיכות החיים עבור מיליוני אנשים.



חמוס כפרי
מכיל 9.5 גרם
שומן ל-100 גרם
מוצר - הפחתה
משמעותית
בהשוואה למגוון
סלטי החמוס
בקטגוריית
הסלטים הארוזים.

הדבר הוא שפירוק הפחמימות שבשוקולד הוא איטי יותר ועל ידי כך, הגלוקוז משוחרר לדם באופן הדרגתי יותר. חטיף השוקולד 92 שלנו מוצע במנות מבוקרות בנות 25 גרם.

מבוגרים וילדים המעוניינים בנשנושים טריים ובחלופות לארוחה יכולים להמשיך וליהנות ממגוון הסלטים הטריים המורחב שלנו. למשל, בעקבות הצלחת אריזות נשנושי הגזר שלנו למבוגרים בשנה שעברה, השקנו את נשנושי גזר קידס תוך שימוש בדמויות של דיסני על גבי האריזות ובשיווק כדי לסייע לילדים לקשר בין החלטות לבחור במזון בריא לבין הנאה. עבור המבוגרים יצרנו היצע של סלטים טריים חדשניים כגון סלט סלק וסלטי קישואים ובצל. הסלטים מיוצרים מתוצרת חקלאית מקומית ומביאים טעמים בריאים חדשים לתמיכה באורח חיים בריא.

החידושים הנוספים שלנו ב-2013 כוללים רביולי גבינה קלאסי מוכן לאכילה במנה אישית (זמן

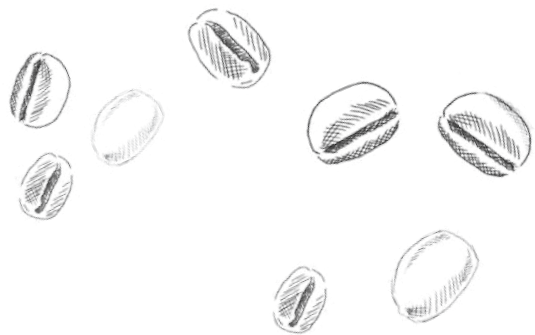
הכנה - דקה אחת), מגוון רחב של ממרחי גבינה לבנה בטעמים שונים, ומוצרים נוספים של 100 קלוריות ליצירת אפשרויות לבקרת קלוריות קפדנית. בסך הכל, ב-2013 השקנו יותר מ-30 מוצרים חדשים או גרסאות חדשות למוצרים קיימים המאפשרים לצרכנים בחירה רחבה יותר לקידום אורח חיים בריא.

הוספת תועלות בריאותיות למזון ומשקאות

עבור חלק מהצרכנים, תזונה בריאה כוללת צריכה של מבחר מוצרי מזון בעלי תרומה חיובית לבריאות אשר גם מציעים תועלות נוספות. מוצרי מזון מועשרים ופונקציונליים מכילים רכיבים שעשויים לסייע בהפחתת הסיכון למצבים בריאותיים מסוימים. בדרך כלל, מוצרים אלו מבוססים על רכיבים המתרחשים באופן טבעי, או שניתנים להוספה במשך תהליך הייצור. התחומים המרכזיים שבהם אנחנו מוסיפים תועלות תזונתיות למזון ולמשקאות כוללים את

העשרת מוצרי החלב שלנו בוויטמינים ומינרלים, הצעת מוצרי מזון פונקציונליים כגון פרוביוטיקה ומוצרים מבוססי פיטוסטרולים, וחדשנות בתחום המשקאות במטרה לספק תועלות בריאותיות רבות יותר בכל מיני דרכים שונות.

ב-2013 השקנו יותר מ-30 מוצרים חדשים או גרסאות חדשות למוצרים קיימים המאפשרים לצרכנים בחירה רחבה יותר לקידום אורח חיים בריא.



קפה וספורט

על מנת להוסיף להבנת הצרכנים בנוגע לתועלות הבריאותיות של הקפה, בעיקר כשהוא נצרך כחלק מאורח חיים בריא הכולל פעילות גופנית, יצאנו בקמפיין חינוכי בנושא קפה במטרה להגביר את המודעות לכך ששתיית קפה טורקי לפני העיסוק בספורט עשויה לשפר את ההישגים הספורטיביים. חילקנו למעלה מ-55,000 כוסות קפה חנים ולמעלה מ-80,000 אריזות קפה אישיות במשך השנה, בשיתוף עם דיאטנים ומומחים לספורט. במדגם מייצג של 500 איש, אשר בחן את דעותיהם בנוגע לתועלות שבקפה, המודעות עלתה לרמה של 26% במרץ 2014, מ-11% בלבד ביולי 2012.

שומרי משקל

"לשומרי משקל יותר מ-500 קבוצות בישראל, אשר מארחות 15,000 שומרי משקל מדי שבוע. חברי הקבוצה ומנהיגיה פועלים כרשת תומכת, מודל לחיקוי ומקור השראה. שיטת הנקודות שלנו מסייעת ללקוחות בשמירה על אורח חיים בריא ומאוזן ובהתמודדות טובה יותר עם משקלם. אנחנו שמחים לשתף פעולה עם חברות המספקות מוצרים, שהוכחו כתורמים למאמצים לשמור על משקל בריא ולקדם אורח חיים בריא."

לילית רומם, מנכ"לית שומרי משקל ישראל



חלב). כוס באלאנס מכילה עד כדי 23% מכמות הסיבים היומית המומלצת.

הישראלים שותים 3.5 כוסות קפה ביום בממוצע. קפה באלאנס מיועד למי שרוצה להרגיש שובע בשעות המאתגרות ביותר במשך היום - בין הארוחות. שתיית כוס קפה באלאנס מקדמת תחושת שובע למשך עד שלוש שעות. ארגון "שומרי משקל" בישראל בדק את קפה באלאנס וממליץ עליו לחבריו כחלק מדיאטה מבוקרת.

קפה טורקי

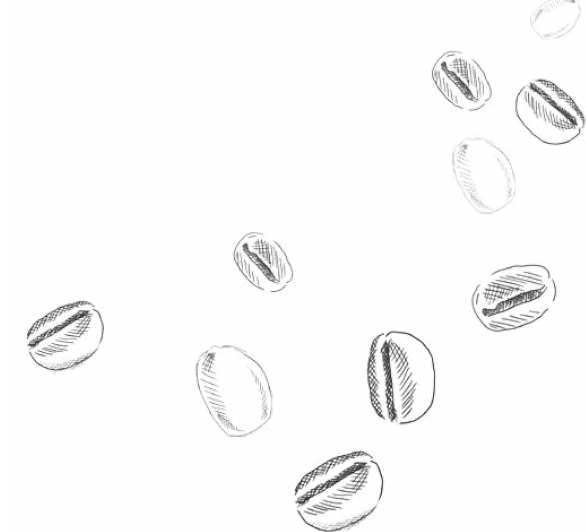
ב-2013, השקנו משקה קפה תחת המותג קפה טורקי עלית, המכיל 30% יותר פוליפנולים בהשוואה לקפה טורקי עלית רגיל. הפוליפנולים הם סוג של נוגדי חמצון המצויים בקפה, שלהם מגוון תועלות בריאותיות פוטנציאליות. מחקרים שנערכו בשנים האחרונות מאשרים שצריכה מתונה של קפה, וקפה טורקי בפרט, מקנה מספר תועלות בריאותיות. בישראל, 40% מהמבוגרים שותים קפה טורקי לפחות פעם בשבוע.

קפה ועוד

ב-2013, שטראוס קפה יצאה עם שני מוצרי קפה חדשים וחדשניים, המציעים פתרונות בריאים לצרכנים המחפשים ערך מוסף בקפה הנמס שלהם. המוצר הראשון הוא משקה קפה נמס ייחודי המכיל סיבים תזונתיים המקדמים תחושת שובע, עבור אלו המעוניינים לשלוט בצריכת הקלוריות שלהם, והמוצר השני הוא משקה קפה טורקי מועשר בפוליפנולים מקבוצת נוגדי החמצון.

קפה באלאנס

ב-2013, השקנו משקה קפה מהפכני חדש כשאנחנו מנצלים את הרגל שתיית הקפה האיתן בארץ. הקפה החדש במותג עלית, באלאנס, הוא קפה ברזילאי עשיר המכיל שילוב סיבים תזונתיים וחלבונים ממקורות טבעיים בלבד (סיבי תירס ועולש וחלבונים מבוססי



לא רק מסטיק

ב-2013 השקנו מוצר מסטיק חדש מצופה קסיליטול תחת המותגים שלנו, בזוקה ו-Must. הקסיליטול הוא תרכובת כוהלית טבעית הנגזרת מסוכר הקסילוז, אשר מסייעת במניעת עששת (חורים בשיניים) ובעלת מתיקות שווה לזו של סוכר. אנו מצפים את טבליות המסטיק הרגילות שלנו בקסיליטול מזה שנתיים. השנה הרחבנו את המבחר לתועלתם של הילדים אוהבי הבזוקה, וכן פיתחנו מסטיק עם 100% קסיליטול, אשר שומר על טריותו במשך 45 דקות.





מרכז המצוינות של סברה יפעל כמרכז לחדשנות לקידום יכולות מחקר, ויסייע לנו בשיפור המוצרים שלנו.

ארוחה מאוזנת ובגודל מנה מבוקר, באופן העושה שימוש בפריטי המזון השונים ליצירת סרט אישי על צג המחשב. כל אחד מסוגי המזון הוא "שחקן" בסרט ומסביר את תפקידו בשיר בליווי אנימציה. המשחק הופך את הלימוד על תזונה לכיף ומקנה הבנה בסיסית בתחום במטרה לסייע לילדים לאמץ הרגלי אכילה בריאים, כך שיגדלו להיות מבוגרים בעלי אורח חיים בריא.

במשך 2013 למעלה מ-2,000 דיאטנים השתתפו בפעילויות שונות, אשר תרמו להעשרת הידע וההבנה שלהם לגבי המוצרים שלנו ותרומתם לניהול אורח חיים בריא.

ומשקאות גדולה המשקיעה רבות במחקר, יש ברשותנו משאבים רבים שעשויים לסייע לקהילת הדיאטנים והתזונאים המקצועית, ובסופו של דבר - גם לאלו אשר צורכים את המוצרים שלנו. אנו חולקים את הידע המקצועי שלנו עם דיאטנים ותזונאים דרך סדנאות, ביתני מידע בכנסים, סיוורים במפעלי שטראוס ופעילויות מקוונות. במשך 2013 למעלה מ-2,000 דיאטנים השתתפו בפעילויות שונות, אשר תרמו להעשרת הידע וההבנה שלהם לגבי המוצרים שלנו ותרומתם לניהול אורח חיים בריא. אחת מגולות הכותרת בשנה זו הייתה סדנה בת חצי יום שקיימנו, עם הרצאה בנושא מוצרים בריאים לילדים מפי התזונאי הראשי של שטראוס ישראל וכיתת אומן בבישול, אותה העבירה פיליס גלזר, מומחית הבישול הבריא המובילה בארץ.

כלים תזונתיים לילדים

ב-2013, כחלק מאתר האינטרנט של מכון שטראוס, השקנו משחק המסייע לילדים ללמוד על תזונה באופן אינטראקטיבי. הכלי המקוון, "ארוחה מהסרטים", מזמין את הילדים ליצור

מרכז המצוינות של סברה

ב-2013, סברה השיקה "מרכז מצוינות" במדינת וירג'יניה שבארה"ב בצמוד למפעל החברה. המרכז, שהוא הראשון מסוגו בתעשיית המטבלים והממרחים, יפעל כמרכז לחדשנות לקידום יכולות מחקר, ויסייע לנו לשפר את המוצרים שלנו בכל ההיבטים של רכישת חומרי גלם, ייצור, אריזה והפצה.

המרכז פועל תוך שיתוף פעולה עם אוניברסיטאות ומרכזי מחקר חקלאי ומאכלס מומחים באמנויות הבישול, טכנולוגית המזון ותזונה. התכנית היא לערוך מחקר פורץ דרך בגרגרי חומוס, פירות וירקות. הפעילות נועדה לתמוך בחדשנות מתמדת תוך התמקדות בגיוון מוצרי, ערכים תזונתיים גבוהים, איכות וטעם. במרכז המצוינות מרכז קולינרי, מעבדת מחקר, מפעל לצרכי פיילוטים ומודלים מחקריים להתנסות ישירה, כולם מן המתקדמים ביותר מסוגם.

בנוסף, צמיחת שוק החומוס בארה"ב הטביעה חותם חיובי נוסף. לנוכח הירידה בביקוש לטבק, השוק העיקרי של חקלאים במדינת וירג'יניה על לאחרונה, רבים מהם פנו לגידול חומוס. סברה, בשיתוף עם אוניברסיטת וירג'יניה, מקדמת מחקר אשר יתמוך בחקלאים במדינה בהגברת יעילות העבודה, ובשמירה על מקור פרנסתם שעה שהם עוברים לגדל חומוס.

העלאת המודעות לאורח חיים בריא

הזדמנות מרכזית לעזור לצרכנים לנקוט בגישה פרו-אקטיבית לאורח חיים בריא היא להבטיח שהם מודעים לקווים מנחים תזונתיים בסיסיים ולהשפעה של מרכיבים תזונתיים שונים בתזונה, ושיהיו מצוידים בכלים הדרושים לאימוץ הרגלי אכילה שהם הגיוניים בעיניהם. כקבוצת מזון



מצוינות

"מרכז המצוינות משמש כיום בית למומחים מכל תחומי ייצור המזון, ואנחנו להוטים ליישם את הממצאים שלנו שעה שאנו ממשיכים לשנות את הדרך שבה צרכנים מסביב לעולם טובלים ומורחים. תוך שאנו בונים על המורשת שלנו כדי להמציא את העתיד, נמשיך לשאוב השראה מההתקדמויות הגלובליות בייצור מזון ולשאוף לקדם את מובילותנו בקטגוריה. מרכז המצוינות מסמל קפיצת דרך במסע שלנו להחיות את המגוון שבעולם באמצעות מבחר של מוצרים טריים, טעימים, אמיתיים ובריאים."

טולין טוזל
סמנכ"ל טכנולוגיות, סברה



שקיפות מוצרית ושיווק אחראי

מיקוד	מטרות אסטרטגיות	היבטים	אינדקסורים
- סימון מוצרים ברור ומידע - תזונתי לצרכנים - שביעות רצון לקוחות ושירות לקוחות - תקשורת שיווקית אחראית	- קיום כל הדרישות הרגולטוריות בכל השווקים. - שיפור מתמשך בנגישות וברמת השירות שלנו ללקוחות וצרכנים.	- סימון מוצרים ושירותים - תקשורת שיווקית	- G4-PR3 - G4-PR5 - G4-PR7 - FP8

החלטות צרכניות מושכלות

שקיפות מוצרית ושיווק אחראי, כולל טיעוני מוצר הקשורים במוצרים שלנו, והמידע התזונתי אותו אנחנו מספקים, הם נושא קיימות חשוב, משום שהם מסייעים לצרכנים לבחור בצורה מושכלת אלו פריטי מזון ומשקאות יקנו ויצרכו. הבנה נכונה לגבי תכולת המזון היא תנאי מוקדם חיוני להחלטה לבחור בתזונה בריאה ולניהול אורח חיים בריא. מחקרי נילסן מראים ש-59% מהצרכנים בעולם מתקשים בהבנת הסימון התזונתי על גבי אריזות מוצרי מזון. אצלנו בשטראוס, אנו שואפים להגיע לשקיפות הגבוהה ביותר האפשרית, מעבר לדרישות הרגולטוריות החלות על מזון וסימונו היכן שניתן, ואנחנו מעודדים את הצרכנים להתעניין ולפנות אלינו לקבלת מידע נוסף.

מאסטרטגיה לפעולה סימון מוצרים ומידע תזונתי ברורים

במסגרת אילוצי אריזות המוצרים וכמות המידע הגדולה שיש למסור לצרכנים על פי חוק, אנחנו שואפים שסימון המוצרים שלנו יהיה ברור עד כמה שניתן, ולהבטיח שההיבטים הבולטים ביחס לתכולת המוצר גלויים לצרכן. לדוגמא, הרגולציה באירופה מחייבת הכללת מידע על אלרגנים בסימון מוצרים. למרות שדרישה זו לא תהיה חוקית בישראל עד שנת 2015, אנחנו מציגים מידע זה על גבי המוצרים שלנו בכדי להבטיח שהמידע הטוב ביותר יהיה זמין לצרכנים שלנו בכל עת.

אנחנו דואגים תמיד להיות קשובים ומעודכנים בנוגע לרגולציה חדשה ביחס לדרישות סימון מוצרים ומבטיחים שכל העובדים הרלוונטיים מיועדים וששיוניים מתבצעים בהתאם. במקרים רבים אנחנו מתכוננים לדרישות עוד בטרם הרגולציה נכנסה לתוקף.

שביעות רצון לקוחות ושירות לקוחות

ההצלחה שלנו נמדדת על פי שביעות רצון הלקוחות שלנו. אנחנו שואפים להבטיח שכל הצרכנים שלנו מרוצים ממוצרי שטראוס, כולל מוצרי מזון, משקאות קפה, ברי המים שלנו או מעדן מפנק באחד מסניפי ה-Chocolate Bars של מקס ברנר. אנחנו שואפים להבטיח שהצרכנים והלקוחות שלנו מקבלים את איכות המוצרים הטובה ביותר, וגם את השירות הטוב ביותר. בסך הכל, ב-2013 רשמנו למעלה מ-154,000 אינטראקציות עם לקוחות ביוזמת מוקד שירות הלקוחות והפלטפורמות הדיגיטליות שלנו - יותר מ-660 שיחות בכל יום עבודה באותה שנה.

קולו של הצרכן

ב-2013, יזמנו בישראל תכנית שתביא את קולו של הצרכן ממש אל רצפת הייצור, לתוך חדר הישיבות ולתוך הלב והמוח של העובדים והמנהלים שלנו. אנחנו עושים את זה על ידי השמעת פניות מצרכנים שהתקבלו במוקד שירות הצרכנים שלנו לעובדים ולמנהלים במגוון תפקידים. באופן בלתי נמנע, שיחות אלו מייצרות דיון בנוגע למקרים של אי שביעות רצון לקוחות שהובעו בפניות, ובנוגע לפעולה המתקנת בה נוכל לנקוט כדי למנוע את הישנות הדברים. תהליך זה מחייב סוגיות שמעסיקות את הצרכנים והופך אותן לממשיות עבור העובדים. כתוצאה מהתערבויות אלו נעשו מספר שיפורים ספציפיים הן במוצרים והן באריזות.

שיטת הדגלים החדשה

ב-2013 יישמנו שיפור נוסף במוקד שירות הלקוחות, המבוסס על "הרמת דגלים" על ידי נציגי המוקד במטרה לטפל בבעיות איכות חמורות בזמן אמת. תהליך חדש זה מפנה את תשומת הלב לסוגי תלונות, אשר לא זוהו כבעלי עדיפות לטיפול מידי (למשל, תלונות שאמנם אינן מסכנות חיים, אך בכל זאת מייצגות בעיה חמורה מבחינת אמון הצרכנים). מקרה שסומן בדגל מטופל ומנוחח מיידית והפעולה הדרושה ננקטת ללא דיחוי, כשהמידע חוזר לנציגי שהרים את הדגל לסגירת המעגל. בדרך זו אנחנו שומרים על אמון הצרכנים ועל ביטחונם ביחס לנושאים שהם חשובים עבורם, ואנחנו אסירי תודה להם על שהסבו את תשומת לבנו לסוגיות איכות רציניות פוטנציאליות.

75%

מהצרכנים תופסים את שטראוס כקשובה מאד לצרכנים

85%

מהצרכנים אישרו, שתגובות מוקד שירות הלקוחות שלנו הן טובות מאד או מצוינות

השקעה בעובדים שלנו

מיקוד	מטרות אסטרטגיות	היבטים	אינדיקטורים
- השקעה בעובדים - מנהיגות ופיתוח - בריאות, בטיחות ורווחה - תנאים נלווים ותגמול	- שיפור ה-wellness של עובדים ב- 3 תחומים: שמירה על כושר ומשקל, הפסקת עישון, ומניעה. - שימור מחויבות עובדים (engagement) - מעל לרמה של 80%. - הפחתת שיעור הפציעות כתוצאה מתאונות העבודה - ללא יותר מ- 3 פציעות לכל 100 עובדים, עד 2020. - הפחתת ימי הפסד כתוצאה מתאונות עבודה ללא יותר מ-40 ימים לכל 100 עובדים, עד 2020.	- תעסוקה - בריאות ובטיחות - תעסוקתית - הדרכה וחינוך	- G4-LA1 - G4-LA6 - G4-LA10 - G4-LA11



מצוידים באישורים הנדרשים לשם דיוור אליהם. אנחנו לא משתפים אף צד שלישי במידע הצרכני שלנו.

מתקרבים ללקוחות

הצרכנים שלנו יכולים לרכוש את המוצרים שלנו במגוון ערוצי מכירה סיטונאיים וקמעונאיים. ארגונים אלו הם שותפים קריטיים עבור שטראוס, היות שהדרך בה הם עושים עסקים עשויה להיות בעלת השפעה משמעותית על הזמינות, האיכות, ברות ההשגה והנוכחות הכללית של מוצרינו בשווקים השונים בהם אנו פועלים בעולם. עם השינויים בשווקים הלקוחות שלנו הופכים לחכמים יותר, מודעים יותר - ותובעניים יותר. אנו משקיעים מאמצים יוצאי דופן על מנת להבין את הצרכים של לקוחותינו, ליצור מערכות יחסים חיוביות ולבסס מסגרת אינטראקציות, המבוססות על אמון הדדי.



תקשורת שיווקית אחראית

התקשורת השיווקית שלנו מבוססת על הערכים שלנו ועומדת בכל דרישות הרגולציה החלות על שיווק, במטרה למנוע הכללה של כל תוכן פוגעני, לא מוסרי, לא אחראי או מטעה. אנחנו שואפים לבנות יחסי אמון ארוכי טווח עם הצרכנים שלנו באמצעות תקשורת המבוססת על יושרה ועל ידי קיום ההבטחות שלנו. אנשי השיווק שלנו עוברים הדרכה מפורטת בנושא הקוד האתי של שטראוס והמחויבות שלנו לתקשורת אחראית.

פרטיות הלקוח

אנחנו בשטראוס מייחסים חשיבות עליונה לפרטיות הלקוח. אנחנו מקיימים את כל החוקים, הכללים והתקנות וכן נהלים פנימיים מחמירים בנוגע לפרטיות. אנחנו נוקטים מדיניות אבטחת מידע קפדנית בניהול בסיס הנתונים שלנו כדי להבטיח את חיסיון המידע של צרכנינו ודואגים להיות

הבנת הלקוח

"על מנת ליצור שותפויות אמיתיות, בעלות ערך וברורות קיימא, אנו חייבים 'להיכנס לנעליים' של השותפים שלנו. חשוב שנהיה ערים באופן מלא לצרכי הלקוחות שלנו. גם הם מתמודדים עם עובדים, ספקים ואתגרים רבים בכל יום. הבנת הדאגות שלהם ומציאת הפתרונות המתאימים יבטיחו הצלחה הדדית לאורך זמן".



ערן חי-יוסף
מנהל מכירות והפצה

התאמת הארגון להשגת מטרות הקיימות שלנו

התאמת הארגון להשגת מטרות הקיימות היא חשובה, משום שמי שקובע את הצלחתו אלה הם העובדים שלנו בכל חלקי קבוצת שטראוס. כקבוצה מגוונת אשר פועלת במדינות ובתרבויות רבות, עלינו לחלוק במערכת ערכים משותפת ולשאוב השראה מחזון וייעוד משותפים. אנחנו מתאימים את הארגון על ידי השרשת הערכים שלנו, דאגה אמיתית לרווחת העובדים ולבטיחותם, השקעה בפיתוח היכולות שלהם ותגמולם על מאמציהם הבלתי נלאים. אנחנו מעריכים ומוקירים גיוון ושואפים ליצור מקום עבודה מכיל. העסקים שלנו מרוויחים מכך – על פי הסטטיסטיקה, ארגונים בעלי רמת השקעה גבוהה בעובדים מדווחים על פריון ורווחיות גבוהים יותר – והדבר אף משתלם לחברה בתוכה אנחנו חיים ופועלים, משום שעם למעלה מ-13,500 עובדים ששטראוס היא מקור פרנסתם, התועלות הכלכליות והחברתיות לקהילה המקומית הן נרחבות.

מאסטרטגיה לפעולה השקעה בעובדים

אנו עורכים סקר שביעות רצון ומעורבות עובדים מדי שנתיים, והסקר הגלובלי האחרון התקיים ב-2013. בתוך מסגרת מותאמת ברמה הגלובלית, כל חברה וחברה בקבוצת שטראוס התאימה את הסקר לצרכים הארגוניים הספציפיים, תוך שמירה על ליבה משותפת לרוחב הקבוצה. האלמנטים

המשותפים כללו 15 שאלות ספציפיות זהות ששאלנו את העובדים שלנו בכל העולם, ובתוך שאלות אלו כללנו את נושאי האחריות החברתית והאתיקה העסקית. בסך הכל, ב-2013 זכינו לשיעור היענות של 84%, כש-5,634 עובדים השתתפו בסקר מתוך 6,646 שהוזמנו. בסך הכל מצאנו שציוני מעורבות העובדים בחברות השונות נעו בין 75% ל-92%, תוצאה שהיא באופן כללי חיובית על פי כל אמת מידה, אך כזו שמשאירה אותנו שואפים להצליח עוד יותר.

התחומים שזכו לתשובות החיוביות ביותר כוללים את הביצועים שלנו בשיפור איכות החיים של הצרכנים שלנו ואת היותנו חברה אחראית מבחינה חברתית. שלוש התוצאות הטובות

ביותר מראות ש-90% או יותר מהעובדים שלנו מאמינים ש –

- המוצרים שלנו מוסיפים ערך לאיכות חייהם של הצרכנים
- החברה שלנו היא אחראית מבחינה חברתית
- סביבת העבודה שלנו נטולה הטרדות

התחומים בהם זכינו לתוצאות פחות טובות הם הנעה למצוינות אישית ומנהיגות.

בסך הכל מצאנו שציוני מעורבות העובדים בחברות השונות נעו בין 75% ל-92%



מנהיגות, פיתוח והדרכה

ב-2013 עשינו את הצעדים הראשונים לקראת יישום, בתהליכים ארגוניים בכלל חברות הקבוצה, של המודל החדש שלנו למנהיגות ויכולות ליבה – מודל MOVE (באנגלית, ראשי התיבות של המילים "Me, Others, Vision, Execution" – "אני, אחרים, חזון, ביצוע"). אנחנו צופים שהשימוש במודל זה יסייע לנו להרחיב את עתודת המנהיגות שלנו בשנים הקרובות.

הדרכה

אנחנו מעבירים הדרכות פורמליות במגוון מתכונות כדי לסייע לעובדים לשפר את הידע והיכולות שלהם כחלק מתכניות הפיתוח הכלליות שהוגדרו במהלך הערכת הביצועים השנתית. ההדרכות מכוונות לתת מענה לצרכים מקצועיים ולהזדמנויות לפיתוח אישי כדי לעזור לעובדים לעשות את מה שהם מיטיבים לעשות,



טוב עוד יותר. ב-2013 השקנו מערכת ממוחשבת לניהול הלימוד עבור עובדי המשרדים בשטראוס ישראל, שמקיפה נושאים בתחום האחריות החברתית כולל מניעת הטרדה מינית, הקוד האתי, בטיחות בעבודה, אבטחת מידע ועוד. לאחר השלמת המודל, העובדים נדרשים לאשר את הבנתם במבחן קצר. עד כה, 1,500 עובדים השלימו את התכנית. בסך הכל, ב-2013 השקענו למעלה מ-190,000 שעות הדרכה ליותר מ-10,000 עובדים בכל הדרגים.

כישורי עבודה בסביבה ממוכנת: תחום נוסף בו השקענו רבות במטרה לשפר את יכולותיהם של העובדים שלנו הוא הסתגלות לסביבת עבודה ממוכנת. המיכון מחייב כישורים ויכולות שונים אצל מפעילים בייצור ועובדי תחזוקה, והמעבר הוא רחוק מלהיות פשוט. במקום לפטר עובדים עם הכנסת טכנולוגיות חדשות, אנחנו מאמינים ביכולת העובדים להסתגל לשינויים, ועם הדרכה מתאימה, לעבוד עם צוותי הייצור כדי להשיג תוצאות מצוינות עבור הצרכנים שלנו.

בסך הכל, ב-2013 השקענו למעלה מ-190,000 שעות הדרכה ליותר מ-10,000 עובדים בכל הדרגים.

בריאות, בטיחות ורווחה

אנחנו מחויבים לספק סביבת עבודה בטוחה ובריאה, ושואפים לשפר את הביצועים שלנו כל העת. אנחנו מעסיקים ממוני בטיחות מוסמכים בכל האתרים שלנו, אשר מקיימים הדרכות וסדנאות בנושאי בטיחות בכל חלקי העסק. בחלק מהמדינות כמו ישראל, רומניה ופולין, יישמנו את תקן OHSAS 18001, תקן איכות מוכר בניהול בטיחות. אנחנו עורכים ביקורות בטיחות באופן קבוע, מזהים סכנות ונוקטים בפעולות מתקנות. בנוסף, אנחנו פועלים למניעת סיכונים בריאותיים לעובדים, ותכנית הבטיחות שלנו כוללת חינוך והדרכה בנושאי בריאות. בחלק מהאתרים שלנו אנחנו מעסיקים רופא שנותן שירותים רפואיים ועצות לעובדים. תשומת הלב לבטיחות כוללת גם בטיחות בדרכים לעובדים שלנו בתפקידי מכירה המצריכים נסיעות רבות, וכן הטמעת תרבות נהיגה בטוחה עבור אותם עובדים שמגיעים לעבודה ברכב. במקרים בהם אנחנו מעמידים רכב חברה לרשות העובד, כלי הרכב מצוידים בציוד ואביזרי בטיחות ברמה הגבוהה ביותר. ב-2013 השקענו מעל ל-6 מיליון ש"ח בציוד ובכלים בפעילויות שלנו במדינות השונות על מנת שסביבת העבודה תהיה בטוחה יותר עבור כלל העובדים שלנו.

הרחבת ניהול הבטיחות

ב-2013 הרחבנו את תכנית הבטיחות החדשה שלנו לשמונה המפעלים שלנו בארץ. התכנית מבוססת על מעורבות ישירה של ההנהלה בבטיחות, כשהמנהלים עורכים סיורים יומיים במפעלים ברוטציה. בזמן הסיורים, המנהלים

-0.47%

ב-2013 שיעור הפציעות הכולל שלנו ל-100 עובדים צומצם ב-0.47% - ירידה של 65 תאונות שגרמו לאבדן ימי עבודה.

-16.94%

ב-2013 מספר ימי העבודה שהופסדו כתוצאה מפציעות בעבודה צומצם ב-16.94% - ירידה של 1,932 ימי עבודה אבודים.

בוחנים את פרקטיקות הייצור, משוחחים עם העובדים ורושמים לעצמם פעולות לשיפור הבטיחות לשם מעקב. זוהי פרקטיקה בסגנון "gemba" שמקורה בעקרונות יפניים לניהול רזה. בנוסף, יישמנו הסמכה למנהלים על פי תקן עבודה סטנדרטית ל-"gemba". ב-2013 הוסמכו 47 מנהלים במפעל שלנו באחיהוד, והם משלבים את העובדים במטרה לשפר את הבטיחות כחלק משגרת עבודתם. אנו מאמינים שגישה זו תרמה לשיפור מובהק בביצועי הבטיחות שלנו בשטראוס ישראל ב-2013 - ירידה של 29% בפציעות הגורמות לאבדן ימי עבודה, וירידה של 17% במספר הימים שהופסדו.

ביצועי הבטיחות שלנו

בסך הכל, שיעור הפציעות שלנו ל-100 עובדים ברמת הקבוצה ב-2013 עמד על 4.46 פציעות ל-100 עובדים. היעד האסטרטגי שלנו הוא להפחית את שיעור הפציעות הגורמות לאבדן

ימי עבודה אל מתחת ל-3 פציעות ל-100 עובדים. ב-2013 השתפרנו מעט, עם ירידה מ-4.93 פציעות ב-2012 הודות להשקעה המתמשכת שלנו בצמצום סיכונים בטיחותיים ושיפור הפרקטיקה. אנו מצטערים לדווח שב-2013 אחד העובדים במפעל שלנו בברזיל נהרג בתאונת דרכים בדרכו חזרה הביתה מן העבודה.

ארגונומיה

ב-2013 המשכנו להשקיע בשיפור הארגונומיה במקום העבודה במטרה לשפר את תנאי העבודה, למנוע סיכונים תעסוקתיים ולשפר את היעילות. יזמנו תכנית פרו-אקטיבית לשיפור הארגונומיה, אשר כללה הדרכה נרחבת ופיתוח מיומנויות עבור 25 אנשים שמונו כמומחים לארגונומיה. ביצענו הערכת סיכונים ביחס לארגונומיה באתרים השונים שלנו, ובחלק מהם השלמנו עיצוב מחדש של תחנות העבודה בהתאם לעקרונות ארגונומיים.



גיוון בכל מה שאנחנו עושים

מיקוד	מטרות אסטרטגיות	היבטים	אינדיקטורים
• גיוון מוצרי	• הגברת הרכש מספקים מגוונים	• גיוון ושוויון הזדמנויות	G4-LA12,
• שוויון הזדמנויות בעבודה	• (בבעלות נשים), כך שיהווה לפחות 10% מסה"כ הוצאות הרכש עד 2020.	• תגמול שווה	G4-SO1,
• גיוון ספקים	• 50% נשים במשרות ניהול עד סוף 2020.	• לנשים וגברים	G4-EC9,
• בפרקטיקות רכש	• השקת מוצרים לאוכלוסיות עם צרכי בריאות	• קהילות מקומיות	G4-LA13
• קידום נשים בקהילה	• שונים (סוכרתיים, חולי צליאק, עודף משקל, מחלות לב) בעשרת המותגים המובילים, עד 2020.	• פרקטיקות רכש	

חדשנות והזדמנויות

הגיוון הוא ערך מרכזי בצורת העבודה שלנו, ותרבות מכילה מועילה לכל מי שאנחנו נוגעים בו. לא מדובר רק באנשים בארגון – הגיוון משולב בכל היבטי העסקים ואסטרטגית הקיימות שלנו.

קבוצת שטראוס: היקף הגיוון וההכלה

עובדים	צרכנים	קהילה וסביבה
קידום נשים בתפקידי ניהול • גיוס מאוכלוסיות מגוונות • תגמול הוגן ושווה • הערכה לגיל ולניסיון • שוויון הזדמנויות • תרבות מכילה • הזדמנויות פיתוח לכולם	מוצרים מגוונים העונים לצרכים בריאותיים • גודל אריזה ומנות • נגישות והפצה • מעורבות עם צרכנים מגוונים • טעמים והעדפות מקומיים • מגוון מוצרים העונים לצרכים שונים • דרישות תזונתיות על רקע דת • כבוד לתרבויות צריכה שונות	עבודה עם עסקים בבעלות נשים • כבוד לגיוון שבסביבה הטבעית • העצמת קהילות • שותפים עסקיים מגוונים • תמיכה במטרות קהילתיות מכילות • קידום עסקים קטנים • הבנת צרכי הקהילה המקומית • תמיכה במדיניות ציבורית מכילה • השקעה בנשים שבקהילה



מתכננים את העתיד

”אחרי שהשתתפתי בהדרכה במסגרת תכנית ”מתכננים עתיד“, הבנתי שאני צריכה, בפעם הראשונה בחיי, להיפגש עם יועץ פנסיוני כדי ללמוד על הזכויות שלי ומה אני יכולה לעשות כדי לשפר את תנאי קרן הפנסיה שלי ואת הביצועים שלה. היום יש לי פוליסה מעודכנת, משופרת וכדאית יותר, שאני יודעת שהיא תהיה חשובה לי ולמשפחה שלי בעתיד.”

ליאת אלרון

מחלקת הדרכה ולמידה, שטראוס ישראל

אנחנו שואפים לתת לעובדים שלנו את תכניות הפנסיה הטובות ביותר בשוק הישראלי. בנוסף, אנחנו סבורים שחשוב שהעובדים יבינו איך להפיק את המירב מהתכניות הפרטניות שלהם בהתאם לנסיבות האישיות שלהם, היות שהרגולציה בארץ מונעת מהמעסיק להשפיע על הדרך בה העובדים קובעים תכניות פנסיה עתידיות. על כן, ב-2013 השקנו את יוזמת ”תכנון לעתיד“ במטרה לחנך את העובדים בנוגע לתנאים הפנסיוניים שלהם ולתת להם כלים להיטיב ולהבין אותם, לעקוב אחרי ההיבטים הכספיים של התכניות, ולקחת בעלות על יצירת תכניות פנסיה מיטביות עבורם ועבור

משפחותיהם. תכנית ”תכנון לעתיד“ כללה הדרכות שהועברו על ידי מחלקת משאבי אנוש של הקבוצה ומומחים חיצוניים, שנתמכו על ידי הצעת מפגש אישי לכל עובד עם יועץ פנסיוני. במפגשים אלו, העובדים יכלו לשנות את תנאי תכניות הפנסיה שלהם ואת החלופות לחיסכון באופן הנותן מענה מיטבי לצרכיהם האישיים. 1,100 עובדים משבעה אתרים של שטראוס ישראל השתתפו בהדרכות, ו-270 מהם (25% מהעובדים שקיבלו הדרכה) השתתפו במפגשי ייעוץ אישיים. התכנית ממשיכה לרוץ במטרה להגיע לכל עובדי שטראוס ישראל עד סוף 2014.

הגנה על העובדים בזמני מעבר ושינוי

ב-2013, לאחר שישים שנות פעילות, סגרנו את מפעל הקפה שלנו בצפת. בתחילת התהליך לקחנו החלטה ש-50 העובדים שהועסקו במפעל יהיו מוגנים. בפועל, הודענו לכל העובדים על השינוי ששה חודשים מראש בכדי לאפשר להם זמן לשקול את העתיד שלהם. לעובדים הוצעה עבודה חלופית באתרים אחרים של שטראוס בישראל, כולל עזרה במעבר למקום החדש, ולאחרים הוצעו תכניות פרישה נדיבות. במועד סגירת המפעל, כל העובדים השלימו את המעבר בהצלחה, ללא כל מקרי פיטורין.

תנאים נלווים ותגמול

אנחנו שואפים להעניק לכלל העובדים שלנו חבילות תגמול ותנאים נלווים אשר תואמות את המקובל בשוק המקומי במדינות השונות בהן אנו פועלים. כמו בכל שנה, ב-2013 עקבנו אחרי תפקוד חבילות התגמול שלנו בתנאים הכלכליים המקומיים ברחבי העולם, וערכנו התאמות על מנת לוודא שאנחנו נשארים תחרותיים.

ב-2013 הושגה התקדמות משמעותית בפעולות בהן נקטנו על מנת לסייע לעובדים שלנו בשטראוס ישראל לחשוב קדימה ולתכנן את יציאתם לפנסיה. כמעסיק אחראי אנחנו רוצים שהעובדים שלנו ישפרו את חייהם בעתיד על ידי תכנון מוקדם, באופן מושכל ושקול. סקר שערכה הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה בשנת 2012 הצביע על-36% מהאוכלוסייה הישראלית מעל גיל 20 אין תכנית פנסיה, וכי מבין אלו שיש להם תכנית, 62% אינם יודעים מהו הסכום שיקבלו עם יציאתם לפנסיה או את אופן חישובו.

אנחנו שואפים ליצור השפעות חיוביות דרך גישה מגוונת ומכילה בפעילות שלנו. אולם, היות שגיוון הוא בעל היקף רחב מאד, בחרנו להתמקד בשלושה תחומים מרכזיים התומכים באסטרטגיית הקיימות שלנו לשנת 2020:

עובדים: קידום נשים בתפקידי ניהול
צרכנים: פיתוח מוצרים נוספים לתמיכה בצרכים בריאותיים ותזונתיים מגוונים
קהילה וסביבה: קידום גיוון ספקים, התמקדות בעסקים בבעלות נשים ובאופן כללי, תמיכה בקידומן של נשים בקהילות שלנו.

על פי מחקרים של מכון גאלופ, ארגונים בעלי תרבות מכילה מצליחים יותר מאלה אשר אינם מכילים, ומשיגים שביעות רצון לקוחות גבוהה ב-39%, פרויקט גבוה ב-22% ורווחיות גבוהה ב-27%. ארגון בריא הוא זה שחובק אנשים ונקודות השקפה מגוונים.

מאסטרטגיה לפעולה מוצרים העונים על צרכים מגוונים

אנחנו שואפים להנגיש את המוצרים שלנו לאוכלוסיות מגוונות, כולל מתן פתרונות לאנשים עם צרכים דתיים או תזונתיים ספציפיים, או צרכים הנובעים מאורח חיים



בריא. ההיצע שלנו כולל מוצרים ללא גלוקטן, מוצרים המתאימים לחולי סוכרת, או מוצרים כשרים למהדרין על פי הסטנדרטים המחמירים ביותר. לדוגמה, ב-2013 הסבנו את מפעל הסלטים הטריים שלנו בכרמיאל לייצור גולות גלוקטן לחלוטין ואף הוצאנו את הגולות מהמוצרים במוצג שלנו, תפוציפס. בשני המקרים זכינו באישורי "מזון ללא גלוקטן" ועל ידי כך, הגדלנו את מספר הצרכנים אשר יכולים ליהנות מהמוצרים שלנו תוך בחירה בחלופות בריאות המתאימות להם.

בכדי להבטיח שקהילות הצרכנים המגוונות שלנו מודעות למוצרים אותם אנו מייצרים עבורן, אנחנו עושים שימוש בפלטפורמות שיווקיות שונות עם קמפיינים אשר פוגשים כל קבוצת אוכלוסייה במקום בו היא נמצאת, מדברים עמה בשפה שלה, ומכבדים את הערכים והתרבות שלה.

עובדים עם הקהילה החרדית בישראל

כ-11% מהצרכנים בארץ דורשים מוצרים כשרים למהדרין, וקהילה זו צפויה בשנים הבאות להגיע לכדי 18% מהאוכלוסייה. שטראוס היא המפרסמת הגדולה ביותר במגזר החרדי בארץ. הפרסום לקהילה זו נדרש לקיים שיטות ושפה ספציפיות ולהשתמש בערוצי הרדיו, שלטי החוצות והעיתונות, היות שפרסום בטלוויזיה ובאינטרנט אינו מגיע לצרכנים אלה.

ב-2013 המחלבה הגדולה שלנו בישראל זכתה לתעודת כשרות למהדרין, הנדרשת על ידי הקהילה החרדית. בפועל, בשלוש השנים האחרונות שילשנו את מספר המוצרים שלנו שהם כשרים למהדרין ומשווקים תחת המותג "מגדים".

עובדים עם הקהילה הערבית בישראל

הצרכנים הערבים מהווים חמישית מכלל הצרכנים בארץ. על הפרסום לקהילה זו לקחת בחשבון את העדפויות הספציפיות וכן את השפה הערבית, ואנחנו מעסיקים משרד פרסום אשר מתמחה בקהילה זו בכדי להבטיח מתן מענה לצרכים שלה.

יוזמה שיווקית שלנו לנשים ערביות שהונהגה לאחרונה התבססה על המנהג המשתנה של שימוש בשוקולד באפייה. בקהילה הערבית כישורי הבישול מועברים מהאמהות לבנות, כולל

ההכנה המסורתית של ממתקים תוך שימוש באבקת קקאו במקום שוקולד. בשנים האחרונות נשים ערביות מגלות עניין גובר בהרחבת האופקים שלהן ובוחנות דרכים שונות להכנת אוכל. סלמה פיומי הגיעה לשלב הגמר של התכנית "מאסטר שף". שכרנו את שירותיה כדי להראות לנשים ערביות איך השימוש בשוקולד במקום באבקת קקאו יכול לשדרג את העוגות שלהן, ואף לימדן את הבישול המסורתי שלהן. היוזמה השיווקית עשתה שימוש בפלטפורמה דיגיטלית מודרנית בהתאמה להעדפת הקהילה הערבית לתוכן מקוון על פני טלוויזיה, וכללה עמוד נחיתה עם קליפים קצרים של בישול עם



מגמות מזון

"בעודה נאמנה לערכים ולמנהגים המסורתיים, הקהילה הערבית הופכת למודרנית יותר בהשקפותיה ומחפשת חדשנות והתנסויות חדשות."

פדול מזאוי

מנכ"ל, מזאוי פרסומאים

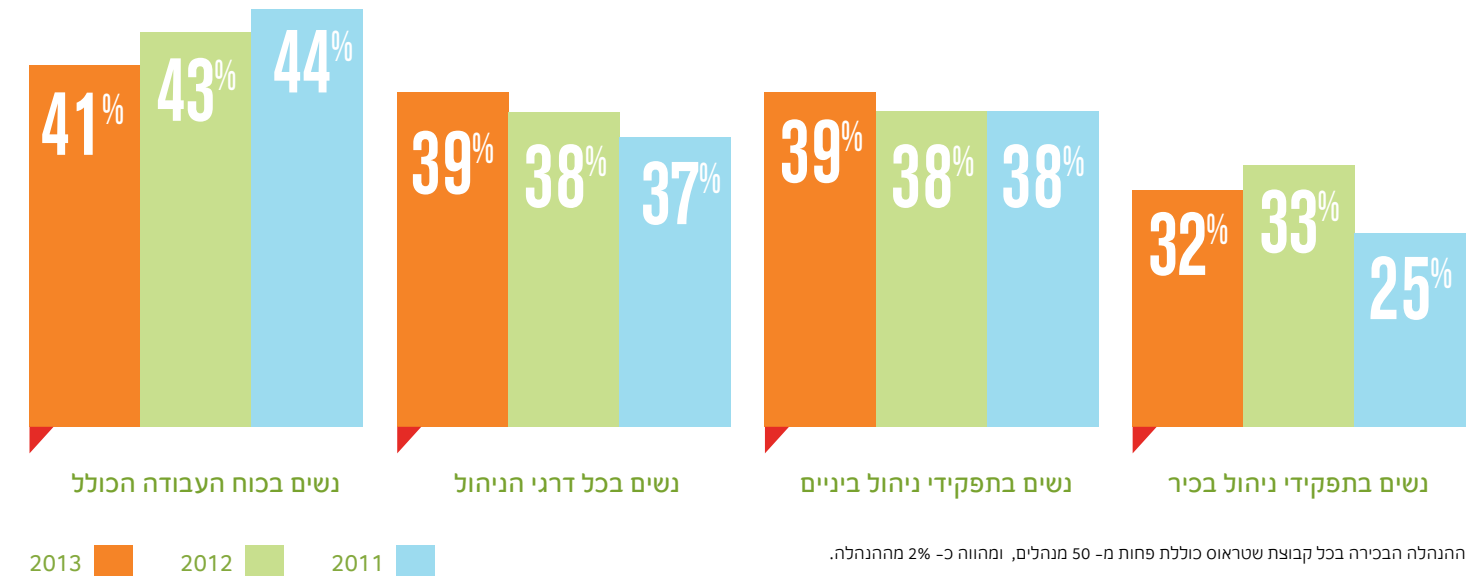
סלמה ושיתוף מתכונים הגולשים. הקמפיין זכה לעשרות אלפי צפיות בקליפים של המתכונים, ומאות נשים שיתפו אחרות במתכונים שלהן בתקופת הקמפיין.

שוויון הזדמנויות בתעסוקה

התרבות שלנו בשטראוס היא תרבות של הכלה, ואנחנו מקדמים בברכה עובדים מכל רקע ומעודדים גיוון. אנחנו שמים דגש מיוחד על ההבטחה שלנשים תהיה הזדמנות שווה להצטרף לשורותינו ולהתקדם לדרגים הגבוהים ביותר. אנחנו מאמינים שיש בכך תרומה חברתית וכלכלית חשובה, והדבר אף מסייע לנו לנהל את העסקים שלנו באפקטיביות רבה יותר.



נשים בקבוצת שטראוס 2011-2013



ב-2012 השקנו תכנית גלובלית בעלת יעד חזוני של יצירת איזון מגדרי בדרגי הניהול שלנו, עם יעד של 50% נשים בתפקידי ניהול עד שנת 2015. יצרנו תשתיות ליישום תהליכים למען מקום עבודה מכיל, עם דגש על נשים. התהליכים כוללים קביעת מטרות ויעדים, הקמת צוותי היגוי והעלאת המודעות לנושא בקרב כל המנהלים והעובדים בכל אחת מחמש החברות שבקבוצת שטראוס. ביצועים בתחום השוויון המגדרי גם משתקפים בתגמול המנהלים הבכירים. המשכנו במאמצנו ב-2013.

חלק מהתחומים הספציפיים בהם אנו עוסקים כוללים אמצעים להבטחת הכללתן של נשים בתכנית שלנו לפיתוח מנהלים בעלי פוטנציאל גבוה ובחינת תהליכי העבודה שלנו יחד עם חברות גיוס והשמה חיצוניות על מנת ליישם עקרונות לגיוס אפקטיבי של נשים. גם ב-2013 ניתחנו את העובדים החדשים, קידומים ופרישות

במטרה לקבוע מתאם בין מגדר, בכירות והיבטים אחרים הקשורים לפיתוח נשים בקבוצת שטראוס. ניתוח זה מסייע לנו בזיהוי הזדמנויות לשיפור האיזון המגדרי.

בינתיים אנחנו מתקדמים, כשב-2013 נשים מייצגות 41% מכוח העבודה הגלובלי שלנו ו-39% מדרגי הניהול.

שטראוס מים - הזדמנות לתעסוקה מגוונת

ב-2013 שטראוס מים הקימה מוקד טלפוני חדש בכדי לטפל בדרישה הגוברת לתמיכת לקוחות כחלק מעסק צומח. זיהינו הזדמנות ליצור תעסוקה לקבוצת אוכלוסייה הסובלת מתת ייצוג בכוח העבודה בארץ. שטראוס מים התקשרה עם יחידה ייעודית בחברת מנפאואר בראשית, המספקת שירותי מוקד טלפוני במיקור חוץ ומעסיקה נשים מהקהילה החרדית. נשים

אלו סובלות מתת ייצוג בכוח העבודה. נתונים מהשנים האחרונות מראים ש-62% מהנשים החרדיות מועסקות, בהשוואה ל-80% מהנשים באוכלוסייה הכללית. העסקתן של נשים חרדיות מחייבת התייחסות לצרכים ייחודיים על מנת להתחשב בדרישות הדת ואורח החיים. בהיותנו קשובים לצרכיהן, אנחנו מרוויחים את התועלות שבגישתנו המכילה. כיום, המוקד הטלפוני שלנו במיקור חוץ מעסיק 65 נשים, נותן מענה ליותר מ-2,000 פניות לקוחות מדי יום וזוכה לשיעור של 91% בשביעות רצון על סמך סקר לקוחות שנערך בינואר 2014. הניסיון שלנו מראה שניתן ליצור התאמה מלאה בין הצרכים העסקיים למטרות בתחום האחריות החברתית.

עבודה עם עסקים בבעלות נשים

ב-2013 ביצענו מיפוי של למעלה מ-2,500 ספקים של שטראוס ישראל, במטרה להבין היכן אנחנו עומדים מבחינת רכש מעסקים בבעלות נשים. גילינו ש-9% מהספקים שלנו הם עסקים בבעלות נשים. בכוונתנו להרחיב את הבנתנו בנוגע להתקשרות שלנו עם עסקים בבעלות נשים ברמה הגלובלית ולא רק בישראל, ולהגדיל באופן משמעותי את אחוז הוצאות הרכש שלנו אצל חברות אלה.

לעיתים קרובות, עסקים בבעלות נשים הם גם עסקים קטנים וממלאים תפקיד משמעותי באינטגרציה ובהעצמת הקהילה המקומית. תמיכה בעסקים בבעלות נשים יוצרת "אפקט אדווה", אשר יוצר קהילות בריאות יותר

"שטראוס סיפקה ידע בתהליכים עסקיים ובתהליכי ייצור, עזרה לנו לשדרג את הייצור שלנו וליישם את הפרקטיקות הטובות ביותר בייצור ובאבטחת איכות."

אתי שלומי
בעלים, מאפית אורן משי



כשותפה פוטנציאלית בעלת ניסיון בייצור פיתות בתהליך מיוחד באמצעות קו ייצור ייחודי שבבעלותה. השותפות האסטרטגית ארוכת הטווח שהקמנו עם אורן משי כוללת פיתוח מוצרים משותף ושיתוף ידע. מאז החלה לעבוד עם שטראוס, מאפית אורן משי הגדילה את מצבת העובדים שלה ביותר מפי שניים וזכתה להתקשרויות עם לקוחות חדשים.

מוצר חדש ממאפיה בבעלות אישה

ב-2013 שטראוס ישראל השיקה מוצר ייחודי, פיתה קראנק', סוג חדש של חטיפי פיתה אפויים. המוצר הוא תולדה של מאמץ משותף של חטיבת המלוחים שלנו ומאפית "אורן משי" מאשקלון. שיתוף הפעולה החל בינואר 2013 כאשר שטראוס זיהתה את מאפית אורן משי

קידום נשים ועסקים בקהילה שלנו

בנוסף לקידום נשים כעובדות וכשותפות, אנחנו גם תומכים בקהילת העסקים הנשית ומשקיעים משאבים היכן שהם דרושים ביותר.

מלגות לקידום נשים בישראל

ב-2012 קבוצת שטראוס יזמה תכנית מלגות לקידום נשים בישראל על שם הילדה שטראוס, מייסדת קבוצת שטראוס. התכנית תומכת בנשים בישראל, בעיקר באלו מקבוצות מודרות וקבוצות מיעוטים. המלגות הן להשכלה גבוהה ובכך מעצימות נשים להפוך למנהיגות בקהילות שלהן. ב-2013 קבוצת שטראוס חילקה מלגות זו השנה השנייה והעניקה 90,000 ש"ח ל-16 נשים צעירות מהקהילה האתיופית, הבדואית והחרדית. מרבית הזוכות הן הראשונות או

נשים בעסקים

היחידות במשפחותיהן לזכות בתואר אקדמאי, כך שלמלגות שלנו הפוטנציאל לשפר את חייהן באופן ניכר.

פורום יסמין לנשים בעלות עסקים

ב-2013 השקנו את פורום יסמין לנשים בעלות עסקים, אשר יוצר הזדמנויות ללמוד מהידע ומהניסיון של נשים המובילות עסקים מצליחים ברמה הגלובלית. הפורום מארגן מפגשים כדי שחברות הארגון יוכלו להיפגש עם מנהלות עסקיות מכל העולם, תוך יצירת קהילה מקומית של נשים בעלות עסקים לתמיכה הדדית במגוון דרכים. קבוצת שטראוס חברה ליסמין לקידום יזמות נשית ולסייע לנשות עסקים יהודיות וערביות בארץ לממש את הפוטנציאל הכלכלי שלהן. עפרה שטראוס, יו"ר קבוצת שטראוס, מכהנת כנשיאת פורום יסמין.

שותפים למיזם קטליסט

אנחנו ממשיכים לקדם את הגיוון המגדרי באמצעות השותפות שלנו עם קטליסט, ארגון ללא מטרות רווח שבסיסו בארה"ב ואשר פועל בשיתוף עם חברות ועסקים במטרה לקדם מקומות עבודה המעניקים ומפתחים הזדמנויות לנשים. השותפים במפקד קטליסט ברחבי העולם עוקבים אחר ייצוג נשים בדירקטוריונים ובתפקידי ניהול בכירים תוך שימוש במתודולוגיה שפיתח הארגון. קבוצת שטראוס ושדולת הנשים בישראל הן שותפות למפקד קטליסט בארץ מאז 2010. ב-2013 ערכנו את המפקד בפעם הרביעית ליצירת תמונת מצב עדכנית של נשים בהנהלות הבכורות ובדירקטוריונים בחברות הציבוריות הנסחרות במדד ת"א 100.

יו"ר דירקטוריון - מדד ת"א 100

מנכ"ליות - מדד ת"א 100

נשים בדירקטוריון - מדד ת"א 100

נשים בהנהלות - מדד ת"א 100

נשים בתפקידים ניהוליים במשק

נשים בכוח העבודה במשק

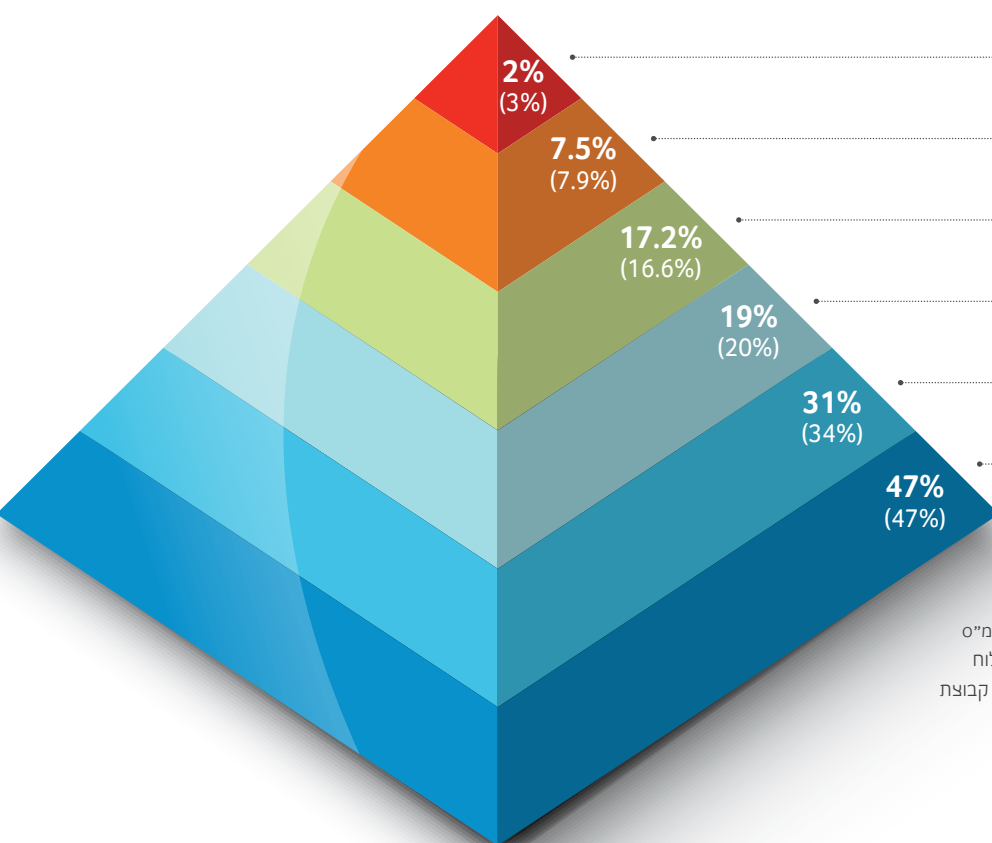
פירמידת המפקד* - סטטוס הנשים בכוח העבודה בישראל לשנת 2013, השוואה לשנת 2012 (הנתונים בסוגריים)

* נתוני שיעור נשים בכוח העבודה לקוח מלוח 12.20 בשנתון הסטטיסטי לשנת 2013 בלמ"ס - מועסקים לפי מעמד בעבודה ומין. נתוני שיעור הנשים בתפקידים ניהוליים לקוח מלוח 12.18 בשנתון הסטטיסטי לשנת 2013 בלמ"ס - מועסקים ושכירים לפי משלח יד, קבוצת אוכלוסייה ומין.

המפקד לשנת 2013 מראה שהמגזר העסקי בישראל טרם מימש במלואו את התועלות שבקידום נשים בתפקידי ניהול. הדבר מצער, משום שכפי שהמחקרים הוכיחו, קיימת קורלציה בין נשים בתפקידים בכירים לבין צמיחה כלכלית. בישראל, מחכה לנו עדיין עבודה רבה.



מקור: קטליסט ישראל, 2013





שרשרת אספקה אחראית

מיקוד	מטרות אסטרטגיות	היבטים	אינדיקטורים
• אחריות בבחירת חומרי גלם • מחויבות ספקים לקיימות	• הגדלת הרכש ממקורות ברי קיימא ב 15% עד סוף 2020 (2012 כשנת בסיס), עבור חומרי הגלם העיקריים של הקבוצה.	• פרקטיקות רכש	FP1, FP2

ניהול סיכונים חברתיים וסביבתיים בשרשרת האספקה שלנו

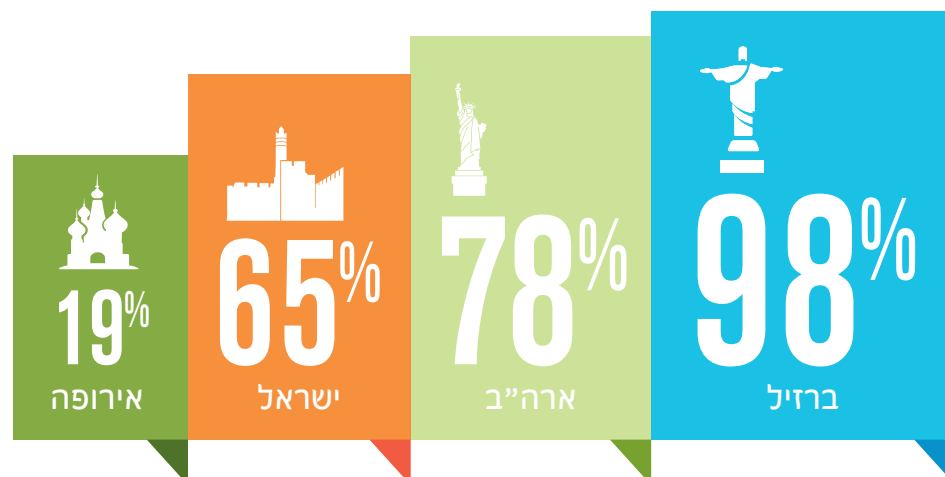
קיום שרשרת אספקה אחראית חשוב לעסקים שלנו ולמחזיקי העניין שלנו, משום שהדבר מאפשר לנו לשמור על רציפות עסקית ולצמצם סיכונים חברתיים וסביבתיים

פוטנציאליים, ובנוסף, מסייע לנו להתייחס כראוי לדאגה של מחזיקי העניין לזכויות אדם ולאחריות סביבתית. בעולם שקוף, הפעולות בהן אנו נוקטים לאורך שרשרת האספקה שלנו נבדקות בקפדנות על ידי מחזיקי העניין שלנו, כולל צרכנים אשר מצפים שנקיים סטנדרטים עסקיים אתיים ואחראיים. כמי שרוכשים רכיבים ממגוון ספקים בעולם כולו, עלינו להיות בטוחים שנוכל להרגיע את מחזיקי העניין שלנו, שאנחנו דבקים בסטנדרטים ברי קיימא.

מאסטרטגיה לפעולה

שרשרת האספקה הגלובלית שלנו מורכבת מכ- 13,860 ספקים, אשר מספקים לנו סחורות ושירותים בערך כולל של 6.6 מיליארד ש"ח. אנחנו שואפים לקיים מערכות יחסים ארוכות טווח עם ספקים מרכזיים לתועלת שני הצדדים, ואנחנו מעריכים את מאמציהם לתמוך בעסקים שלנו. היכן שמתאפשר, אנחנו מתקשרים עם ספקים מקומיים, דבר שהוא הגיוני מבחינה כלכלית ומחזק את ההתפתחות הכלכלית המקומית תוך עידוד גיוון בשרשרת האספקה

אחוז מתקציב הרכש שהוצא על ספקים מקומיים, 2013



52% סה"כ

שלנו - מרכיב אסטרטגי בגישתנו לאחריות חברתית. ב-2013, 52% מהוצאות הרכש הכוללות שלנו הוצאו על סחורות ושירותים שנרכשו באופן מקומי.

מחויבות ספקים לקיימות

מעבר למשולש איכות - מחיר - שירות, אנחנו מצפים מהספקים שלנו לתמוך בערכים שלנו ולקיים את האמנה החברתית שלנו. האמנה, שפותחה ב-2011 עבור שטראוס ישראל, מבקשת מהספקים לאמץ את אותם סטנדרטים גבוהים של אחריות חברתית כפי שנהוגים בקבוצת שטראוס. חתימה על האמנה

החברתית שלנו היא תנאי להתקשרות עם כל ספק חדש. ב-2013, 44% מספקינו בארץ היו חתומים על האמנה, כולל כל הספקים החדשים עמם התקשרנו בשנים 2011-2013. בנוסף, ב-2013 עדכנו את אמנת הספקים על מנת לשקף מחויבות איתנה יותר מצד הספקים, כולל התחייבות לדווח על הפרות אתיות לממונה האתיקה בשטראוס או דרך הקו החם שלנו.

ב-2013 המשכנו ליישם את התכנית שלנו להערכת ספקים, אשר פותחה ב-2012. התהליך כולל הערכה מלאה של הפעילות של כל ספק וספק, כולל איכות, תמחור, יחס עלות-

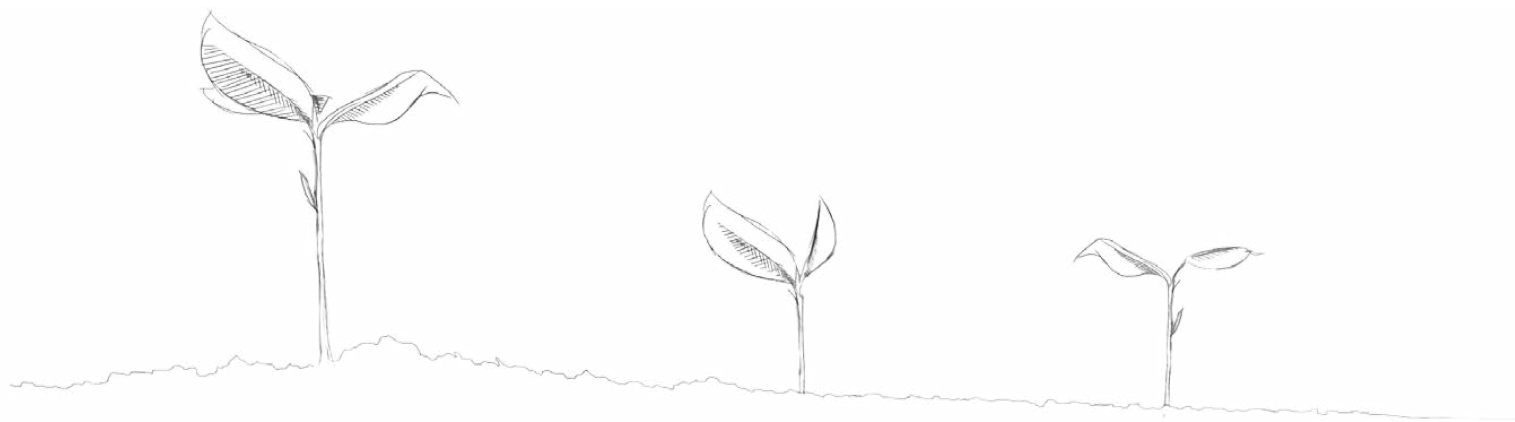
תועלת, לוגיסטיקה, שקיפות וחדשנות, ומתן משוב לספק תוך כדי עבודה משותפת לשיפור יעילות ואמינות שרשרת האספקה בתנאים המשתנים תדיר. במשך 2013 ביצענו הערכה ל- 40 ספקים.

רכש בר קיימא של רכיבים מרכזיים

קפה

שטראוס קפה הצטרפה לארגון 4C בשנת 2007, והמיזם המשותף שלנו בברזיל, Trés Corações, הצטרף ב-2010. מאז תחילת חברתנו בארגון, שטראוס קפה רכשה 17,000 טון קפה מאושר על ידי 4C. ב-2013, קפה בר קיימא מאושר על ידי הארגון היווה למעלה מ-6% מרכש הקפה הכולל של הפעילויות שלנו באירופה ובישראל.

4C הוא ארגון מרובה מחזיקי עניין, המחויב לטיפול בנושאי קיימות בשוק הקפה העולמי. לארגון קוד אתי הקובע קריטריונים בסיסיים לרכש וייצור ברי קיימא. עקרונות מפתח בקוד, בין היתר, הם מיגור עבודת ילדים ועבדות, יישום פרקטיקות חקלאיות נאותות, תמיכה בהצלחה כלכלית כמו גם שוויון זכויות ביחס למגדר ולחינוך.



קיצוניים עם רוחות חזקות, טמפרטורות נמוכות ופי 4 מכמות הגשם הממוצעת לחודש דצמבר כולו, בחמישה ימים בלבד. כ-50% מהתוצרת החקלאית במרכז הארץ ניזוקה, והתוצאה הייתה הפסדים העולים של 50 מיליון ש"ח שנגרמו לכ-2,000 משקים. באזור שבו שטראוס ישראל קונה חסה, קרוב ל-90% מיבולי החסה ניזוקו כתוצאה מהסערה או עקב עיכובים במערכות הובלה. התמיכה שלנו במגדלים במשך התקופה האמורה על ידי מתן עזרה בקטיפה ובהפצה של חסות שהונצלו לקונים שונים הייתה קריטית עבורם על מנת לשמור על רציפות עסקית. בנוסף, במשך תקופה זו הצרכנים שלנו יכלו להמשיך וליהנות מתוצרת החסה הטרייה שלנו כמעט ללא שיבושים.

במטרה לתמוך בביקושים הגוברים הכנסנו זן שלישי של גרגרי חומוס בנוסף על שני הזנים בהם השתמשנו עד כה. אנחנו בוחרים את הזנים בהם אנחנו משתמשים על סמך החסינות שלהם בפני מחלות והערך המהימן שהם מביאים למגדלים. הכנסת זן חדש מחייבת את התאמת תהליך ייצור החומוס שלנו עקב הבדלים קלים בין הזנים. אולם, הזן השלישי שלנו תורם להגנה על הצרכנים והמגדלים שלנו מפני שיבושים בשוק, שינויים בתנאי מזג האוויר ומשתנים חקלאיים נוספים.

הבטחת רצף אספקה

דוגמא לבעיה כזו הייתה עלולה לפגוע באופן חמור באספקת החסה שלנו ב-2013. בדצמבר חוונו בארץ חמישה ימים של תנאי מזג אוויר

שטראוס ישראל - עבודה עם חקלאים

אנחנו מקיימים שיתוף פעולה הדוק עם הספקים החקלאיים שלנו בארץ כדי להבטיח שנביא לצרכנים שלנו את התוצרת הטרייה הטובה ביותר, אותה החקלאים מגדלים ואנחנו מספקים בהתאם לעקרונות הקיימות. אנחנו עובדים עם למעלה מ-30 מגדלים, אשר מספקים לנו את הירקות למגוון מוצרי הירקות הטריים הארוזים שלנו ולייצור הסלטים המצוננים שלנו. לפני שלוש שנים התחלנו לרכוש את חומרי הגלם החקלאיים בהם אנחנו משתמשים באופן שוטף, כולל חומוס, חצילים, פלפלים, דלעת, קישואים, סלק, כרוב, גזר, בצל, שום ועשבי תיבול, מחקלאים מקומיים. על מנת להוסיף ולשפר את איכות התוצרת שלנו, התחלנו לעבוד מול המגדלים בישראל ישירות במקום דרך סיטונאים, כשאנחנו מיישמים סטנדרטים חדשים ושיטות עבודה יעילות וברורות קיימא.

ב-2013 הרחבנו את מגוון הסלטים המצוננים תחת המותג "אחלה" באופן ניכר, כולל הצעות חדשות כגון קישואים וסלק, כשכל הירקות מגודלים בארץ על ידי החקלאים השותפים שלנו. כיום אנחנו מציעים מגוון עצום של 45 סלטים שונים וממרחים מבוססי חומוס במותג אחלה, אשר מצרכנים אשר בוחרים בריאות ל-1.4 מיליון צרכנים אשר בוחרים בבריאות הללו למען אורח חיים בריא, מדי יום. על מנת לתמוך במגוון ובכמויות המתרחבים, ב-2013 הגדלנו את רשת המגדלים השותפים שלנו.



מקס ברנר - תמיכה במגדלי קקאו

אישור סחר הוגן. החטיף הוא בעל טעם עשיר, תורם לבניית עולם טוב יותר דרך החינוך, נרכש בצורה אחראית, ומאפשר אורח חיים טוב יותר לחקלאים ולמשפחותיהם. חצי דולר ממכירת כל חטיף נתרמים לטובת תמיכה בתלמידי בית-ספר בטנזניה. הכספים משמשים לקניית ספרי לימוד ותומכים בבנייה ותחזוקה של מתקנים להבטחת סביבת לימודים בטוחה ונקיה. עד היום, שלושה חודשים בלבד לאחר ההשקה, מכרנו יותר מ-2,300 חטיפי CocoaMax, משמע - תרומה של יותר מ-1,100 דולר.

הקקאו הגולמי לייצור CocoaMax נרכש בפרויקט Biolands בטנזניה שבבעלות Barry Callebaut. זוהי אחת התכניות הגדולות ביותר בעולם בתחום קקאו אורגני שמקורו בחקלאים קטנים, ו-Biolands היא היוזמנית הגדולה באפריקה של קקאו אורגני מאושר. התכנית עובדת ישירות מול החקלאים הקטנים במטרה להבטיח שהם מקבלים מחיר הוגן עבור הסחורה שלהם, ולשפר את איכות הקקאו ואת איכות חיי החקלאים. כל הקקאו של Biolands מאושר כאורגני על ידי המכון השוויצרי IMO לאקולוגית שוק.

מותר שוקולד הפרימיום שלנו, מקס ברנר, רוכש אף הוא קקאו דרך Barry Callebaut, ו-50% מצריכת הקקאו של מקס ברנר נרכשים דרך התכנית Barry Callebaut Quality Partner Program (QPP). התכנית הושקה ב-2005 בחוף השנהב, וכיום עובדת עם למעלה מ-60 קואופרטיבים המייצגים יותר מ-30,000 מגדלי קקאו במדינה זו. תכנית ה-QPP תומכת בקואופרטיבים במאמציהם לשרת את הצרכים של המגדלים החברים בהם. בתי-ספר שדה מדריכים את מגדלי הקקאו המודרניים בהגדלת הפריין ואיכות משופרת של הקקאו. בין יתר פעילויות התכנית נכללים שיפור הגישה לחינוך, שירותי בריאות ומים נקיים. ב-2013 מקס ברנר רכשה 11 טון קקאו דרך תכנית ה-QPP, המשמש בשני מוצרי שוקולד. ב-2014 החברה מתעתדת להשיק 3 חטיפים חדשים המיוצרים מקקאו QPP.

יוזמה נוספת של מקס ברנר בהקשר של רכש בר קיימא היא התמיכה שלה בתכנית הקקאו Biolands. ב-2013 רכשנו 4 טון שוקולד המיוצר מקקאו Biolands והשקנו בארה"ב את חטיף השוקולד CocoaMax - חטיף של 100 גרם שוקולד מריר שהוא גם אורגני וגם נושא

קקאו

ב-2013 המשכנו לחזק את שיתוף הפעולה שלנו עם חברת Barry Callebaut, אשר מספקת קקאו לשטראוס ישראל מזה שנים רבות, באמצעות התחייבות לרכוש ממנה את מרבית צריכת הקקאו שלנו בטווח הארוך.

Barry Callebaut היא היצרנית המובילה בעולם של שוקולד ומוצרי קקאו איכותיים ומחויבת לייצור קקאו בר קיימא. הסכם הרכש שלנו עמה כולל תכנית לשיתוף ידע ופיתוח פלטפורמות לשיתוף פעולה, לרבות מתן סיוע לקבוצת שטראוס בבניית הידע שלנו בהיבטים שונים של אספקה ברת קיימא וחדשנות.



אנחנו עובדים באופן ישיר עם למעלה מ-30 מגדלים בישראל, תוך יישום סטנדרטים חדשים בחקלאות ושיטות עבודה יעילות וברורות קיימא.





תומכים במפיצים שלנו

שטראוס ישראל מפעילה רשת של 265 מפיצים עצמאיים ובלעדיים, אשר מבטיחים שהמוצרים שלנו יגיעו לצרכנים בלמעלה מ-24,000 מפגשי אספקה מדי שבוע. המפיצים שלנו מהווים זרוע מרכזית בשרשרת האספקה הרחבה שלנו, ועל אף היותם עצמאיים הם עובדים עם שטראוס על בסיס ארוך טווח - לרוב, למעלה מ-15 שנים. ישנו מפיץ, שעובד עם שטראוס ישראל כבר ארבעים שנה וממשיך לתרום לנו תרומה איתנה. ב-2013 גייסנו חמישה מפיצים מקרב הקהילה הערבית במסגרת תכנית רב-שנתית שנועדה לגוון את בסיס המפיצים שלנו ולהגביר את זמינות המוצרים שלנו. אנחנו עורכים כנס מפיצים שנתי ומדי שנה מכירים ומוקירים את אלו שתורמו תרומה יוצאת דופן.

היחסים הקרובים שלנו עם המפיצים באים לידי ביטוי ברמה גבוהה של שקיפות, מחויבות, מעורבות ודיאלוג שוטף. אנו מכירים בכך, שלעיתים קרובות המפיצים שלנו הם הפנים היחידות של שטראוס, אותם הלקוחות רואים, ועל כן חשוב לנו להבטיח שאנחנו מבינים את מה שחשוב להם. מדי שנתיים אנו עורכים סקר רשמי לקבלת משוב מהמפיצים ולהבנת רמת שביעות הרצון שלהם משטראוס ישראל ואת היחסים עם צוות המכירות. ב-2013, 97% מהמפיצים השתתפו בסקר, וציון שביעות הרצון הממוצע עמד על 7.37 (מתוך 10), ירידה בהשוואה לסקר הקודם. נושאים לשיפור שעלו בסקר כוללים אלמנטים בנהלים לוגיסטיים ובשירות הניתן על ידי צוותי המכירות וההפצה בשטראוס, וכן הקשר שבין תגמול כספי לבין ביצועי המפיץ. כתוצאה מכך, אנו מיישמים כיום תכנית לשיפור שבמסגרתה אנחנו בוחנים את הנושאים הללו.

מחדשים עם עסקים קטנים

ב-2013 התקשרנו עם מפעל קטן לפיתוח מוצר חדש, מיני פריכיות אורז, בתכנית משותפת ובהשקעה משותפת. חברת פרח תעשיות מזון היא מפעל המעסיק 40 עובדים, אשר מספק לשטראוס ישראל פריכיות אורז בשש השנים האחרונות. ב-2013 נכנסנו לפיתוח משותף של חטיפי פריכיות אורז בטעמים במטרה להציע לצרכנים חלופה בריאה לנשנוש עם אריזות מבוקרת מנה של 100 קלוריות כל אחת. פרח תעשיות השקיעה בטכנולוגיה חדשה לקו ייצור חדש לייצור מיני פריכיות, ועבדנו עם הצוות של פרח על פיתוח תהליך ייחודי לייצור המוצר החדש. בהמשך להשקעה המוצלחת פרח תעשיות מזון זכתה להרחיב את פעילותה, ואנחנו זכינו לספק חלופות מוצר נוספות לצרכנים שלנו.

הפחתת צריכת משאבים ופסולת

מיקוד	מטרות אסטרטגיות	היבטים	אינדיקטורים
• טכנולוגיה וחדשנות	• הטמעה של לפחות שלוש טכנולוגיות מוצר התומכות באורח חיים בריא ובר קיימא עד 2020.	• חומרים	G4-EN18
• מצוינות תפעולית	• הפחתת צריכת אנרגיה, מים וחומרי אריזה ב-15% לטון מוצר עד סוף 2020.	• אנרגיה	G4-EN20
• צמצום צריכת אנרגיה, פליטות וצריכת מים.	• הפחתת פליטות גזי חממה ב-15% לטון מוצר עד סוף 2020 (בהשוואה ל-2012)	• מים	G4-EN21
• צמצום פסולת והגדלת המיחזור.	• הגדלת אחוזי המחזור מסה"כ הפסולת ב-15% עד ל-2020.	• פליטות	G4-EN22
• מעורבות עובדים באחריות סביבתית.		• קולחין ופסולת	G4-EN23
		• מוצרים ושירותים	G4-EN31
			G4-EN15
			G4-EN16

שומרים על כדור הארץ

צמצום צריכת משאבים ופסולת היא סוגית קיימות בעלת עדיפות משום שאנחנו שותפים באחריות, יחד עם כל הארגונים והפרטים, להותיר את כדור הארץ במצב ראוי לשגשוג ואיכות חיים מתמשכים לדורות הבאים. אין ספק ששינויי האקלים ותנאי מזג אוויר קיצוניים, משאבים שהולכים ומתדלדלים, בירוא יערות, שחיקת קרקעות, מחסור במים, מטמנות גדושות וזיהום אוויר, הם כולם חלק מאותו סיכון המאיים על שגשוגנו בטווח הארוך. כחברה השואפת להפגין התנהגות אזרחית טובה ואשר מונעת על ידי אחריות, עלינו לעשות כל שביכולתנו בכדי להבטיח שנשתמש רק במה שאנחנו צריכים, שאנחנו פועלים ביעילות, מנהלים את שרשרת האספקה שלנו באחריות וממזערים את השפעותינו השליליות על החברה ועל כדור הארץ. הגישה שלנו מבוססת על עיקרון של ניתוח סיכונים סביבתיים בשרשרת הערך שלנו כאמצעי זהירות, וביסוס פעולות ספציפיות לרוחב החברות שלנו כדי להבטיח שאנחנו מצמצמים את הסיכונים הללו.

אנחנו ממשיכים להשקיע בשיפור תשתיות הניהול הסביבתי שלנו, וב-4 השנים האחרונות הגדלנו את ההשקעות הסביבתיות הגלובליות שלנו לכדי סכום העולה על 72 מיליון ש"ח.



מאסטרטגיה לפעולה

חדשנות בטכנולוגיות מזון באמצעות יוזמת אלפא שטראוס

טכנולוגיה וחדשנות הן קריטיות לשיפור יעילות שרשרת הערך שלנו. בחלק מהמקרים, החדשנות תוביל אותנו לפיתוח מוצרים חדשים לחלוטין, אשר מציעים יתרונות פורצי דרך בחוויית הצרכן ותועלות צרכניות ממשיות נוספות. במקרים אחרים, השיפורים במוצרים

ובתהליכים אותם אנו משיגים באמצעות הטכנולוגיה יולידו שיטות חדשות בצריכת חומרים, בייצור, בלוגיסטיקה, באריזה, ביציבות חיי מדף ועוד, דבר שעשוי לייעל את שרשרת הערך שלנו בכללותה ולסייע בשמירה על משאבים. הטכנולוגיה מהווה מפתח להחלטות בריאות עבור העסקים שלנו ועבור הצרכנים שלנו.

בעקבות ההשקה של אלפא שטראוס בשנה שעברה, המשכנו להשקיע בטכנולוגיות לשם

יעילות רבה יותר בצריכת אנרגיה, בשפכים ובאריזה. בנוסף, יצרנו שותפויות חדשות עם חברות סטארט-אפ ומתקני מחקר. באמצעות אותן שותפויות, אנחנו מתקרבים להפעלת טכנולוגיות חדשות לטובת תעשיית המזון בכללותה ולטובת צרכניה. מינינו 32 "סוכני אלפא" במחלקות ויחידות שונות ברחבי החברה כדי לתמוך ולקדם רעיונות חדשניים. קיימנו את ועידת אלפא שטראוס השנייה בהשתתפות 150 יזמים ונציגים מטעם קרנות השקעה ומשרדי הממשלה.

אלפא שטראוס

השקנו את אלפא שטראוס ב-2012 מתוך חזון להאיץ את התפתחותה של קהילת טכנולוגית המזון הישראלית. אלפא שטראוס היא הקהילה שיצרנו עבור ממציאים, יזמים, מומחים בתזונה ומדעני מזון בישראל, כדי שיוכלו להתכנס במטרה להתגבר על אתגרים מרכזיים בתעשיית המזון תוך מינוף קהילת הסטארט-אפ המקומית עם המוחות החדשניים והזיקה שלה ל"שינוי משבש". הקהילה מטופחת על ידי שטראוס, ואנחנו מסייעים ליזמי חדשנות על ידי שיתוף ידע, תמיכה כספית בבדיקות היתכנות, גישה לציוד ולמחקרים, וכן הכוונה בפיתוח עסקי.

מאז 2012, הצוות של אלפא שטראוס סקר יותר מ-500 טכנולוגיות, 40 בתהליך הערכה, 20 בפיתוח, ו-4 טכנולוגיות קרובות לשלב התפעול.





ב-2013, אלפא שטראוס ו-MassChallenge חברו יחד להשקת תכנית האצה בישראל, המתמקדת במזון.

אלפא שטראוס MassChallenge

ב-2013, אלפא שטראוס ו-MassChallenge חברו יחד להשקת תכנית האצה המתמקדת במזון. התכנית, ששואבת מהמומחיות שלנו בטכנולוגית מזון ומהניסיון המוכח של MassChallenge בטיפוח חברות צעירות ורעיונות חדשים, פתוחה ליזמים מכל העולם או לחברות סטארט-אפ עם רעיונות הקשורים לטכנולוגיות מזון. בשותפות עם MassChallenge נקים מרכז מצוינות בתחום המזון בישראל, בהובלת אלפא שטראוס. המרכז יסייע ליזמים להשתתף בתכנית הגלובלית של MassChallenge בארה"ב, במטרה למשוך יותר יזמים וטכנולוגיות ולתרום למיצובה של ישראל ככוח מוביל בטכנולוגית המזון ברמה הגלובלית. שיתוף פעולה זה ייצור פלטפורמה נוספת לקהילת היזמים של אלפא שטראוס, לפתח את הטכנולוגיות שלהם ולקרב אותן לשלבי המסחר.

אלפא שטראוס מחדשת - אריזות מתכלות ביולוגית

דוגמה עדכנית לחידוש עם פוטנציאל להצלחה שזכה לתמיכת אלפא שטראוס היא סוג חדש של אריזה מתכלה ביולוגית גמישה למוצרי מזון. ב-2013 חברנו יחד עם חברת סטארט-אפ ישראלית בבעלות אישה, Tipa Corp, במטרה לפתח מוצר אריזה גמיש. פיתוח אופציות אריזה הניתנות למיחזור מהווה אתגר לתעשייה, ובמקרים רבים כדוגמת אריזות גמישות לחטיפים מלוחים, טרם הושג פתרון מעשי. ככלל, 5% בלבד מאריזות החטיפים המלוחים ממוחזרות. עם Tipa, אנחנו מקווים להביא למהפכה בנוף האריזות ברות הקיימא.

Tipa Corp פיתחה יריעה רב-שכבתית ייחודי המתכלה ביולוגית, המיועדת לייצור אריזות גמישות למזון ומשקאות. חומרי אריזה המבוססים על היריעה של Tipa מתכלים לחלוטין תוך 180 יום, לאחר עיבוד תעשייתי להפיכת פסולת מתכלה למוצרים יציבים ומחוטאים לשימוש בחקלאות (industrial

composting). שטראוס ו-Tipa שוקדות עתה על בדיקת הטכנולוגיה והתאמתה לאריזות לחטיפים מלוחים, ומריצות פיילוט של התהליך במפעל החטיפים המלוחים שלנו בישראל לייצור ההרצה המסחרית הראשונה של חטיפים מלוחים באריזות המבוססות על הפילם המתכלה ביולוגית של Tipa. אנו צופים שנהיה מוכנים לצאת לשוק ב-2015. הטכנולוגיה והפוטנציאל של Tipa הספיקו למשוך תשומת לב רבה, ובתחילת 2014 Tipa הצליחה לגייס 10 מיליון דולר במימון ממשקיע חדש. אנחנו שמחים על תרומתה של אלפא שטראוס לתהליך, שמייצג התקדמות משמעותית.

אלפא שטראוס מחדשת - טיפול בשפכים

חידוש ייחודי נוסף מצוי עתה בשלב הפיילוט באמצעות קהילת אלפא שטראוס. ב-2013 שטראוס ישראל שיתפה פעולה עם חברת סטארט-אפ בתחום טכנולוגית הטיפול בשפכים, AMTR Scientific Ltd., בפיילוט של מתקן חדשני לטיפול בשפכים. במסגרת



הפיילוט, נעשה שימוש במתקן טיפול נייד קטן לבדיקת הטכנולוגיה על כמויות מים קטנות. ניתן להעביר את המתקן בין המפעלים שלנו בארץ, ועל כן ניתן לבדוק בקלות את האפקטיביות שלו על סוגי שפכים שונים. ב-2013 הפיילוט הראשון במפעל הסלטים בכרמיאל הניב תוצאות טובות והפחית את רמות המוצקים המרחפים וצריכת החמצן הכימית (מדד יעיל לבחינת איכות המים) הרבה מתחת לגבול הרגולטורי, דבר שטרם התאפשר באמצעות טכנולוגיות סטנדרטיות לטיפול בשפכים. בכוונתנו להרחיב את הבדיקות למפעלים נוספים ב-2014.



"זוהי הזדמנות לבדוק את המוצר שלנו בשטח. קבלת משב מהתעשייה היא קריטית להצלחת המוצר ולצמיחה שלנו כחברה. שטראוס תומכת בנו על ידי מתן גישה למפעל שלה לשם ניסויים במוצר ומתן משב לו אנחנו זקוקים כדי לשפר את המוצר ולהוציא אותו לשוק."

דפנה ניסנבאום
מנכ"ל, Tipa Corp Ltd.

מצוינות תפעולית

ב-2013, במסגרת התכנית הרב-שנתית שלנו למצוינות תפעולית, אשר שואפת לשיפור מתמשך בחלקים רבים של שרשרת האספקה שלנו, שמנו דגש רב על מיכון תהליכים להשגת התייעלות, עקביות בייצור ודיוק ואיכות משופרים. יתר על כן, המיכון מצמצם את מרבית העבודה הידנית הכבדה כגון הרמה, ובכך מסייע בהקטנת הסיכון

לפגיעה בעבודה. מאז שנה שעברה, מיפינו את כלל הפעילות שלנו בישראל במטרה לזהות הזדמנויות להתייעלות באמצעות מיכון ואימצנו תכנית רב-שנתית ליישום. ב-2013 יישמנו מספר תכניות במפעלים שונים להוספת רובוטים בסוף קווי הייצור, שיחליפו את ההעברה הידנית של ארגזי מוצר למשטחים ויטפלו גם בשינוע המשטחים בתוך המחסנים. דוגמא נוספת היא סילוק ממוכן של מוצרים שאינם עומדים בתקני האיכות מקווי האריזה, תוך שיפור הדיוק ורמות איכות המוצר הכלליות.

מצוינות באוסטרליה

ב-2013 הרחבנו את פעילויות הייצור של חברת הסלטים אובלה לאוסטרליה, תוך הקמת מפעל ייצור למגוון ממרחים ומטבלים באיכות פרימיום, כולל ממרחי חמוס בטעמים שונים כדוגמת פלפלת חריפה צלויה, פלפל חלפניו ושום. הפעילות שלנו באובלה באוסטרליה מעסיקה כיום 70 עובדים. הקמנו את פעילות הייצור שלנו בהתאם לאותם סטנדרטים גבוהים של מצוינות תפעולית, אותם אנחנו דורשים מהמפעלים שלנו בעולם כולו. בשנת הפעילות הראשונה, אובלה השיגה התייעלויות מרשימות באנגריה ובפליטות.

ניהול אנרגיה, פליטות, מים ופסולת

אנחנו ממשיכים ליישם תהליכי התייעלות בייצור, ורואים הזדמנויות לשיפור ההשפעות שלנו על הסביבה על ידי אימוץ טכנולוגיות חדשות ושיטות עבודה שונות. בכל המפעלים שלנו בעולם, פעילות הייצור שואפת להגיע לאופטימיזציה של תהליכי הייצור על ידי זיהוי הזדמנויות לצמצום ניצול משאבי הטבע ולהסטת כמויות גדולות של פסולת מהמטמנות באמצעות מיחזור.

שיפורים ממוקדים במפעל בכרמיאל

לדוגמא, במפעל הסלטים שלנו בכרמיאל הגענו ב-2013 לתוצאות מרשימות:

מפעל הסלטים בכרמיאל	2012	2013	שינוי לעומת 2012
צריכת אנרגיה יחסית (ג'יגהג'אול/טון ייצור)	2.97	2.69	-9%
פליטות גזי חממה - יחסי טון CO ₂ e/טון ייצור	0.36	0.35	-4%
צריכת מים יחסית מ"ק/טון ייצור	5.97	5.62	-6%

התוצאות הללו הושגו הודות לתשומת לב קפדנית לכל היבטי צריכת המשאבים בכל שלב בפעילות המפעל. יעדי שיפור שנתיים נקבעים על ידי 9 חברי צוות הנהלת המפעל, והמשאבים מוקצים לשם יישום תכניות מוסכמות. הצריכה בפועל מנוטרת בזמן אמת, כך שמנהלי המפעל (וכל המפעלים בו) יכולים לעקוב אחר ביצועי המפעל באופן מדויק ולזהות בעיות עם התרחשויות, ולנקוט בפעולות מתקנות מיידיות. ההתקדמות מדווחת לכל עובדי המפעל מדי שבוע. פרויקט שביצענו ב-2013 צמצם את צריכת

האנרגיה על ידי כיוון מחדש של מערכות הבקרה של מדחסי אוויר וקירור להשגת יעילות אנרגטית מירבית. חיסכון נוסף באנרגיה הושג על ידי כיבוי מערכות לא חיוניות למשך סופי השבוע. לדוגמא, כיבוי את מערכת ייצור הקרח שלנו, שפועלת בלילות לייצור הקרח המשמש לקירור מוצרים במשך היום. חיסכון במים הושג ב-2013 באמצעות שילוב של שדרוגי ציוד ושיפורים תהליכיים. המסננים במערכת שטיפת הירקות הוחלפו במסננים באיכות טובה יותר למניעת סתימות, והוכנסו שיפורים בתהליך הקילוף במטרה להפחית את צריכת המים.



מצוינות תפעולית

"מצוינות תפעולית" היא תכנית שיושמה בשטראוס ישראל ב-2009. התכנית כוללת:

- תרבות של מצוינות
- העצמת עובדים
- שיפור במדדי הייצור
- שיפור האיכות
- התייעלות תפעולית
- ייצור רזה
- הפחתת צריכת משאבים
- הפחתת פסולת
- תהליכי עבודה עקביים
- שיתוף פעולה בין יחידות עסקיות
- פרקטיקות טובות ביותר משותפות
- מדדים עקביים



ב-2013 צריכת האנרגיה בכלל הקבוצה עלתה ב-15% באופן אבסולוטי, וב-9% באופן יחסי, לטון מוצר.

ב-2013 צריכת המים בכלל הקבוצה עלתה ב-14% באופן אבסולוטי, וב-8% באופן יחסי, לטון מוצר.

ב-2013 פליטות גזי החממה בכלל הקבוצה עלו ב-1% באופן אבסולוטי, וירדו ב-1% באופן יחסי, לטון מוצר.

ביצועי אנרגיה, פליטות, מים ופסולת ב-2013

ברמת הקבוצה, התוצאות הסביבתיות שלנו ב-2013 המצביעות על עליה אבסולוטית ברמות האנרגיה, הפליטות, המים והפסולת, אינן משקפות יוזמות חיוניות דומות במפעלי שטראוס ברחבי העולם.

אנחנו מתעדים את השפעות המפעלים שלנו כל שנה, ואין אנו מתקנים את הנתונים באופן רטרואקטיבי בגין תוספת מפעלים. ב-2013 הוספנו שלושה מפעלים לפעילות שלנו

באירופה, ועל פי הנתונים שנאספו אלה תרמו לעלייה של 11.5% בצריכת האנרגיה הכוללת, שזוהי מרבית העלייה הכוללת שלנו ב-2013. השפעות דומות נרשמו על פני מדדים אחרים. יתרה מזו, אחד המפעלים עושה שימוש בתהליך, שהוא באופן בלתי נמנע עתיר משאבים, לייצור קפה נמס מיובש בהקפאה, עם אפקט מזערי על הייצור (המפעל מייצר 2% בלבד מסך כל הטונות המיוצרים), אך השפעה מהותית הרבה יותר על צריכת אנרגיה, פליטות ופסולת - 10%, 7.5% ו-13%, בהתאמה. על כן, המדדים היחסיים שלנו עלו ב-2013. אנחנו פועלים לשיפור המצב בשנים הקרובות.

יוזמות סביבתיות נוספות ב-2013

שטראוס קפה - ניתוח טביעת הרגל הפחמנית

ב-2013 שטראוס קפה ביצעה הערכה של טביעת הרגל הפחמנית ביחס לשני מוצרים, קפה MK 250 Premium גרם ו-Chyornaya Karta Gold בצנצנת 100 גרם, במטרה לזהות הזדמנויות להפחתת פליטות גזי חממה. ניתוח טביעת הרגל הפחמנית מודד את פליטות גזי החממה הנפלטים באופן ישיר ועקיף במשך מחזור החיים של מוצר

בודד. לגבי קפה, טביעת הרגל הפחמנית המלאה כוללת פליטות מגידול הקפה, הובלת הקפה למפעלי הייצור, עיבוד ואריזה במפעלים, הפצה קמעונאית של התוצרת הגמורה, שימוש במוצר הקפה על ידי צרכנים בתהליך הכנת הקפה הביתי, והיפטרות מכל שיירי קפה וחומרי אריזה.

בניתוח זה, הראשון מסוגו, הגבלנו את היקף הניתוח לאותם היבטים של שרשרת האספקה של הקפה, עליהם יש לנו שליטה ויכולים באופן סביר לאסוף נתונים אמניים. מדובר באותם שלבים בתהליך, מנמל המוצא של הקפה ועד למחסני התוצרת הגמורה שלנו, והניתוח מכסה

פליטות מהובלת חומרי גלם למפעלי הייצור, פליטות משימוש ישיר בדלק ומשימוש בחשמל במפעלי הייצור, ופליטות הקשורות לאריזות המוצרים, כולל פליטות מייצור ומשינוע.

הניתוח סייע לנו להבין את ההבדלים שבין מקורות הפליטות ביחס למוצרים שונים, דבר המחייב פתרונות מותאמים להפחתת הפליטות. ב-2014, על סמך ניתוחים אלו, נתמקד בהפחתת פליטות גזי חממה בשלבי קליית הקפה וטחינתו, וגם בצמצום השפעות חומרי האריזה. בהמשך אנו מתכוונים לבחון מקטעים נוספים בשרשרת האספקה, כולל שלבי גידול הקפה והשימוש הצרכני.

שטראוס מים - צמצום צריכת האנרגיה

אנו שואפים למזער את ההשפעה הסביבתית של ברי המים שלנו לאורך כל מחזור החיים שלהם, ולשמחתנו, ב-2013 זכינו באישור לכך שכל הברים שלנו עומדים בתנאי תכנית

Energy Star. Energy Star היא תכנית סימון מראון, שמטרתה לזהות ולקדם מוצרים בעלי יעילות אנרגטית, והיא משותפת לסוכנות האמריקאית להגנה על הסביבה (EPA) ולמשרד האנרגיה האמריקאי. תווית Energy Star מהווה אישור לצרכנים שלנו, שהם בחרו באחד המתקנים בעלי היעילות האנרגטית הגבוהה ביותר בשוק, אשר חוסך כסף באנרגיה בבתייהם תוך תמיכה בקיימות כדור הארץ. בנוסף, בשטראוס מים שיפרנו את האריזות שלנו, תוך החלפת אריזות הלמינציה של המסגרים באריזות קרטון, ועוד יוזמות נוספות.

שיתוף העובדים באחריות סביבתית

המים, צמצום פסולת והגברת המיחזור. ערכנו סקר עובדים בנושא הרגלי הצריכה וההתנהגות הסביבתית שלהם, ונתנו המלצות לשיפור על סמך תוצאות הסקר. 500 העובדים שהשתתפו בסקר קיבלו תמריץ כספי לתמיכה בהשקעה סביבתית בבתיהם.

העובדים שלנו הם שגרירים חיוניים בתכנית שלנו להפחתת השפעותינו הסביבתיות ולשימור משאבים. הם ממלאים תפקיד מרכזי בכל היבטי הפעילות שלנו ומסייעים לנו להבטיח שאנחנו מקיימים את הפרקטיקות הטובות ביותר מבחינת המודעות לסביבה בזמן שאנו מייצרים ומספקים את המוצרים שלנו. ב-2013 ביקשנו לחנך ולהניע את עובדי שטראוס ישראל עוד יותר, על ידי כך שהראנו להם איך הם יכולים להפיק תועלת אישית גם בבתיהם. באותה שנה השקנו את התכנית הסביבתית שלנו לעובדים, "סביבתיים וחוסכים". התכנית שואפת להקנות לעובדים כלים שיסייעו להם לחסוך כסף על ידי הפחתת צריכת החשמל, צריכת



מקס ברנר - כוסות קפה ירוקות מתכלות ביולוגיות

ב-2013 מקס ברנר השיקה את Fast Max - קו של אריזות takeaway מתכלות, שהן ידידותיות לסביבה. צריכת כוס אחת ליום מייצרת כ-10 ק"ג פסולת אריזות מדי שנה. היות שאנו מוכרים למעלה מ-600 כוסות ליום, הפוטנציאל למניעת הטמנת הפסולת מגיע ל-6 טון לשנה. קו ה-Fast Max כולל כוסות ומכסים מפלסטיק, המיוצרים ממקורות צמחיים בלבד ומאפשרים

כ-100% מתכלים על ידי המכון האמריקאי למוצרים מתכלים ביולוגיים. כיום, לכל המוצרים שלנו פרופיל ידידותי לסביבה - כוסות נייר, שרוולים לכוסות קפה, מגשיות ושקיות עוגיות - מיוצרים כולם מחומרים ממחוזרים, והם ניתנים למחזור, הגם מתכלים ואינם רעילים. הדפוס משתמש בדיו מבוסס מים או צמחים. כעת, צרכני מקס ברנר יכולים לבחור לטובת הסביבה כשהם נהנים מהקפה והעוגיות שלהם.

שטראוס ישראל - ממחזרים מאז 2011

ובקבוקים שהושלכו בעקבות צריכת מוצרי חלב. האריזות נאספו בלמעלה מ-100 אתרים ברחבי הארץ, ותוך מספר שבועות הגענו לכמות העולה על 2,000 יחידות אריזה. מאז 2011 נאספו למעלה מ-200,000 שקיות חטיפים מלוחים דרך שיתוף בתי-ספר וקבוצות נוער ביותר מ-650 נקודות איסוף. מודל TerraCycle הייחודי קושר את המיחזור עם מעורבות קהילתית, תוך עידוד הצרכנים להביא את פסולת אריזות שטראוס שלהן לנקודות איסוף ברחבי הארץ, כך שבו-זמנית, הצרכנים מתגייסים לטובת מטרה חברתית, ושטראוס ישראל תורמת 50 אגורות לכל אריזה. TerraCycle עושה שימוש חוזר בחומרים המתקבלים ליצירת מוצרים חדשניים שהם שווים לכל כיס.

יצירת מעורבות
בקרב מחזיקי עניין



מעורבות מחזיקי עניין בפעולה

בין מחזיקי העניין שלנו נמנים כל הקבוצות או היחידים, שמושפעים מפעילותנו העסקית, בין אם באופן ישיר או עקיף. מחזיקי העניין משפיעים אף הם על הדרך בה אנחנו עושים עסקים דרך אופי הקשר שלהם עמנו כצרכנים, כעובדים, כשותפים עסקיים, כלקוחות, כאנשי מקצוע בתחומי הרפואה והתזונה, כקהילות מקומיות, כספקים, כרגולטורים, כארגונים סביבתיים וכבעלי מניות.

אנחנו מקיימים דו-שיח עם מחזיקי העניין שלנו במטרה להבין את ציפיותיהם ואת הנושאים שקרובים ללבם, ולעדכן אותם אודות הפעילות שלנו ובדבר ההשפעות שיש לנו על איכות חייהם. אנחנו שואפים לתמוך במחזיקי העניין שלנו כשהם שואפים לנהל אורח חיים בריא על ידי הצעת מבחר בריא יותר ממנו יוכלו לבחור, דרך מוצרינו ופעילויותינו העסקיות השונות. אנחנו פועלים מול מחזיקי העניין שלנו בדרכים שונות, בהתאם לצרכים של קבוצות מחזיקי העניין השונות.

הגישה שלנו למעורבות מחזיקי עניין הוגדרה מחדש בכדי לתמוך בפרספקטיבה של 360°. ב-2013 פיתחנו תכנית ניהולית וכלים תומכים כדי לסייע למנהלים שלנו להבין את הממשקים שלהם עם מחזיקי העניין בכל ההיבטים של האינטראקציות הפנימיות והחיצוניות, וכדי להבטיח שנקודות ההשקפה של מחזיקי העניין נלקחות בחשבון בשלב מוקדם בתהליך קבלת ההחלטות המתקבלות מדי יום. ב-2014 אנחנו מעבירים הדרכות למנהלים בשימוש בכלים חדשים אלו, כדי שנוכל להמשיך ולהתאים את הפרקטיקות שלנו על מנת שישקפו הבנה של צרכים רבים ומגוונים.

ב-2013 התאמנו את הדרך בה אנו רואים את קבוצות מחזיקי העניין כדי שתעלה בקנה אחד עם אסטרטגיית הקיימות שלנו לשנת 2020. שוב נועצנו עם מחזיקי העניין באופן ספציפי כדי להגדיר את נושאי הקיימות שהם בעלי העדיפות הגבוהה ביותר לקבוצת שטראוס, וכדי לקבל את תשומותיהם שעה ששקדנו על הכנת דוח הקיימות השנתי. ניתן לקרוא עוד על כך בפרק "קביעת נושאי הקיימות שהם בעדיפות עליונה עבורנו" בדוח זה. אולם על בסיס שוטף, אנחנו מתחזקים מספר רב של ערוצים ומתכונות לקיום דיאלוג עם מחזיקי העניין שלנו.

עובדים

העובדים שלנו כוללים את כל המנהלים והעובדים הישירים שלנו, וכן כל עובדי הקבלן שהם מועסקים בקידום הפעילות העסקית שלנו בכל חברות הקבוצה מסביב לעולם. העובדים מצפים מאיתנו שניצור עבורם סביבת עבודה מעצימה, בטוחה ומכילה, אשר תאפשר להם לקבל החלטות בריאות בעבודתם ובחיייהם האישיים. אנחנו מתקשרים עם מחזיקי העניין שלנו לעיתים קרובות בנוגע לביצועים שלנו בדיונים שוטפים, בסקרי שביעות רצון, במגוון יוזמות תקשורת פנימית ודרך ערוצים רשמיים ולא רשמיים רבים, על מנת שנוכל להבין את ציפיותיהם ואת הנושאים שקרובים ללבם.

צרכנים

הצרכנים שלנו ואלו אשר מייצגים את האינטרסים שלהם כדוגמת מומחים לתזונה, מושפעים ישירות על ידי מגוון, הרכב, איכות וזמינות המוצרים שלנו. הצרכנים רוצים איכות, טעם וגיוון, כדי שיוכלו לצרוך את המוצרים שלנו בדרכים שתומכות בבחירות שלהם למען אורח חיים בריא. הם מצפים לשקיפות ביחס לרכיבים בהם אנחנו משתמשים, ואנחנו נותנים שירות קשוב במקרה שיש להם שאלות או חששות. בקבוצה זו אנחנו כוללים גם את הלקוחות הקמעונאיים והסיטונאיים שמוכרים את המוצרים שלנו ישירות לצרכנים. אנחנו מתקשרים עם הצרכנים והלקוחות שלנו על בסיס יומיומי דרך המוקד הטלפוני שלנו, מחקרי שוק, ומגוון רחב של אינטראקציות בשוק כמו גם דרך המדיה החברתית.

קהילה וסביבה

שותפים	ספקים	רגולטורים	בעלי מניות ומשקיעים
ארגונים תעשייתיים	קבוצות קהילתיות	קבוצות סביבתיות	
מחזיקי העניין המייצגים את מימד הקהילה והסביבה בגישה שלנו לקיימות הם קבוצה מגוונת בעלת אינטרסים, ציפיות ותחומי עניין מגוונים. אנחנו מתקשרים עם כל קבוצה בהתאם לציפיות הספציפיות שלה ולצרכים של קבוצת שטראוס. ערוצי הדיאלוג כוללים מפגשים, השתתפות בוועידות, קבוצות עבודה, פורומים לדיונים, ערוצי מדיה חברתית ותקשורת פורמלית דרך הערוצים המיועדים לכך.			

מושיטים יד לצרכנים

המפתח למתן מענה לצרכי הצרכנים הוא להבין אותם. באמצעות תכנית אינטנסיבית של מחקרי שוק וכלים איכותניים וכמותיים, אנחנו מזהים חדשנות מוצרית שתתן לצרכנים מגוון רחב יותר של אפשרויות בחירה בריאותיות והזדמנויות לנהל אורח חיים בריא יותר.

ב-2013 הגענו אל למעלה מ-80,000 צרכנים בישראל במסגרת יותר מ-30 מחקרי שוק ייחודיים ספציפיים. אנחנו עושים שימוש במגוון ערוצים, כולל המדיה החברתית, קבוצות מיקוד, סקרים אינטרנטיים וראיונות ממוקדים. אנחנו מאמצים באופן שוטף את הטכנולוגיות ואת המתודולוגיות המתקדמות והעדכניות ביותר, כדי לסייע לנו לפתח הבנה עמוקה עוד יותר של הדרך בה הצרכנים רוצים לאמץ אורח חיים בריא יותר ושל נושאים נוספים שהם בעלי חשיבות עבורם.

נוכחות חזקה ברשת

אנחנו דואגים שתהיה לנו נוכחות חזקה באינטרנט על ידי שימוש בנכסים הדיגיטליים שלנו ובפלטפורמות המדיה החברתית כדי להתחבר לצרכנים שלנו, להודיע להם על מוצרים חדשים ולשמוע את התובנות, הבקשות והדרישות שלהם. ב-2013 קיימנו אינטראקציה

ישירה עם מאות אלפי צרכנים באמצעות הערוצים הדיגיטליים השונים שלנו.

יש לנו דפי פייסבוק, חשבון טוויטר, ערוץ יוטיוב וחשבון אינסטגרם, יחד עם פלטפורמות משלנו כדוגמת אתר החברה שלנו, שהוא שופע מידע, הבלוג שלנו, קהילת "שטראוס שלי" ועוד. אנחנו משתמשים בפלטפורמות אלו לאורך השנה כדי לתקשר עם הצרכנים בדרכים שונות. לדוגמה, ב-2013 ערכנו עשרה אירועי "תשאלו

את המומחה" בעמוד הפייסבוק של קבוצת שטראוס. אירועים אלו נתנו לצרכנים הזדמנות ללמוד מהמומחים על נושאים הקשורים למזון ולתזונה. בנוסף, אנחנו מעלים לדף הפייסבוק שלנו בכל יום שני מאמר הקשור לאחריות

מה שהצרכנים צריכים

"הצרכנים שלנו אומרים לנו שהם רוצים להיות מעורבים. הם רוצים להיות חלק מהדרך בה אנחנו מפתחים רעיונות חדשים ומוצרים חדשים, ולתקשר אודותם. הצרכנים רוצים ליצור תוכן. הם רוצים לתת את הטון, ושנאנחנו נקשיב ונגיב."

אילנית ורדימון

מנהלת מרכז מחקר ותובנות, שטראוס ישראל

חברתית. אנחנו מקיימים מערכות יחסים טובות עם בלוגרים בנושאי אחריות חברתית, וב-2013 השתתפנו ב-CSRChat, דיון מקוון בן שעה בטוויטר על דוח הקיימות האחרון שלנו.

אנחנו תומכים באינטראקציה ברשת בעזרת התקשורת והחדשנות במדיה הדיגיטלית, אשר מזהה פלטפורמות טכנולוגיות חדשות לאינטראקציה דיגיטלית עם הצרכנים. ב-2013 השקנו שתי פלטפורמות חדשות. פלטפורמת השיתוף טרנדימון נמצאת כיום בשימוש באתר שטראוס שלי ומתגמל את הצרכנים בטובות הנאה על שיתוף בתוכן באתר ועל הבאת חברים חדשים. Roojoom הוא כלי קריאה המסייע לצרכנים באינטראקציה עם תוכן שימושי אותו אנחנו מספקים, כולל מתכונים, טיפים וידע רחב בעולמות התזונה.

קהילת שטראוס שלי

שטראוס שלי הוא אתר שיצרנו במיוחד לצרכנים שלנו בארץ, המזמין אותם לקחת חלק בתהליך החדשנות שלנו, לתת משוב, להציע הצעות ולהתנסות במוצרים בשלב הפיתוח. בסוף 2013 השקנו את אתר שטראוס שלי מחדש כדי להעניק לחברי הקהילה ערך משופר עם הנחות גדולות יותר, טעימות של מוצרים חדשים והודעה מוקדמת בדבר השקת מוצרים חדשים. מאז עלייתו לאוויר ב-2011, למעלה מ-18,000 צרכנים הצטרפו כחברים ושלחו לנו יותר מ-38,000 רעיונות, אשר הובילו להשקתם של 28 מוצרים.

מעורבות עם ארגונים תעשייתיים וחברתיים

כחברה בינלאומית וחברת מזון ומשקאות מובילה בישראל, אנחנו משתתפים בקידום תפקידו ותפקיד הענף שלנו בטיפול בדרך בה אנחנו מוסיפים ערך לחברה. מנהלי הקבוצה פעילים במספר פורומים, ואנחנו משתתפים בקבוצות ובארגונים רבים ושונים, הן בישראל והן בחו"ל.

עפרה שטראוס יו"ר קבוצת שטראוס

• יו"ר מעלה - עסקים מנהיגים אחריות חברתית: מעלה היא עמותה אשר שמה לה למטרה לקדם פרקטיקות עסקיות ברות קיימא בישראל. עפרה השלימה כהונה בת שלוש שנים בסוף 2013.

• נשיאת פורום יסמין: יסמין, איגוד נשות עסקים בישראל, הוקם במטרה לממש את הפוטנציאל הכלכלי של נשות עסקים יהודיות וערביות. • יו"ר לשכת המסחר ישראל-אמריקה: לשכת המסחר היא ארגון וולונטרי המקדיש עצמו לקידום הסחר וההשקעות בין ישראל לארה"ב.



גדי לסין נשיא ומנכ"ל קבוצת שטראוס

• חבר בפורום השולחן העגול של ראש הממשלה: גדי לסין נבחר לשמש כאחד מ-11 חברי הפורום, שמטרתו לטפל בנושאים חברתיים דרך שיתוף פעולה בין המגזר הציבורי, הפרטי ומגזר העמותות.

• יו"ר מועצת התעשיינים בהתאחדות התעשיינים בישראל: התאחדות התעשיינים מייצגת את כל המגזרים בתעשייה בשוק המקומי והבינלאומי. • דירקטור וחבר הנהלת שב"ל - שיניים בריאות לכל: שב"ל היא עמותה המספקת טיפולי שיניים חינם לקבוצות אוכלוסייה מוחלשות.





בין הארגונים שעמם אנחנו בקשר שוטף נמנים כאלה, אשר מטפלים במטרות חברתיות וסביבתיות ברמה המקומית והגלובלית.

ארגון ה- Global Compact של האו"ם

יזמת מדיניות אסטרטגית המיועדת לחברות, שהן מחויבות לנהל את פעילותן העסקית ואת האסטרטגיות שלהן בהלימה עם עשרה עקרונות אוניברסאליים מקובלים בתחומי זכויות האדם, זכויות עובדים, איכות הסביבה ומניעת שחיתות. קבוצת שטראוס חברה בגלובל קומפקט מאז 2008 ומחויבת לקיום עשרת העקרונות של עסקים אחראיים ולדיווח שקוף על ההתקדמות שהושגה, מדי שנה. www.unglobalcompact.org

קטליסט

קטליסט הוא מלכ"ר גלובלי, שמטרתו להרחיב את ההזדמנויות לנשים ולעסקים. בעזרת שותפיו ברחבי העולם, ארגון קטליסט עורך מחקרים לשם מעקב אחר ייצוגן של נשים בדיקטוריונים ובהנהלות בכירות, תוך שימוש במתודולוגית מפקד קטליסט. שטראוס היא שותפה למפקד קטליסט בישראל וערכה את המפקד בארץ בארבע השנים האחרונות.

www.catalyst.org

התאחדות התעשיינים בישראל

שטראוס היא חברה פעילה, התומכת בהתאחדות ובאיגוד תעשיות המזון הפועל במסגרתה בקידום האינטרסים של הענף ומטרות לטובת מגזרי המזון והייצור בישראל, וכן מכהנת כיו"ר הפורום העסקי למניעת שוחד. נשיא ומנכ"ל שטראוס, גדי לסיך, מכהן כיו"ר מועצת התעשיינים בהתאחדות התעשיינים. www.industry.org.il



מעלה - עסקים מנהיגים אחריות חברתית



מעלה הוא עמותה שמטרתה לקדם פרקטיקות עסקיות ברות קיימא בישראל, ומפרסמת דירוג שנתי של חברות בארץ על פי קריטריונים של אחריות תאגידית. קבוצת שטראוס משתתפת בדירוג מאז נערך לראשונה, וב-2013 דורגה בדירוג הגבוה ביותר, פלטינה+. יו"ר קבוצת שטראוס, עפרה שטראוס, השלימה בסוף 2013 כהונה בת שלוש שנים כיו"ר מעלה. www.maala.org.il

שקיפות בינ"ל ישראל



הוא ארגון גלובלי, הפועל למיגור השחיתות בממשל, בעסקים ובחברה האזרחית. שטראוס תומכת במאמצי הארגון לקידום שקיפות, אתיקה ואחריות. www.transparency.org

נגישות ישראל



עמותה המקדמת נגישות עבור אנשים עם מוגבלויות ותומכת בשילובם בחברה. שטראוס ישראל היא חברה ב"פורום עסקים מקדמי נגישות" שהוקם על ידי העמותה, המאגד בתוכו למעלה מ-35 חברות ישראליות. החברות בפורום מהווה התחייבות לקידום הנגישות בתוך הארגון שלנו ובאמצעות השירותים והמוצרים שלנו. www.aisrael.org

הפורום הישראלי לגיוון בתעסוקה



עמותה המקדמת את שילובן של אוכלוסיות מוחלשות בשוק העבודה בישראל, שנוסדה על ידי ג'וינט ישראל. שטראוס היא חברה פעילה בפורום. www.diversityisrael.org.il

תמיכה בקהילה

השקעה במטרות חברתיות

קו משווה
אנחנו תומכים בתכניות ייעוץ למבוגרים צעירים בני הקהילה הערבית.

עלם - עמותה לנוער במצבי סיכון
אנחנו תומכים בפרויקט תעסוקתי המיועד למבוגרים צעירים מהפריפריה. העמותה להעצמה כלכלית לנשים:
אנחנו תומכים בפרויקטים תעסוקתיים לנשים מקרב האוכלוסייה היהודית והערבית.

קרן אברהם
אנחנו תומכים בהדרכה מקצועית ותכניות מנהיגות קהילתית לנשים מהקהילות הערביות שבסמוך למפעלים שלנו באזור הצפון.

אנחנו משתפים פעולה עם 40 שותפים קהילתיים בישראל ותומכים במגוון מטרות חברתיות, עם דגש על תעסוקה לאוכלוסיות מגוונות והעצמת נשים. בין השותפויות הפעילות שלנו נמנות:

עמותת "ידיד - מרכזי זכויות בקהילה"
אנחנו תומכים בקורסים לנשים שעזבו את שוק העבודה וזקוקות להכוונה ולהדרכה כדי לשקם את הקריירה שלהן.

בעצמי
אנחנו תומכים במתן הדרכה לאוכלוסיות מוחלשות בעלות רקע מגוון בכדי לסייע להן להשתלב בשוק העבודה.

השקעה בקהילה ב-2013 (במיליוני ש"ח)

	2013	2012	2011	
תרומות כספיות	3.8	2.7	4.3	▲
תרומות מוצרים (במחירי עלות)	5	5.8	7.1	▲
ערך שעות התנדבות עובדים ועלויות הנהלה	3	1.7	0.8	▲
סה"כ	11.8	10.2	12.2	▲



חברת שטראוס קפה ברומניה הזמינה ילדים בעלי צרכים מיוחדים, מבית ספר מקומי לסויר במפעל, במסגרת יום האחיות התאגידית של קבוצת שטראוס ב-2013.

ראו גם בפרק "גיוון בכל מה שאנחנו עושים" לפרטים בדבר יוזמות נוספות לתמיכה בגיוון בתעסוקה ובחינוך.

המעורבות שלנו בקהילה כוללת השקעה מתמשכת בפיתוח חברתי וכלכלי באמצעות תרומות כספיות, תרומות מוצרים והתנדבות עובדים. ב-2013 רמת התמיכה שלנו עלתה והיא הסתכמה ב-11.8 מיליון ש"ח, לרבות 23,000 שעות התנדבות עובדים בכל אתרינו בעולם.

תרומות הכסף והמוצרים ושעות התנדבות העובדים שלנו גם תומכות בעבודתם של ארגונים ברחבי הארץ, אשר מקדמים מטרות חברתיות כגון נגישות לאנשים בעלי מוגבלויות, מקלטים לנוער מאוכלוסיות מוחלשות, ופיתוח סוציו-אקונומי בערים בפריפריה.

תמיכה בחינוך בשטראוס קפה רומניה

ב-2013 חברנו יחד עם שני ארגונים חברתיים, World School of Values-I Vision, בהשקת תכנית בת 3 שנים לחינוך לא פורמלי עבור 100 צעירים מקהילות מוחלשות. התכנית כוללת ביקורים במפעל במטרה לחשוף את התלמידים לסוגי תפקידים שונים בתעשייה.

ב-2013 תרמנו 600 טון מוצרי מזון שאינם ברי מכירה ללקט וללתת, ועל ידי כך סיפקנו אוכל מזין וטעים לאלפי ישראלים, שאין ביכולתם לענות על צרכי המזון שלהם ללא עזרה.

השקעה בחינוך ובהזדמנויות קריירה

הזנק לתעשייה

המפעל של שטראוס בנצרת עילית משקיע בהרחבת היכולת למצוא תעסוקה בקרב בני נוער, וזו השנה השנייה בה השתתף בתכנית "הזנק לתעשייה", המעודדת בני נוער מרקע סוציו-אקונומי מוחלש ללמוד על התעשייה ולפתח כישורים שיעזרו להם במציאת עבודה עם סיום הלימודים בתיכון. המפעל העסיק תלמידי כיתה י"ב מבתי ספר טכניים מקומיים בעבודה במפעל פעמיים בשבוע ובזמן חופשות, תוך כדי השלמת לימודיהם. כשהם עובדים על ריצפת הייצור, התלמידים רוכשים כישורים מקצועיים בסביבת מפעל של ממש, ורוכשים ביטחון ביכולתם לתרום במסגרת עבודה בעלת משמעות בעתיד.

חלון לעתיד

מחלבת שטראוס באחיהוד משתתפת בתכנית "חלון לעתיד" מאז שנת 2011. התכנית מאפשרת לבני נוער מקהילות מוחלשות ללמוד על שוק העבודה ועל האתגרים וההזדמנויות שבתעסוקה קבועה. בני נוער המצטרפים לתכנית הם בגילאים 16 עד 18 אשר נפלטו מכל המסגרות החינוכיות. דרך העבודה עם אנשי שטראוס, הצעירים מקבלים הזדמנות ייחודית לחוות את העבודה באופן מעשי וזוכים להדרכה ולסיוע אישיים. בתכנית השתתפו יותר מ-15 בני נוער מאז השקתה ב-2011.

מכוונים להצלחה

שטראוס מים תמכה שוב בתכנית זו, אשר מסייעת למבוגרים צעירים לפתח מסלולי קריירה. חברנו יחד עם ארגון קהילתי מקומי לתמיכה בקבוצה בת 19 צעירים בני הקהילה האתיופית, במטרה לעזור להם לרכוש כלים שיכוונו אותם עם קבלת החלטה על לימודים אקדמיים ובחיפוש עבודה. 20 מנהלים משטראוס מים השתתפו בהעברת קורסים ובחונכות.

השקעה בהקלת הרעב

בישראל, מאות אלפי טונות של מזון מתבזבזים מדי שנה, כולל מוצרים שהגיעו לתאריך פקיעת התוקף שלהם, מזון שמסיבות שונות אינו מתאים לשיווק (אבל כן מתאים לאכילה) ותוצרת חקלאית עודפת או כזאת שלא ניתן לשווקה. למעלה מ-1.8 מיליון אנשים בישראל סובלים מחוסר ביטחון תזונתי וזקוקים נואשות לאותו מזון שמתבזבז מדי יום.

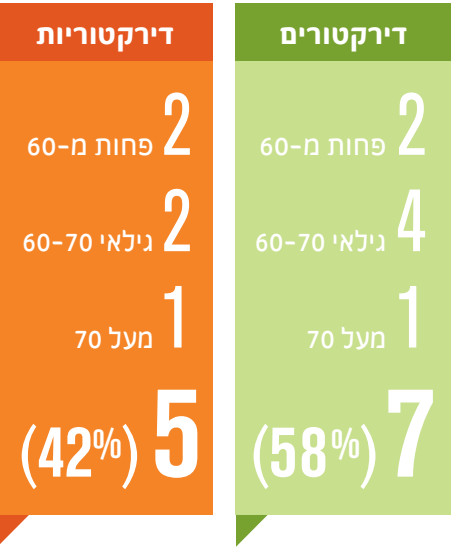
לקט ישראל - בנק המזון הלאומי, וארגון לתת - סיוע הומניטרי ישראלי, הן שתי העמותות המובילות המשמשות כבנקים למזון בישראל. אנחנו מעדיפים שפסולת המזון שאנחנו מייצרים תנוצל באופן פורה במקום לסתום את המטמנות. לכן, אנחנו תורמים מזון שאינו בר מכירה מכל קטגוריות המזון שלנו בארץ להפצה מהירה ובטוחה לנזקקים על ידי לקט ולתת. שני הארגונים מקיימים את הסטנדרטים הגבוהים ביותר בבטיחות המזון בהנצלה והפצה מחדש של המוצרים שלנו. ב-2013 תרמנו 600 טון מוצרי מזון שאינם ברי מכירה ללקט וללתת, ועל ידי כך סיפקנו אוכל מזין וטעים לאלפי ישראלים, שאין ביכולתם לענות על צרכי המזון שלהם ללא עזרה.

ממשל תאגידי ואתיקה

ממשל תאגידי

דירקטוריון קבוצת שטראוס מורכב מ-12 דירקטורים, מהם 5 הן נשים. חמישה דירקטורים הם בלתי תלויים (כולל שני דירקטורים מטעם הציבור). אף אחד מהדירקטורים אינו חבר בהנהלת הקבוצה ואינו מחזיק בכל תפקיד אחר בה. שמונה מחברי הדירקטוריון הם בעלי כישורים פיננסיים וחשבונאיים, כמוגדר ברגולציה.

הרכב דירקטוריון קבוצת שטראוס 2013



לדירקטוריון שלנו 5 ועדות, אשר מסייעות לדירקטוריון במילוי תפקידיו.

ועדה	תפקיד הוועדה
ועדת ביקורת	תפקידה העיקרי הוא לפקח על המבקר הפנימי ועל דוחות הביקורת הפנימית, ועל ניהול סיכונים.
הוועדה לבחינת הדוחות הכספיים	ועדה זו אחראית לניטור הדיווח הכספי, הדוחות הכספיים והדיווחים.
ועדת כספים	עיקר תפקיד ועדת הכספים הוא פיקוח פיננסי על הקבוצה.
ועדת משאבי אנוש ותגמול	תפקיד ועדת משאבי אנוש ותגמול היא להבטיח שתכנית התגמול של החברה עולה בקנה אחד עם אסטרטגית התגמול המוצהרת שלה ועם דרישות הגופים הרגולטוריים.
ועדת השקעות ומיזוגים ורכישות	ועדת אד-הוק אשר מתכנסת לבחינת השקעות והזדמנויות למיזוגים ורכישות.

ניהול אחריות תאגידית

אנחנו מנהלים את מאמצינו בתחום האחריות התאגידית במבנה של ניהול מטריצוני על ידי מנהלים ונאמנים גלובליים ומקומיים שמגדירים את האסטרטגיה ומוציאים אותה לפעול, בונים תכניות עבודה ומתקשרים עם העובדים. מיכאל אבנר הוא היועץ המשפטי הראשי של קבוצת שטראוס ומזכיר החברה, והנו חבר בצוות ההנהלה הבכירה של הקבוצה האחראי לאחריות חברתית. מנהלת האחריות התאגידית מדווחת לו. מייק מפקח ומעדכן את הדירקטוריון ואת ההנהלה הבכירה בנוגע לביצועים והזדמנויות בתחום האחריות החברתית. הצוות האחראי לקידום האחריות החברתית מונה את הרשומים מטה:

- **מנהלת האחריות התאגידית**, דניאלה פרוסקי-שיאון, אחראית לפיתוח אסטרטגית האחריות התאגידית הגלובלית ולהבטחת מסגרת ליישומה לרוחב היחידות העסקיות הגלובליות שלנו. בנוסף, דניאלה מנהלת את פיתוח דוח הקיימות השנתי שלנו ומייצגת את קבוצת שטראוס בוועידות ורשתות חיצוניות בתחום שבאחריותה.

- **הבורד החברתי** הוקם ב-2011 ומורכב מקבוצת מנהלים בכירים, המייצגים את הנהגת הקבוצה והנהגת שטראוס ישראל, ותפקידו להנחות ולתמוך במעורבות עם מחזיקי העניין ברמות שונות ולהבטיח שהזדמנויות לדו-שיח אכן ינוצלו.

- **פורום נאמני אחריות תאגידית** מייצג את היחידות העסקיות בכל חברות קבוצת שטראוס ומסייע בניהול הפעילות בתחום ברמה המקומית. 35 הנאמנים נפגשים מדי שנה, מקבלים הדרכה בנושאים הקשורים לאחריות חברתית ופועלים כאנשי קשר חטיבתיים לחיזוק ההתקדמות, התקשורת וההתנהגות האתית. ב-2013 הנאמנים סייעו בפיתוח אסטרטגית הקיימות לשנת 2020, כולל השתתפות בסקירה ודיון עם גדי לסין, נשיא ומנכ"ל קבוצת שטראוס.

- **מובילים חברתיים** משמשים כאנשי קשר ותיאום בין שותפים בקהילה המקומית לבין היחידות העסקיות השונות שלנו. המובילים החברתיים עובדים עם השותפים בקהילה לזיהוי צרכים מקומיים, קיום פעילויות, טיפוח יחסים ועירוב עובדים בפעילות התנדבותית. פורום המובילים החברתיים בארץ מתכנס פעם בשנה כדי לבחון את ההתקדמות ולחלוק רעיונות.

אנחנו מנהלים את מאמצינו בתחום האחריות התאגידית במבנה של ניהול מטריצוני על ידי מנהלים ונאמנים גלובליים ומקומיים שמגדירים את האסטרטגיה ומוציאים אותה לפעול, בונים תכניות עבודה ומתקשרים עם העובדים.



אתיקה

אנחנו שואפים להבטיח שנפעל על פי הסטנדרטים האתיים הגבוהים ביותר בכל עת, ועושים כל שביכולתנו לקיים תרבות עסקית אתית. הקוד האתי שלנו, שתורגם ל-11 שפות, עומד לרשות כלל העובדים בכל האתרים שלנו ברחבי העולם, בפורטל האינטרנט שלנו, ולרשות הכל באתר האינטרנט של הקבוצה. כל העובדים החדשים מקבלים הדרכה בנושא האתיקה עם הצטרפותם לחברה. בכל אתר, מפעל ומרכז לוגיסטי קיימת פינת אתיקה ייעודית, בה ניתן למצוא את הקוד האתי וגם חוברת הממחישה דילמות אתיות ואת הדרכים הנכונות להתמודד אתן. בכל אחת מהיחידות העסקיות שלנו קיים נאמן אתיקה, אשר עומד לרשות העובדים בכל שאלה או לשם דיווח על חשדות להפרות אתיות. שלושים וחמישה נאמני האתיקה בקבוצה מעבירים הדרכות בתחום האתיקה ומנטרים את הביצועים בפועל.

לומדת אתיקה

ב-2013 השקנו לומדה ממוחשבת לרענון הידע בתחום הקוד האתי שלנו. הלומדה מאפשרת תהליך למידה יעיל ומעמיק ודורשת מהעובדים לעבור מבחן קצר עם השלמתה. ב-2013, 1,500 עובדים בישראל השלימו את הלומדה הממוחשבת, ועובדים אחרים עברו במשך השנה הדרכה פנים אל פנים בתחום האתיקה.

אנחנו מפעילים קו חם הפועל 24 שעות ביממה, ומעודדים את העובדים שלנו ברחבי העולם לדווח על הפרות של הקוד האתי ללא חשש ממעשי נקם. הקו החם פועל באמצעות הטלפון או דרך אתר האינטרנט של שטראוס. ב-2013 היו 7 פניות לקו החם, וכולן נבדקו ונפתרו.

ניהול סיכונים

אנחנו מנתחים ומעריכים סיכונים עסקיים, חברתיים וסביבתיים ומקיימים אמצעי בטיחות נאותים למניעתם כחלק מהגישה שלנו, המבוססת על נקיטת אמצעי זהירות. ועדת הביקורת של דירקטוריון קבוצת שטראוס מפקחת ומעריכה סיכונים שזוהו, ומורה על הפעולות המתאימות בתוך חברות הקבוצה. ב-2013 ערכנו סקר סיכונים מלא. לפרטים נוספים בנושא ניהול סיכונים, ראו הדוח השנתי שלנו לשנת 2013.

ציות ואכיפה

ביקורת ציות פנימיות נערכות על ידי מבקר בלתי תלוי בכל אחת מחברות הקבוצה. ב-2013, 23% מהאתרים והיחידות העסקיות שלנו בעולם עברו ביקורת לניטור ציות לחוקים ולתקנות ולמדיניות החברה. הביקורת התמקדה בנושאי אתיקה, מניעת הטרדה מינית, בטיחות מזון, אבטחת מידע, זכויות במקום העבודה וזכויות עובדים, וכן במדיניות ביחס לתרומות. בהמשך לביקורת, המבקר הפנימי שלנו המליץ על פעולות ליישום במהלך 2014.

בהתאם לדרישות הרגולציה, לקבוצה תכניות ציות ואכיפה בתחום ניירות הערך וההגבלים העסקיים. ב-2013 יישמנו לומדה ממוחשבת בנושאים אלו, המיועדת למנהלים בכירים ולעובדים מחטיבת הכספים, הלשכה המשפטית והתקשורת.

אודות הדיווח שלנו

זהו דוח הקיימות השנתי השביעי שלנו, והוא מתאר את הגישה שלנו לקיימות ואת הפעולות המרכזיות בהן נקטנו ב-2013 לקידומן של פרקטיקות אחראיות וברות קיימא בפעילות הגלובלית שלנו. הדוח נועד לתת למחזיקי העניין שלנו דין וחשבון שקוף בדבר השפעותינו החברתיות והסביבתיות. הנתונים מתייחסים לשנת 2013 הקלנדרית אלא אם צוין אחרת. הדוח האחרון שלנו פורסם ב-2013 והתייחס לשנת 2012 הקלנדרית.

בעריכת דוח זה בחנו תשומות ממחזיקי העניין העיקריים שלנו - עובדים וצרכנים - וממגוון מחזיקי עניין נוספים היכן שנדרש. מנהלת האחראיות התאגידית ומנהלים בכירים נוספים בקבוצה קבעו את בחירת התכנים לדוח זה על סמך הערכה של נושאים מהותיים, כולל נושאים, שהם ידועים כחשובים למחזיקי העניין, ובהמשך להתייעצות ספציפית עם מומחים בנוגע לנושאי קיימות בעלי עדיפות.

הדוח נכתב בהתאם לקווים המנחים לדיווחי קיימות מטעם יוזמת הדיווח הגלובלית G4 (GRI) ברמת CORE, אשר לדעתנו מייצגים את מסגרת דיווח

בתחום הקיימות); ושלמות (הכללת כל המידע המשקף השפעות כלכליות משמעותיות כדי לאפשר למחזיקי עניין להעריך את הביצועים שלנו).

עקב מגבלת משאבים, אין אנו מבקשים בקרה חיצונית לדוח שלנו, אך יועצים חיצוניים ומומחים לדיווח מסייעים בהכנת הדוח ותומכים בתהליכי איסוף נתונים סביבתיים, כולל בחינת הנתונים ובחינת תהליך איסופם. דוח זה אף עולה בקנה אחד עם המחויבות שלנו להגיש "תקשור בדבר התקדמות" שנתי לארגון הגלובל קומפקט של האו"ם.

ניתן למצוא פרטים נוספים אודות קבוצת שטראוס באתר האינטרנט הגלובלי שלנו, www.strauss-group.com, ובאתרים של החברות הבנות שלנו (דרך הקישורים באתר הגלובלי).

דוח זה נכתב בהתאם לעקרונות להגדרת תכני הדוח, המפורטים בהנחיות G4. אלה הם: מהותיות (הנושאים החשובים ביותר לצמיחתנו העסקית בטווח הארוך, ושהם בעלי החשיבות הרבה ביותר למחזיקי העניין); הכללת מחזיקי עניין (מתן מענה לציפיות ולנושאים שהם קרובים ללבם של מחזיקי העניין); הקשר (הצגת הביצועים שלנו בהקשר הרחב יותר של סוגיות

הערות לאיסוף הנתונים

איסוף נתונים סביבתיים כולל את האתרים המפורטים בטבלה הבאה, המהווים למעלה מ-90% מכלל פעילות הייצור שלנו.

מדינה	מיקום	פעילות עיקרית	שטח בנוי (מ"ר)	נכללו באיסוף הנתונים שלנו	2012	2011	2010
אוסטרליה	Cavan, דרום אוסטרליה	ייצור מטבלים**	2,000	ל.ר.	✗	✗	✓
אנגליה	גילדפורד במחוז סארי	משרדי שטראוס מים וחטיבת המכירות.		✗	✗	✗	
ארה"ב	וירג'יניה	ייצור ממרחים ומטבלים מצוננים.	10,630	✓	✓	✓	
ארה"ב	וירג'יניה***	מטה חברת סברה.		✓	✓	✓	
ארה"ב	אושנסייד, קליפורניה****	ייצור מטבלי סלסה.	3,700	✗	✗	✗	
ארה"ב	פרמינגדייל, ניו-יורק****	ייצור מטבלים חלביים.	3,900	✗	✗	✗	
ארה"ב	פילדלפיה, בוסטון, לאס וגאס, העיר ניו-יורק	מטה מקס ברנר ו-Chocolate Bars של מקס ברנר*****		✓	✓	✓	
ברזיל	סנטה לוצייה, ליד בלו הוריזונטה שבמדינת מינאס ז'ראיס	ייצור קפה קלוי וטחון וקפוצ'ינו.	12,800	✓	✓	✓	
ברזיל	אוסביו במדינת סיארה	ייצור קפה קלוי וטחון.	4,650	✓	✓	✓	
ברזיל	נאטאל במדינת ריו גרנדה דו נורטה	ייצור קפה, אבקת שוקו וקפוצ'ינו.	8,100	✓	✓	✓	
ברזיל	נובה איגואסו, ריו דה ז'ניירו	ייצור נייר פילטר לקפה פילטר.	3,150	✓	✓	✓	
ברזיל	מוסורו במדינת ריו גרנדה דו נורטה	ייצור מוצרי תירס ואבקות משקה.	13,200	✗	✗	✗	
ברזיל	ורגינה מדינת מינאס ז'ראיס	עיבוד קפה ירוק.	7,300	✗	✗	✗	
גרמניה	Upahl	ייצור קפה נמס.	11,608	ל.ר.	✗	✓	
הולנד	אמסטרדם	המטה הגלובלי של שטראוס קפה.		ל.ר.	✗	✓	
ישראל	אחיהוד	ייצור מוצרי חלב.	21,000	✓	✓	✓	
ישראל	נצרת	ייצור שוקולד, ממתקים ומסטיק.	35,000	✓	✓	✓	
ישראל	בית-שמש	מוצרי השוקולד של מקס ברנר.	2,300	✓	✓	✓	
ישראל	שדרות	ייצור חטיפים מלוחים.	10,000	✓	✓	✓	

מדינה	מיקום	פעילות עיקרית	שטח בנוי (מ"ר)	נכללו באיסוף הנתונים שלנו	2012	2011	2010
ישראל	יטבתה	ייצור משקאות חלב וחלב מועשר.	6,100	✓	✓	✓	
ישראל	כרמיאל	ייצור סלטים.	9,000	✓	✓	✓	
ישראל	שדה ניצן	חיתוך, ערבוב ואריזת ירקות טריים מצוננים.	2,560	✓	✓	✓	
ישראל	יד מרדכי	ייצור מוצרי דבש, שמן זית וקונפיטורות.	4,300	✓	✓	✓	
ישראל	מפרץ חיפה	הפצה בקירור.	4,735	✓	✓	✓	
ישראל	עכו	מרכז לוגיסטי.	8,695	✓	✓		
ישראל	פתח-תקווה	הפצה בקירור.	5,790	✓	✓	✓	
ישראל	בית-שמש	הפצה בקירור.	390	✓	✓	✓	
ישראל	באר-שבע	הפצה בקירור.	4,920	✓	✓	✓	
ישראל	צריפין	הפצה בקירור.	19,000	✓	✓	✓	
ישראל	צפת	ייצור קפה נמס.	5,300	✓	✓	✓	
ישראל	לוד	ייצור קפה קלוי וטחון ואבקת שוקו.	4,441	✓	✓	✓	
ישראל	פתח-תקווה	משרדי מטה הקבוצה.	2,500	✓	✓	✓	
ישראל	נתיב הלי"ה	מפעל שטראוס מים.	6,092	✓	✓	✓	
ישראל	אור יהודה	מטה שטראוס מים.	6,760	✓	✓	✓	
ישראל	לוד	יחידת האחסנה של שטראוס מים.	1,250	✓	✓	✗	
מכסיקו	מכסיקו סיטי	ייצור מטבלים וממרחים מצוננים.	1,639	✗	✗	ל.ר.	
סין	שנחאי	משרדי שטראוס מים.		✗	✗	✗	
סין	שנזן	משרדי שטראוס מים וייצור במיקור חוץ.		✗	✗	✗	
סרביה	Simanovci, ליד בלגרד	ייצור קפה קלוי וטחון.	8,500	✓	✓	✓	
פולין	Swadzim, ליד פוזנן	ייצור קפה קלוי וטחון.	11,540	✓	✓	✓	
רומניה	בוקרשט	ייצור קפה קלוי וטחון וקפה נמס.	4,365	✓	✓	✓	
רוסיה	סטרונינו, מחוז ולדימיר	ייצור קפה קלוי וטחון ומפעל אריזה לקפה נמס מייבש בהקפאה, עולש וכיו"ב.	13,370	✓	✗	✗	
*	בנוסף, נתונים נבחרים נאספו מ-55 נקודות מכירה קמעונאיות לקפה בישראל.						
**	הנתונים מאובלה אוסטרליה כוללים מספר עובדים, צריכת אנרגיה ומים ופליטות גזי חממה בלבד.						
***	הנתונים ממטה חברת סברה אינם כוללים נתונים סביבתיים.						
****	למפעלי סברה באושנסייד, קליפורניה ובפרמינגדייל, ניו-יורק אין כיום תשתיות לדיווח. אתרים אלו מהווים פחות מ-10% מהייצור של סברה.						
*****	הנתונים ממקס ברנר ארה"ב אינם כוללים נתונים סביבתיים.						

צריכת אנרגיה
הביומסה שבשימוש בישראל ובסרביה מסווגת כביומסה מתחדשת.

מקדמי המרה המפורסמים על ידי חברת החשמל. ביומסה מתחדשת גורמת לאפס פליטות פחמן (CDP).

פליטות פחמן
המרת פליטות פחמן מבוצעת תוך שימוש במקדמי ההמרה העדכניים ביותר על פי "פרוטוקול גזי חממה" בכל מדינות הפעילות פרט לישראל, בה משמשים

עובדים
בדוח השנתי שלנו לשנת 2013, מספר העובדים הישירים דווח כ-13,565 בכלל הפעילות הגלובלית שלנו, כולל עובדי קבלן ועובדים שאינם מוכרים כעובדי

החברה, ו-12,426 עובדים ישירים. הנתונים המתייחסים לעובדים בדוח זה מבוססים על המספר הכולל של 12,556 עובדים ישירים. הפער נובע מהבדלים מזעריים בתאריכי החיתוך בדיווח בין החברות השונות בקבוצה, ומהבדלים בהיקף הנתונים שכוסו בשני הדוחות.

אינדקס תוכן GRI G4

G4	גילויים סטנדרטיים כלליים	פרק / עמוד	בקרה חיצונית
אסטרטגיה וניתוח			
G4-1	הצהרה מאת מקבל ההחלטות הבכיר ביותר בארגון.	דבר הנהלת הקבוצה: עמוד 4	ללא
פרופיל ארגוני			
G4-3	שם הארגון	אודות קבוצת שטראוס: עמוד 6	ללא
G4-4	המותגים, המוצרים והשירותים העיקריים.	אודות קבוצת שטראוס: עמוד 6, 7	ללא
G4-5	מיקום מטה הארגון.	אודות קבוצת שטראוס: עמוד 6	ללא
G4-6	מספר המדינות בהן הארגון פועל ושמות המדינות בהן לארגון פעילות מהותית.	אודות קבוצת שטראוס: עמוד 7	ללא
G4-7	אופי הבעלות והמבנה המשפטי.	אודות קבוצת שטראוס: עמוד 6	ללא
G4-8	השווקים אותם הארגון משרת.	אודות קבוצת שטראוס: עמוד 6, 7	ללא
G4-9	היקף הארגון.	עמוד 86	ללא
G4-10	סה"כ עובדים לפי הסכמי עבודה ומגדר.	עמוד 86	ללא
G4-11	אחוז העובדים מתוך כלל העובדים, המכוסים על ידי הסכמים קיבוציים.	46% מכוח העבודה הגלובלי שלנו מועסק על פי הסכמים קיבוציים.	ללא
G4-12	תיאור שרשרת האספקה של הארגון	שרשרת אספקה אחראית: עמוד 50, 51	ללא
G4-13	שינויים מהותיים בתקופת הדיווח בגודל הארגון, במבנה שלו, בבעלות בו או בשרשרת האספקה שלו.	לא אירעו שינויים מהותיים בארגון המלך תקופת הדיווח.	ללא
G4-14	האם וכיצד הגישה או העיקרון של נקיטת אמצעי זהירות מטופלים על ידי הארגון.	ניהול סיכונים: עמוד 79	ללא

G4	גילויים סטנדרטיים כלליים	פרק / עמוד	בקרה חיצונית
G4-15	פירוט אמנות או עקרונות כלכליים, סביבתיים וחברתיים או יוזמות אחרות שפותחו מחוץ לארגון, אותם הארגון אימץ או בהם הוא תומך.	מעורבות עם ארגונים תעשייתיים וחברתיים: עמוד 72, 73	ללא
G4-16	פירוט חברות בארגונים (כגון ארגונים מגזריים) או ארגוני תמיכה לאומיים או בינלאומיים.	מעורבות עם ארגונים תעשייתיים וחברתיים: עמוד 71	ללא
היבטים מהותיים וגבולותיהם			
G4-17	פירוט של כל הישגיות הכלולות בדוחות הכספיים או במסמכים מקבילים של הארגון.	הערות לאיסוף הנתונים: עמוד 81, 82 ישויות הכלולות בדוחות הכספיים ואינן כלולות בדוח זה: • פעילות שטראוס מים בסין (שותפות עם האייר) ובאנגליה (שותפות עם וירג'ין) אינה כלולה בדוח זה. • פעילות זכייני מקס ברנר בישראל, באוסטרליה, בפיליפינים ובסינגפור. • פעילות אובלה במקסיקו.	ללא
G4-18	הסבר של התהליך שיושם בהגדרת תוכן הדוח וגבולות ההיבטים.	אודות הדיווח שלנו: עמוד 80	ללא
G4-19	פירוט של כל ההיבטים המהותיים שזוהו בתהליך הגדרת תוכן הדוח.	סוגיות קיימות בעלות עדיפות עליונה: עמוד 18, 19	ללא
G4-20	לגבי כל היבט מהותי, ציון גבול ההיבט בתוך הארגון.	עמוד 88	ללא
G4-21	לגבי כל היבט מהותי, ציון גבול ההיבט מחוץ לארגון.	עמוד 88	ללא
G4-22	השפעתם של ניסוחים מחדש של מידע שנמסר בדוחות קודמים.	אין כל ניסוח מחדש של מידע שנמסר בדוחות קודמים.	ללא
G4-23	שינויים מהותיים לעומת תקופות דיווח קודמות בהיקף ובגבולות ההיבטים.	אין שינויים מהותיים בהיקף ובגבולות ההיבטים לעומת תקופות דיווח קודמות.	ללא
מעורבות מחזיקי עניין			
G4-24	פירוט קבוצות מחזיקי העניין עמן הארגון מקיים קשרים.	מעורבות מחזיקי עניין: עמוד 68, 69	ללא
G4-25	ציון הבסיס לזיהוי ובחירת מחזיקי עניין לקיום קשרים.	מעורבות מחזיקי עניין: עמוד 68, 69	ללא
G4-26	תיאור הגישה של הארגון למעורבות מחזיקי עניין.	מעורבות מחזיקי עניין: עמוד 68, 69	ללא
G4-27	ציון נושאים וחששות מרכזיים שהועלו דרך המעורבות עם מחזיקי העניין.	שולחן עגול בהשתתפות מומחים: עמוד 20, 21 נושאי קיימות שהם בעדיפות עליונה עבורנו: עמוד 18 דברי ארון קרמר: עמוד 22, 23	ללא

G4	גילויים סטנדרטיים כלליים	פרק / עמוד	בקרה חיצונית
פרופיל הדוח			
G4-28	תקופת הדיווח.	אודות הדיווח שלנו: עמוד 80	ללא
G4-29	תאריך הדוח הקודם האחרון.	אודות הדיווח שלנו: עמוד 80	ללא
G4-30	מחזור הדיווח.	אודות הדיווח שלנו: עמוד 80	ללא
G4-31	ציון איש קשר לשאלות בנוגע לדוח או לתוכנו.	דניאלה פרוסקי-שיאון מנהלת אחריות תאגידית גלובלית קבוצת שטראוס הסיבים 49, פתח-תקווה 49517 daniela.sion@strauss-group.com	ללא
G4-32	רמת הדיווח בה הארגון בחר.	אודות הדיווח שלנו: עמוד 80 אינדקס ה-GRI: עמודים 83-94 דוח זה לא עבר בקרה על ידי גורם חיצוני.	ללא
G4-33	מדיניות הארגון והפרקטיקה הנוכחית שלו בעניין לבקרת הדוח על ידי גורם חיצוני.	אודות הדיווח שלנו: עמוד 80	ללא
ממשל תאגידי			
G4-34	ציון מבנה הממשל התאגידי של הארגון.	ממשל תאגידי ואתיקה: עמוד 76 החזון והערכים שלנו: עמוד 10	ללא
אתיקה וציות			
G4-56	תיאור של ערכי הארגון, עקרונותיו, הסטנדרטים ונורמות ההתנהגות שלו כדוגמת קוד התנהגות וקוד אתי.	החזון והערכים שלנו: עמוד 10 אתיקה: עמוד 79	ללא

9-G4: היקף הארגון

מספר עובדים: ראה תשובתנו ל-G4-10 להלן

מספר פעילויות: ראה הערות לאיסוף הנתונים לעיל

מכירות נטו: ראה פרק אודות קבוצת שטראוס

הכנסות נטו: ראה פרק אודות קבוצת שטראוס

סך המאזן: ראה הדוח השנתי לשנת 2013

כמות המוצרים והשירותים אותם אנו מספקים: ב-2013 סיפקנו קרוב ל-500,000 טון מוצרי מזון ומשקאות

10-G4: עובדים

מספר עובדים לפי מגדר	2012	2013
גברים	6,939	7,394
נשים	5,243	5,162
סה"כ עובדים	12,182	12,556

סה"כ עובדים לפי הסכמי עבודה	2012	2013
הסכם קבוע	11,979	11,928
הסכם זמני	203	628
סה"כ עובדים	12,182	12,556

סה"כ עובדים לפי סוג משרה	2012	2013
עובדים במשרה מלאה	11,540	11,014
עובדים במשרה חלקית	823	1,542
סה"כ עובדים	12,182	12,556

סה"כ עובדים לפי אזורים ומגדר	2012			2013	
	גברים	נשים	סה"כ	גברים	נשים
ברזיל	2,703	1,356	4,059	2,997	1,436
אירופה	889	601	1,490	994	668
ישראל	2,795	2,863	5,658	2,806	2,588
ארה"ב	552	423	975	597	470
סה"כ עובדים	6,939	5,243	12,182	7,394	5,162
אחוז נשים-גברים	57%	43%		59%	41%

כוח עבודה כולל לפי עובדים, ועובדים שאינם מוכרים כעובדי החברה, ולפי מגדר	2013		
	גברים	נשים	סה"כ
עובדים	7,394	5,162	12,556
עובדים שאינם מוכרים כעובדי החברה	401	356	756
סה"כ עובדים ועובדים שאינם מוכרים כעובדי החברה	7,795	5,518	13,312

בשטראוס ישראל, הפצת המוצרים לנקודות מכירה קמעונאיות קטנות מבוצעת על ידי 256 מפיצים עצמאיים, אשר עובדים עם שטראוס באופן בלעדי. כאשר לוקחים בחשבון את פורטפוליו המוצרים השלם שלנו לאורך השנה, אין הבדלים עונתיים מובהקים.

G4-20: גבולות היבטים פנימיים /

G4-21: גבולות היבטים חיצוניים

היבטים מהותיים (G4-19)	קטגוריה / היבט / אינדיקטור	היקף השפעה
אורח חיים בריא	חברתי: חברה: קהילות מקומיות: G4-SO1	חיצוני: משפיע על הצרכנים בכל השווקים בהם אנו פועלים.
	חברתי: חברה: מזון בריא ושווה לכל כיס: FP4	
	חברתי: אחריות למוצרים: בריאות ובטיחות לקוחות: FP6	
	כלכלי: השפעות כלכליות עקיפות: G4-EC8	
	כלכלי: השפעות כלכליות עקיפות: FP7	
צמצום צריכת משאבים ופסולת בשרשרת הערך שלנו	סביבתי: חומרים: G4-EN1	חיצוני: משפיע על הקיימות הסביבתית בכל השווקים שלנו.
	סביבתי: אנרגיה: G4-EN3, G4-EN5	
	סביבתי: מים: G4-EN8	
	סביבתי: פליטות: G4-EN15, G4-EN16, G4-EN18, G4-EN20, G4-EN21	
	סביבתי: קולחין ופסולת: G4-EN22, G4-EN23	
סימון מוצרים ברור ושיווק אחראי	סביבתי: כללי: G4-EN31	חיצוני: משפיע על הצרכנים בשווקים בהם אנו פועלים.
	חברתי: אחריות למוצרים: סימון מוצרים ושירותים: G4-PR3	
	חברתי: אחריות למוצרים: סימון מוצרים ושירותים: G4-PR5	
	חברתי: תקשורת שיווקית: G4-PR7	
	חברתי: אחריות למוצרים: סימון מוצרים ושירותים: FP8	
שרשרת אספקה אחראית	כלכלי: פרקטיקות רכש: FP1	חיצוני: משפיע על ספקים וכלכלות בשווקים בהם אנו פועלים.
	כלכלי: פרקטיקות רכש: FP2	
גיוון בכל מה שאנחנו עושים	חברתי: גיוון ושוויון הזדמנויות: G4-LA12	פנימי: משפיע על העובדים שלנו ועל הצמיחה האישית וההזדמנויות שלהם.
	חברתי: פרקטיקות תעסוקה ועבודה הוגנת: תגמול שווה לנשים וגברים: G4-LA13	
השקעה בעובדים שלנו	חברתי: חברה: קהילות מקומיות: G4-SO1	חיצוני: משפיע על קהילות ועל פיתוח כלכלי בשווקים בהם אנו פועלים.
	כלכלי: פרקטיקות רכש: G4-EC9	
	חברתי: פרקטיקות תעסוקה ועבודה הוגנת: תעסוקה: G4-LA1	פנימי: משפיע על העובדים שלנו, על בטיחותם ורווחתם, ועל הצמיחה האישית וההזדמנויות שלהם.
	חברתי: פרקטיקות תעסוקה ועבודה הוגנת: בריאות תעסוקתית: G4-LA6	
	חברתי: פרקטיקות תעסוקה ועבודה הוגנת: הדרכה וחינוך: G4-LA10	
	חברתי: פרקטיקות תעסוקה ועבודה הוגנת: הדרכה וחינוך: G4-LA11	

גילויים סטנדרטיים ספציפיים

היבטים מהותיים (G4-19)	גילויים בדבר גישת ההנהלה ואינדיקטורים	עמוד/קישורית	נתונים שהושמטו	בקרה חיצונית
אורח חיים בריא	חברתי: חברה: קהילות מקומיות: G4-SO1	תמיכה בקהילה: עמוד 75,74 100% מהחברות שלנו מפעילות תכניות מעורבות קהילתית.	נתונים ספציפיים לפי מכירות וקטגוריות אינם זמינים. הנושא נמצא בפיתוח וידווח ב-2015.	ללא
	אחוז הפעילויות בהן יושמה מעורבות קהילתית, הערכת ההשפעות ותכניות לפיתוח.			
חברתי: חברה: מזון בריא ושווה לכל כיס: FP4	אופייין, היקפן ויעילותן של תכניות ופרקטיקות אשר מקדמות אורח חיים בריא.	קידום אורח חיים בריא: עמודים 31-26 העלאת המודעות לאורח חיים בריא: עמוד 33	נתונים ספציפיים לפי מכירות וקטגוריות אינם זמינים. הנושא נמצא בפיתוח וידווח ב-2015.	ללא
	חברתי: אחריות למוצרים: בריאות ובטיחות לקוחות: FP6			
כלכלי: השפעות כלכליות עקיפות: G4-EC8	אחוז מכמויות המכירה הכוללות של מוצרי צריכה לפי קטגוריות מוצר, שהם בעלי תכולה מופחתת של שומן רווי, שומן טראנס, נתרן וסוכרים.	קידום אורח חיים בריא: עמודים 31-26	נתונים ספציפיים לפי מכירות וקטגוריות אינם זמינים. הנושא נמצא בפיתוח וידווח ב-2015.	ללא
	השפעות כלכליות עקיפות מהותיות, כולל היקף ההשפעה.			
כלכלי: השפעות כלכליות עקיפות: FP7	אחוז מכמויות המכירה הכוללות של מוצרי צריכה לפי קטגוריות מוצר נמכרות, אשר מכילים כמויות מוגדלות של סיבים תזונתיים, ויטמינים, מינרלים, פיטוכימיקלים או תוספי מזון פונקציונליים.	קידום אורח חיים בריא: עמודים 31-26	נתונים ספציפיים לפי מכירות וקטגוריות אינם זמינים. הנושא נמצא בפיתוח וידווח ב-2015.	ללא
	השפעות כלכליות עקיפות: G4-EC8			

היבטים מהותיים (G4-19)	גילויים בדבר גישת ההנהלה ואינדיקטורים	עמוד/קישורית	נתונים שהושמטו	בקרה חיצונית
צמצום צריכת משאבים ופסולת בשרשרת הערך שלנו	סביבתי: חומרים: G4-EN1	עמוד 92	הנתונים מדווחים עבור שימוש בחומרי גלם בישראל בלבד.	ללא
	שימוש בחומרים לפי משקל או כמות			
	סביבתי: אנרגיה: G4-EN3	עמוד 93		ללא
	צריכת אנרגיה בארגון			
	סביבתי: אנרגיה: G4-EN5	עמוד 93		ללא
סביבתי: מים: G4-EN8 סביבתי: פליטות: G4-EN15 סביבתי: פליטות: G4-EN16 סביבתי: פליטות: G4-EN18 סביבתי: פליטות: G4-EN20 סביבתי: פליטות: G4-EN21 סביבתי: קולחין ופסולת: G4-EN22 סביבתי: קולחין ופסולת: G4-EN23 סביבתי: כללי: G4-EN31	עצימות אנרגטית	עמוד 94		ללא
	שאיבת מים כוללת לפי מקורות			
	פליטות גזי חממה ישירות (מכלול 1)	עמוד 95		ללא
	פליטות גזי חממה עקיפות (מכלול 2)	עמוד 95		ללא
	עצימות פליטות גזי חממה	עמוד 96		ללא
	חומרים מדללי אוזון	עמוד 96		ללא
	פליטות מזהמי אוויר (NOx, SOx), חומר חלקיקי)	עמוד 96		ללא
	רמות מזהמים כוללות במי שפכים	עמוד 97		ללא
	משקל כולל של פסולת לפי סוג ואופן היפטרות.			
	הפחתת צריכת משאבים ופסולת: עמוד 56		הנתון מתייחס לסה"כ ההוצאות על הגנת הסביבה, ללא הפרדה על פי סוג ההוצאה.	ללא

היבטים מהותיים (G4-19)	גילויים בדבר גישת ההנהלה ואינדיקטורים	עמוד/קישורית	נתונים שהושמטו	בקרה חיצונית
סימון מוצרים ברור ושיווק אחראי	חברתי: אחריות למוצרים: סימון מוצרים ושירותים: G4-PR3	שקיפות מוצרית: עמוד 34		ללא
	מידע וסימון מוצרים ושירותים.			
	חברתי: אחריות למוצרים: סימון מוצרים ושירותים: G4-PR5	שביעות רצון לקוחות ושירות לקוחות: עמוד 34, 35		ללא
	סקרים למדידת שביעות רצון לקוחות.			
	חברתי: תקשורת שיווקית: G4-PR7	לא התרחשו מקרים של אי קיום תקנות.		ללא
שרשרת אספקה אחראית	חברתי: אחריות למוצרים: סימון מוצרים ושירותים: FP8	שקיפות מוצרית: עמוד 34		ללא
	מדיניות ופרקטיקה לעניין תקשורת לצרכנים בנוגע לרכיבים ומידע תזונתי, שהן מעבר לדרישות החוק.			
	כלכלי: פרקטיקות רכש: FP1	עמוד 97	נתון זה מתייחס בשלב זה לספקינו בישראל בלבד.	ללא
	אחוז מכמויות הרכש מאת ספקים אשר מקיימים את מדיניות הקיימות של החברה.			
	כלכלי: פרקטיקות רכש: FP2	עמוד 97	נתון זה מתייחס בשלב זה לרכש הקקאו והקפה בלבד.	ללא
גיוון בכל מה שאנחנו עושים	אחוז מכמויות הרכש שאושרו כעומדים בתקני ייצור אחראיים אמינים, מוכרים ברמה הבינלאומית, בפירוט לפי תקנים.			
	חברתי: גיוון ושוויון הזדמנויות: G4-LA12	ממשל תאגידי: עמוד 76		ללא
	הרכב גופי הממשל התאגידי ופירוט עובדים בכל קטגורית עובדים לפי מין, קבוצת גיל, השתייכות לקבוצת מיעוט ואינדיקטורים נוספים לגיוון.	עמוד 97		
	חברתי: פרקטיקות תעסוקה ועבודה הוגנת: תגמול שווה לנשים וגברים: G4-LA13	עמוד 98		ללא
	היחס בין שכר הבסיס והתגמול של נשים לבין אלו של גברים.			
	חברתי: חברה: קהילות מקומיות: G4-SO1	קידום נשים ועסקים בקהילה שלנו: עמוד 48		ללא
	אחוז הפעילויות בהן מיושמות מעורבות קהילתית, הערכת השפעות ותכניות פיתוח.	100% מהחברות שלנו מפעילות תכניות מעורבות קהילתית.		
	כלכלי: פרקטיקות רכש: G4-EC9	שרשרת אספקה אחראית: עמוד 51		ללא
אחוזי ההוצאה על ספקים מקומיים באתרי פעילות מהותיים.				

היבטים מהותיים (G4-19)	גילויים בדבר גישת ההנהלה ואינדיקטורים	עמוד/קישורית	נתונים שהושמטו בקרה חיצונית
השקעה בעובדים שלנו	חברתי: פרקטיקות תעסוקה ועבודה הוגנת: תעסוקה: G4-LA1	עמוד 99	ללא
	מספר כולל ושיעורי גיוס עובדים חדשים ותחלופת עובדים לפי קבוצות גיל, מין ואזורים.		
	חברתי: פרקטיקות תעסוקה ועבודה הוגנת: בריאות תעסוקתית G4-LA6	עמוד 100	הנתונים אינם מדווחים לפי מגדר.
	סוגי פציעות ושיעורי פציעות, מחלות תעסוקתיות, ימים אבודים והיעדרויות, וסה"כ מקרי מוות קשורים לעבודה.		נתוני היעדרות חסרים ממספר אתרים.
	חברתי: פרקטיקות תעסוקה ועבודה הוגנת: הדרכה וחינוך: G4-LA10	מנהיגות, פיתוח והדרכה: עמוד 39	ללא
	תכניות לניהול כישורים ולמידה לאורך החיים, התומכות בברות ההעסקה של העובדים ומסייעות להם בניהול סיום הקריירה.		
	חברתי: פרקטיקות תעסוקה ועבודה הוגנת: הדרכה וחינוך: G4-LA11	עמוד 101	ללא
	אחוז העובדים אשר עוברים הערכות ביצועים ומקבלים סקירות לפיתוח הקריירה, לפי מין וקטגוריות עובדים.		

G4-EN1: חומרים

להלן פירוט כמויות ארבעת הרכיבים העיקריים ששימשו את שטראוס ישראל ב-2013. נתונים לגבי רכישות גלובליות ואתרים אחרים אינם זמינים בעת הזו. אנחנו שוקדים על שיפור תהליכי הנתונים שלנו וצפויים להרחיב את הדיווח שלנו ביחס לאינדיקטור זה בשנים הבאות.

ארבעת הרכיבים העיקריים - שטראוס ישראל	טון
קקאו	4,988
חומוס	4,315
סוכר	16,058
שמן צמחי	4,383

G4-EN3: צריכת אנרגיה

צריכת אנרגיה	כל הנתונים בגייגהגאול				צריכת דלק ממקורות שאינם מתחדשים (מכלול 1)	שינוי לעומת 2012 (%)
גז טבעי	413,503	403,040	421,510	591,817	40%	
מזוט	135,762	140,796	161,684	134,053	-17%	
דיזל	94,373	96,901	95,707	91,728	-4%	
אתנול	725	1,175	1,255	535	-57%	
גפ"מ	287,930	289,898	281,495	298,192	6%	
בנזין	137,325	117,527	139,298	141,010	1%	
סה"כ צריכת דלק ממקורות שאינם מתחדשים	1,069,618	1,049,337	1,100,949	1,257,335	14%	
צריכת דלק ממקורות מתחדשים - ביומסה מפסולת קפה (מכלול 1)	86,520	91,317	29,734	75,323	153%	
סה"כ צריכת דלק ממקורות מתחדשים ושאינם מתחדשים	1,156,138	1,140,654	1,130,683	1,332,657	18%	
חשמל קנוי מרשת החשמל (מכלול 2)	482,608	460,340	473,932	504,855	7%	
סה"כ צריכת אנרגיה (מכלול 1 ומכלול 2)	1,638,746	1,600,994	1,604,615	1,837,512	15%	

הערות:

- איננו קונים חימום, קירור או קיטור, ואיננו מוכרים חשמל, חימום, קירור או קיטור.
- נתונים סביבתיים מפעילות מקס ברנר בארה"ב אינם זמינים.
- השימוש בביומסה ממוין פולי קפה עלה ב-2013 עקב היות הדוד לייצור ביומסה במצב תפעולי לאורך השנה כולה. ב-2012, הדוד לא היה תקין במשך חלק מהשנה.
- העלייה הכוללת בצריכת אנרגיה ב-2013 מוסברת בעיקר על ידי הכללת אתרים שלא דווחו בעבר: רוסיה, גרמניה והולנד.

G4-EN5: צריכת אנרגיה יחסית

צריכת אנרגיה יחסית	כל הנתונים בגייגהגאול לטון ייצור				שינוי לעומת 2012 (%)
מכלול 1	2.46	2.63	2.40	2.69	12%
מכלול 2	1.03	1.06	1.00	1.01	1%
סה"כ צריכת אנרגיה יחסית	3.49	3.69	3.40	3.70	9%

חישוב צריכת אנרגיה יחסית

צריכת האנרגיה היחסית שלנו מחושבת לטון ייצור עבור שטראוס ישראל, שטראוס קפה וסברה, שלוש החברות היצרניות בעלות תפוקות הניתנות למדידה בטון. חברות אלו מייצגות למעלה מ-97% מצריכת האנרגיה של שטראוס. היחס כולל את כל מקורות האנרגיה באתרים הרלוונטיים.

הערות: צריכת האנרגיה היחסית עלתה עקב הוספת מפעל אחד בגרמניה, המייצר קפה נמס מיובש בהקפאה. למרות שהוא אחראי ל-2% בלבד מסך כל נפחי הייצור, צריכת האנרגיה היא כמעט 10% מהצריכה הכוללת של קבוצת שטראוס. עקב אופי הייצור של תהליך הייבוש בהקפאה, כל ההשפעות הסביבתיות הן גבוהות הרבה יותר מפעילויות ייצור אחרות בקבוצה. אנחנו ממשיכים לנתח את ההשפעות הללו באופן מפורט, כולל ניתוחי מחזור חיי המוצר שבוצעו על מוצרי קפה ב-2013, לשם זיהוי הזדמנויות לצמצום ההשפעות.

G4-EN8: צריכת מים

שאיבת מים	כל הנתונים במ"ק				שינוי לעומת 2012 (%)
	2010	2011	2012	2013	
סה"כ מים שנשאבו ממקורות אספקה עירוניים ומרשויות מים אחרות	ל.ר.	ל.ר.	ל.ר.	1,635,699	
סה"כ מים שנשאבו ממי תהום	ל.ר.	ל.ר.	ל.ר.	85,828	
סה"כ מים שנשאבו	1,206,436	1,438,678	1,506,410	1,721,527	14%
עצימות מים לטון ייצור	3.05	3.32	3.28	3.54	8%

חישוב צריכת מים יחסית

צריכת המים היחסית שלנו מחושבת לטון ייצור עבור שטראוס ישראל, שטראוס קפה וסברה, שלוש החברות היצרניות בעלות תפוקות בטון. שלוש החברות הללו מייצגות למעלה מ-99% מצריכת המים של קבוצת שטראוס.

הערות: צריכת המים האבסולוטית עלתה עקב הוספת אתרים - ראה הערה לעניין צריכת אנרגיה לעיל. בדומה, עלתה צריכת המים היחסית. מפעל הקפה שלנו בגרמניה צרך 13% מסך כל צריכת המים של הקבוצה ב-2013, בעוד שסיפק 2% בלבד מסך כל נפחי הייצור.

G4-EN15: פליטות גזי חממה (מכלול 1) /

G4-EN16: פליטות גזי חממה (מכלול 2)

פליטות גזי חממה	כל הנתונים בטון שווה ערך פחמן דו חמצני (CO2e)				פליטות ישירות של גזי חממה (מכלול 1)
	2010	2011	2012	2013	שינוי לעומת 2012 (%)
גז טבעי	23,197	22,278	23,299	32,712	40%
מזוט	10,573	10,990	12,620	10,463	-17%
דיוזל	6,990	7,276	7,234	6,914	-4%
אתנול	51	83	89	38	-57%
גפ"מ	18,653	18,821	18,279	19,352	6%
בנזין	9,482	8,282	9,816	9,912	1%
ביומסה מפסולת קפה	0	0	0	0	0%
סה"כ פליטות ישירות של גזי חממה	68,946	67,730	71,337	79,392	11%
פליטות עקיפות של גזי חממה (מכלול 2)					
חשמל קנוי מרשת החשמל	85,958	82,843	88,432	82,168	-7%
סה"כ פליטות גזי חממה (מכלול 1 ומכלול 2)	154,904	150,573	159,769	161,560	1%

בסיס הדיווח לעניין פליטות גזי חממה

גזי החממה שנכללו בחישוב CO2e הם פחמן דו חמצני (CO2), מתאן (CH4) וחמצן דו חנקני (N2O). פקטורי פליטת דלק נלקחים מבסיס הנתונים IPCC Emissions Factor Database (הפאנל הבין-ממשלתי לשינויי אקלים). פקטורי פליטת חשמל עבור ישראל, גרמניה ורומניה נלקחים מרשתות החשמל הארציות. כל יתר פקטורי פליטת חשמל הם בהתאם לפרוטוקול גזי חממה. לעניין פליטות בישראל נלקחו התעריפים המפורסמים על ידי חברת החשמל לשנת הדיווח. שנים קודמות (2010-2011) חושבו מחדש על מנת לשקף זאת.

הערות: פליטות גזי חממה אבסולוטיות עלו עקב הוספת אתרים - ראה הערה לעניין צריכת אנרגיה לעיל. בדומה, עלתה עצימות פליטות גזי החממה. מפעל הקפה שלנו בגרמניה ייצר 7.4% מסך כל פליטות גזי החממה על ידי הקבוצה ב-2013, בעוד שסיפק 2% בלבד מסך כל נפחי הייצור.

G4-EN18: דיווח פליטות גזי חממה יחסי

פליטות גזי חממה יחסית לטון מוצר		כל הנתונים בטון שווה ערך פחמן דו חמצני (CO2e) לטון מוצר			
		2010	2011	2012	2013
שינוי לעומת 2012 (%)		2010	2011	2012	2013
מכלול 1		0.153	0.156	0.151	0.159
מכלול 2		0.187	0.191	0.175	0.164
סה"כ פליטות גזי חממה יחסית לטון מוצר		0.340	0.350	0.326	0.323
					-1%

חישוב פליטות גזי חממה יחסי

פליטות גזי החממה היחסיות שלנו מחושבות לטון מוצר עבור שטראוס ישראל, שטראוס קפה וסברה, שלוש החברות היצרניות בעלות תפוקות ייצור בטון. שלוש החברות הללו מייצגות 97% מפליטות גזי החממה של קבוצת שטראוס. היחס כולל פליטות מכל מקורות הדלק, החשמל והאנרגיה המתחדשת באתרים הרלוונטיים.

הירידה הקלה ברמת הפליטות לטון מוצר משקפת שינויים קלים בתמהיל האנרגיה הישירה ב-2013 – שיעור מוגדל של גז טבעי.

G4-EN20: חומרים מדללי אוזון
G4-EN21: מזהמי אוויר/G4-EN22: מזהמי מי שפכים

פליטות חומרים מדללי אוזון		כל הנתונים בק"ג			
		2010	2011	2012	2013
שינוי לעומת 2012 (%)		2010	2011	2012	2013
פליטות חומרים מדללי אוזון		6,068	15,791	7,023	13,296
(כולל R-22, 507, R-410A, 407c)					89%

פליטות מזהמי האוויר (NOx, SOx, PM)		כל הנתונים בטון			
		2010	2011	2012	2013
שינוי לעומת 2012 (%)		2010	2011	2012	2013
תחמוצות חנקן (NOx)		93	92	139	110
תחמוצות גפרית (SOx)		138	132	166	151
חומר חלקיקי מרחף (PM)		28	27	22	26
סה"כ פליטות מזהמי אוויר		259	251	327	286
					-12%

מזהמים במי שפכים		כל הנתונים בטון			
		2010	2011	2012	2013
שינוי לעומת 2012 (%)		2010	2011	2012	2013
כלל מוצקים מרחפים (TSS)		721	1,921	921	662
צריכת חמצן כימית (COD)		2,656	1,368	2,414	2,284
צריכת חמצן ביולוגית (BOD)		1,489	1,370	1,128	1,063
סה"כ מזהמים במי שפכים		4,866	4,658	4,463	4,009
					-10%

G4-EN23: קולחין ופסולת

סה"כ פסולת מסוכנת		כל הנתונים בטון			
		2010	2011	2012	2013
שינוי לעומת 2012 (%)		2010	2011	2012	2013
פסולת לשימוש חוזר		42,016	41,932	47,728	54,198
פסולת למיחזור		4,781	14,095	9,629	7,638
פסולת להטמנה		14,857	14,824	15,367	12,374
פסולת מסוכנת להטמנה בטוחה		3.76	1.03	3.74	47.65
סה"כ פסולת מסוכנת		61,658	70,852	72,728	74,257
ושאינה מסוכנת					2%
					100%

הסבר לעלייה בפסולת מסוכנת

שני אתרים של שטראוס קפה (נובה וסנטה לוצייה) אחראים ל-23 טון מתוך העלייה בפסולת מסוכנת, היות שהם ביצעו ניקיון חד-פעמי של מתקני הטיפול בשפכים, והאתר החדש בגרמניה שהוסף דיווח על 3 טון פסולת מסוכנת.

FP1: פרקטיקות רכש

בישראל, 1,435 מתוך סך כל 3,272 ספקים חתמו על האמנה החברתית של שטראוס ישראל (44%), נתון המייצג למעלה מ-50% מכמויות הרכש שלנו.

FP2: פרקטיקות רכש

קפה: ב-2013, 6% מסך כל רכש הקפה שלנו היה קפה בר קיימא באישור 4C.

קקאו: בשטראוס ישראל, 100% מצריכת הקקאו נרכשים מספקים מאושרים על פי תקן מוכר. 59% מאספקת הקקאו של מקס ברנר נרכשים ממקורות ברי קיימא (דרך התכנית Barry Callebaut Quality Partner Program ופרויקט Biolands).

G4-LA12: גיוון ושוויון הזדמנויות

גיוון עובדים - מגדר		2012		2013	
		גברים	נשים	גברים	נשים
הנהלה בכירה		67%	33%	73%	27%
מנהלים בדרג ביניים		62%	38%	61%	39%
מי שאינם מנהלים		56%	44%	58%	42%
סה"כ עובדים		57%	43%	59%	41%

גיוון עובדים - קבוצות גיל	2012		2013		מפלגת גיל 50
	מתחת לגיל 30	גילאי 50-30	מפלגת גיל 50	גילאי 50-30	
הנהלה בכירה	2%	71%	27%	58%	40%
מנהלים בדרג ביניים	9%	79%	12%	53%	6%
מי שאינם מנהלים	36%	51%	13%	40%	10%
סה"כ עובדים	32%	55%	13%	42%	9%

גיוון עובדים - קבוצות מיעוט	2012		2013		סה"כ
	גברים	נשים	גברים	נשים	
הנהלה בכירה	5%	9%	6%	15%	10%
מנהלים בדרג ביניים	3%	1%	2%	3%	4%
מי שאינם מנהלים	14%	12%	13%	10%	11%
סה"כ עובדים	12%	10%	11%	9%	10%

גיוון עובדים - בעלי מוגבלויות	2012		2013		סה"כ
	גברים	נשים	גברים	נשים	
הנהלה בכירה	2.3%	0.0%	1.5%	0.0%	2.1%
מנהלים בדרג ביניים	0.5%	0.3%	0.4%	0.7%	1.3%
מי שאינם מנהלים	1.4%	1.0%	1.2%	1.4%	1.6%
סה"כ עובדים	1.2%	0.9%	1.1%	1.3%	1.6%

G4- LA13: תגמול שווה לנשים וגברים

גיוון עובדים - יחס שכר בסיס גברים לנשים (האחוז משקף את רמת שכרה נשים ביחס לשכר הגברים)	2012		2013		מי שאינם מנהלים
	הנהלה בכירה	מנהלים בדרג ביניים	הנהלה בכירה	מנהלים בדרג ביניים	
ברזיל	לא דווח	לא דווח	82%	89%	100%
אירופה	אין נשים	83%	88%	74%	83%
ישראל	88%	90%	78%	83%	81%
ארה"ב	95%	108%	89%	81%	87%
סה"כ שטראוס	91%	93%	84%	82%	87%

הערות: מידע לגבי קופי טו גו לא היה זמין לפי קטגוריות עובדים. הנתון הוערך על סמך הנתונים ל-2012. אתרי רוסיה ויטבתה אינם נכללים בנתונים הללו היות שהמידע לא היה זמין.

G4- LA1: פרקטיקות תעסוקה ועבודה הוגנת

עובדים חדשים לפי גיל ב-2013	2012		2013		שיעור עובדים חדשים ב-2013 (נשים)	שיעור עובדים חדשים ב-2013 (גברים)
	גברים	נשים	גברים	נשים		
מתחת לגיל 30	1,272	975	1,585	1,115	8.88%	21.50%
גילאי 50-30	837	513	972	554	4.41%	12.15%
מפלגת גיל 50	50	23	77	42	0.33%	0.95%
סה"כ עובדים	2,159	1,511	2,634	1,711	13.63%	34.60%

עובדים חדשים לפי אזורים ב-2013	2012		2013		שיעור עובדים חדשים ב-2013 (נשים)	שיעור עובדים חדשים ב-2013 (גברים)
	גברים	נשים	גברים	נשים		
ברזיל	955	519	1,116	468	3.73%	12.62%
אירופה	219	112	244	153	1.22%	3.16%
ישראל	757	687	955	813	6.47%	14.08%
ארה"ב	228	193	319	277	2.21%	4.75%
סה"כ עובדים	2,159	1,511	2,634	1,711	13.63%	34.60%

תחלופת עובדים לפי גיל ב-2013	2012		2013		שיעור תחלופה ב-2013 (נשים)	שיעור תחלופה ב-2013 (גברים)
	גברים	נשים	גברים	נשים		
מתחת לגיל 30	1,343	974	972	1,137	9.06%	16.80%
גילאי 50-30	907	728	722	987	7.86%	13.61%
מפלגת גיל 50	70	91	124	205	1.63%	2.62%
סה"כ עובדים	2,320	1,793	1,818	2,329	18.55%	33.03%

תחלופת עובדים לפי אזורים ב-2013	2012		2013		שיעור תחלופה ב-2013 (נשים)	שיעור תחלופה ב-2013 (גברים)
	גברים	נשים	גברים	נשים		
ברזיל	1,059	504	384	821	6.54%	9.60%
אירופה	253	195	222	135	1.08%	2.84%
ישראל	799	917	921	1,138	9.06%	16.40%
ארה"ב	209	177	291	235	1.87%	4.19%
סה"כ עובדים	2,320	1,793	1,818	2,329	18.55%	33.03%

G4- LA6: בריאות ובטיחות תעסוקתית

פציעות	פציעות			שיעור פציעות			שיעור שינוי ב-2013 (%)
	2011	2012	2013	2011	2012	2013	
ברזיל	210	182	231	5.06%	4.39%	5.21%	0.82%
אירופה	17	24	17	1.61%	2.37%	1.75%	-0.62%
ישראל	202	358	254	3.47%	6.33%	4.71%	-1.62%
ארה"ב	35	17	27	3.70%	1.74%	2.53%	0.79%
קבוצת שטראוס	464	581	529	3.88%	4.93%	4.46%	-0.47%

ימים אבודים	ימים אבודים			שיעור ימים אבודים			שיעור שינוי ב-2013 (%)
	2011	2012	2013	2011	2012	2013	
ברזיל	3,701	8,520	6,595	89.25%	205.45%	148.77%	-56.68%
אירופה	283	342	633	26.77%	33.76%	65.12%	31.36%
ישראל	1,699	3,744	3,117	29.23%	66.16%	57.79%	-8.37%
ארה"ב	512	181	510	54.07%	18.56%	47.80%	29.23%
קבוצת שטראוס	6,195	12,787	10,855	51.78%	108.42%	91.48%	-16.94%

היעדרויות	ימי היעדרות			שיעור היעדרות			שיעור שינוי ב-2013 (%)
	2011	2012	2013	2011	2012	2013	
אירופה	10,879	9,953	10,444	4.12%	3.93%	4.30%	0.37%

הערות:

- פציעות מתייחסות לאלו אשר גרמו לאבדן ימי עבודה. פציעות קלות אינן נכללות.
- הפציעות מחושבות ל-100 עובדים.
- נתונים בהתפלגות לפי מגדר אינם זמינים עבור מרבית האתרים בעת הזו.
- ימי היעדרות אינם מתועדים באתרי שטראוס פרט לאירופה.
- הנתונים המתייחסים לאירופה כוללים את כל האתרים מלבד רוסיה, היות שהנתונים נמצאים בבדיקה.
- מחלות תעסוקתיות ספציפיות אינן מתועדות בקבוצה, ועל כן הנתונים כאמור אינם זמינים.

G4- LA11: הדרכה וחינוך

עובדים שעברו הערכת ביצועים		2013	נשים
		גברים	
הנהלה בכירה		14	5
מנהלים בדרג ביניים		352	248
מי שאינם מנהלים		2,887	2,566
סה"כ לפי מגדר		3,253	2,819
סה"כ לקבוצה		6,071	
אחוז מכלל העובדים		75%	

אחוז העובדים העוברים הערכות ביצועים ומקבלים סקירות לפיתוח הקריירה על בסיס קבוע

כל חברות קבוצת שטראוס בעולם אינן מנהלות תיעוד של הערכות ביצועים של מי שאינם מנהלים, אם כי ברוב המקרים, אלה נערכות מדי שנה. במספר פעילויות הערכות עובדים הגיעו לקרוב ל-100% מהעובדים. הנתונים דלעיל כוללים מספר אומדנים של שיעורי הערכות עובדים שאינם מנהלים.



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

הגלובל קומפקט של האו"ם הוא יוזמת מדיניות אסטרטגית, המעודדת חברות ברחבי העולם לדבוק בעשרה עקרונות לעסקים אחראיים אשר מתייחסים לזכויות אדם, סטנדרטים בעבודה, הגנת הסביבה ומניעת שחיתות. קבוצת שטראוס משתתפת ב-UNGC מאז 2008.

הצהרת המשך תמיכה ב-UNGC

בשם קבוצת שטראוס, אני חוזר ומאשר 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 שבים ומאשרים את כוונתנו להמשיך ולדבוק בעקרונות הללו ולהמשיך לקדם בחברות שלנו ועם שותפינו העסקיים. בכוונתנו להמשיך ולדווח מדי שנה על התקדמותנו במסגרת דיווחי הקיימות השנתיים שלנו. דוחות הקיימות שלנו מפורסמים באתר האינטרנט של הקבוצה לנוחותם של מחזיקי העניין שלנו.



נדי לסין
נשיא ומנכ"ל
קבוצת שטראוס

יוני 2014

אינדקס ה-UN Global Compact ויוזמת הדיווח הגלובלית - טבלת הפניה צולבת

עקרונות הגלובל קומפקט	היבטי GRI 4 / גילויים	
1 על חברות עסקיות לתמוך ולכבד את השמירה על זכויות האדם הבינלאומיות המוצהרות.	היבטי זכויות אדם	אצלנו בשטראוס, כיבוד זכויות האדם הוא ערך ליבה. אנחנו מנהלים את העסקים שלנו באחריות בהתאם לסטנדרטים האתיים הגבוהים ביותר, אשר כוללים כבוד לכל בני האדם באשר הם והכרה בזכויותיהם. אנחנו עובדים עם ספקים בשרשרת האספקה שלנו כדי להבטיח שהם מודעים לסטנדרטים שלנו ביחס לזכויות אדם ומעודדים אותם לאמץ סטנדרטים דומים.
2 על חברות עסקיות להבטיח שאין להן חלק בהפרת זכויות אדם.	היבטי זכויות אדם היבטי קהילות מקומיות	אנחנו מכבדים את זכויות העובדים לחופש התאגדות ולשאת ולתת על תנאי העסקתם. אנחנו מקיימים מערכת יחסים פתוחה וחיובית המבוססת על שיתוף פעולה עם העובדים ומטפלים בנושאים הקשורים לזכויותיהם באופן חיובי.
3 על חברות עסקיות לתמוך בחופש ההתאגדות ובהכרה האפקטיבית בזכות העובדים לשאת ולתת על תנאי העסקתם.	G4-11 היבט חופש ההתאגדות ונשיאה ונתינה על ידי העובדים על תנאי העסקתם.	אנחנו מכבדים את זכויות העובדים לחופש התאגדות ולשאת ולתת על תנאי העסקתם. אנחנו מקיימים מערכת יחסים פתוחה וחיובית המבוססת על שיתוף פעולה עם העובדים ומטפלים בנושאים הקשורים לזכויותיהם באופן חיובי.
4 על חברות עסקיות לתמוך במיגור כל צורות של עבדות או עבודת כפייה.	היבט עבדות ועבודת כפייה	איננו עוסקים בכל פרקטיקה שניתן לפרש אותה כעבודת כפייה. כל עובדי קבוצת שטראוס מועסקים בהתאם להוראות החוק ומרצונם החופשי.
5 על חברות עסקיות לתמוך בחיסול האפקטיבי של עבודת ילדים.	היבט עבודת ילדים	אנחנו מכבדים ותומכים בזכויותיהם של כל הילדים, ואנחנו מחויבים למניעת פגיעה ולהגנה פעילה על האינטרסים שלהם. אנחנו לא מעסיקים ילדים בכל חלק שהוא בעסקים שלנו.
6 על חברות עסקיות לתמוך במיגור האפליה בהעסקה ובעבודה.	G4-10 היבטי פרקטיקות תעסוקה ועבודה הוגנת	אנחנו מקיימים מדיניות של שוויון הזדמנויות ופרקטיקות מכילות לעובדים חדשים וקיימים בכל הקשור לעבודתם בקבוצת שטראוס.
7 על חברות עסקיות לתמוך במגמה של נקיטת אמצעי זהירות בהתמודדות עם אתגרים סביבתיים.	היבטים סביבתיים	אנחנו מאמצים פרקטיקות בעלות אוריינטציה סביבתית בכל הפעילויות שלנו וקבענו יעדים להקטנת השפעותינו על הסביבה. אנחנו שואפים להניע פרקטיקות כאמור באמצעות שרשרת האספקה שלנו ופועלים לזהות טכנולוגיות מזון התומכות באספקת מזון יעילה וצמצום פסולת מזון.
8 על חברות עסקיות לתמוך ביוזמות להגברת האחריות הסביבתית.	היבטים סביבתיים	
9 על חברות עסקיות לעודד פיתוח והפצה של טכנולוגיות ידידותיות לסביבה.	היבטים סביבתיים	
10 על חברות עסקיות לפעול נגד שחיתות בכל צורתה, כולל סחיטה ושחד.	היבט מניעת שחיתות היבט מדיניות ציבורית	

משוב לגבי דו"ח זה

תודה רבה!

אנו מודים לכם על התעניינותכם בדו"ח 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 לדו"ח קיימות זה.

תודתנו נתונה לגורמים המקצועיים הבאים שסייעו לנו במלאכת ריכוז הנתונים לדו"ח, עיבודם והפקתם:
ביונד ביזנס בע"מ (תכנים וכתיבה)
שר יעון והדרכה בע"מ (איסוף נתונים סביבתיים)
סטודיו מרחב (עיצוב גרפי)
לינדה גיטר (תרגום ועריכה)
ארז בן שחר (צילומים)

נשמח לקבל את הערותיכם, שאלותיכם, הצעותיכם ומשוב כללי לדו"ח זה. אנו מבטיחים לענות לכם.

ניתן לפנות אלינו:
דניאלה פרוסקי-שיאון
מנהלת אחריות תאגידית
קבוצת שטראוס
הסיבים 49, פתח-תקווה 49517
daniela.sion@strauss-group.com

