



עובדים, צרכנים, סביבה וקהילה

קבוצת שטראוס דו"ח קיימות

2014

ניתן לעיין בדו"ח המלא של שטראוס
גרופ לשנת 2014 באתר החברה בכתובת:
WWW.STRAUSS-GROUP.COM

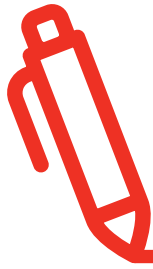
תקציר מנהלים

פרופיל החברה

שם:	קבוצת שטראוס	מחזור גלובלי במיליון ש"ח:	8,140,000 ש"ח
מקום מושבו של מטה החברה:	ישראל	מס' עובדים (גלובלי):	12,792
נסחרת בבורסה:	ת"א-25	שם מנכ"ל החברה:	גדי לסין
פעילות עיקרית:	ייצור ושיווק מוצרי מזון ומשקאות		
היסטורית דיווח קיימות:	זהו דו"ח הקיימות השנתי השמיני של קבוצת שטראוס		

אודות דו"ח זה

GRI:	כן	תקופת הדו"ח:	שנת 2014 (קלנדרית)
תקן GRI:	G4	פורמט:	קובץ PDF ואינטרנט
GRI Level:	Core	אורך:	82 עמודים
תוספת לסקטור:	מזון ומשקאות	בקרת הדו"ח:	לא
מספר האינדיקטורים לביצועים המדווחים באופן מלא:	29	מספר נושאים מהותיים:	6
הצהרה ל-UN Global Compact:	כן	פרקי הדו"ח: • ביצועים מול אסטרטגיית הקיימות שלנו בשנת 2014 • השפעות על מחזיקי העניין ב 3 תחומי ההתמקדות האסטרטגיים שלנו: עובדים, צרכנים, סביבה וקהילה • הצהרה ל-UN Global Compact וטבלאות נתוני GRI	
תכולת הדו"ח:	כלל הפעילות הגלובלית, כולל מיזמים משותפים בשליטה תפעולית		



מסרים מרכזיים מהנהלת החברה

אצלנו בקבוצת שטראוס, הבחירה לנהל את העסקים שלנו על בסיס ערכים של קיימות, אתיקה ושקיפות היא דרך חיים, חלק מהאופן שבו אנו עושים עסקים ואבן הפינה לבניית יחסי אמון עם כל מחזיקי העניין שלנו. דו"ח הקיימות השמיני שלנו, אותו אנו גאים להציג, ממחיש את התקדמותנו בניהול ההשפעות הסביבתיות, החברתיות והכלכליות של הקבוצה ושל פעילותה העסקית.

בשנת 2014 קבוצת שטראוס שמרה על מעמד בינלאומי איתן, עם מכירות שחצו את רף ה-2 מיליארד דולר. אנו ממשיכים לפעול על פי מגמות צרכנות, אשר מנחות את מרבית מאמצי פיתוח המוצרים שלנו, כולל העדפת הצרכנים למוצרי נוחות אשר מציעים פתרונות תזונתיים מהירים, הניתנים לצריכה בכל מקום; מוצרי בריאות ואיכות חיים, כולל מוצרים שנותנים מענה לצרכים תזונתיים מיוחדים, כדוגמת מוצרים נטולי גלוקן; וכן מוצרי תענוג והנאה אשר מעניקים רגעים של פינוק, שעליהם אין הצרכנים מוכנים לוותר, גם כחלק מאורח חיים בריא ומאוזן. באופן דומה, הצרכנים דורשים גם ערך תמורת הכסף, וזהו שיקול שלעיתים קרובות מנחה את החלטותיהם.

אסטרטגיית הקיימות שלנו לשנת 2020 קובעת יעדים שאפתניים לקבוצת שטראוס, ומחייבת אותנו לעשות עוד יותר, בשעה שאנו מנהלים את עסקינו באופן אחראי ומקיים. אנחנו מניעים מהלכים להפחתת שימוש במשאבים, משקיעים באנשים שלנו, תומכים בחדשנות בענף המזון ומקיימים דיאלוג שוטף ועקבי עם הצרכנים שלנו בדרכים שלא עמדו לרשותנו בעבר.

- עופרה שטראוס** יו"ר קבוצת שטראוס
- גדי לסינ** נשיא ומנכ"ל הקבוצה
- גיורא בר-דעה** משנה למנכ"ל והממונה על קיימות
- אסנת גולן** סמנכ"ל תקשורת, דיגיטל וקיימות



פרקי הדו"ח

אסטרטגיית הקיימות לשנת 2020 וביצועים

פרק זה מתאר את יסודות אסטרטגיית הקיימות שלנו לשנת 2020, מגדיר יעדים ארוכי טווח ומדווח על התקדמותנו. האסטרטגיה מבוססת על שלוש רמות השפעה על מחזיקי העניין שלנו - עובדים, צרכנים וסביבה וקהילה, ומגדירה 15 יעדים גלובליים שיש להשיגם עד שנת 2020. אנחנו מציגים בשקיפות מלאה את היעדים בהם אנחנו משתפרים או עלינו על המסלול הנכון בשנה הראשונה לאסטרטגיה, וכן את אלו, שבמסגרתם העבודה שלנו נמצאת בתהליך.

סוגיות קיימות בעדיפות עליונה

שש ההשפעות המהותיות, אשר ממשיכות להוות את הבסיס לאסטרטגיית הקיימות שלנו לשנת 2020 ולדיווחי הקיימות שלנו הן:

שרשרת אספקה אתית

ניהול סיכונים חברתיים וסביבתיים.



קידום אורח חיים בריא

שיפור איכות חיי העובדים והצרכנים שלנו.



גיוון בכל מה שאנו עושים

תמיכה בחדשנות, יצירתיות ומתן הזדמנויות לכל.



שקיפות מוצרית ושיווק אחראי

סיוע לצרכנים בקבלת החלטות מושכלות.



יצירת מעורבות והשקעה העובדים שלנו

התאמת הארגון להשגת יעדי הקיימות.



צמצום צריכת משאבים ופסולת

שמירה על כדור הארץ.





מעגל ההשפעה הראשון שלנו: עובדים

פרק זה מציג סקירה של הדרכים בהן אנו מבקשים לחולל שינוי לטובה בחיי העובדים שלנו, על מנת להעצים אותם כדי שיתרמו להצלחה שלנו.

בעבודתם. פעולותינו בתחום זה ב-2014 כללו תכנית מנהיגות חדשה בת 9 חודשים לפיתוח 25 מנהיגים עתידיים בקבוצה, וכן השקת שתי תכניות חדשות לעובדים, אשר מעצימות אותם לשם צמיחתם והתפתחותם במסגרת הארגון ומשדרגות את כישוריהם המקצועיים.

בטיחות העובדים ורווחתם: בשנת 2014 המשכנו במאמצינו להטמיע התנהלות בטוחה לרוחב הארגון, כשאנו מתמקדים באופן מיוחד בשיפור הבטיחות בחטיבת המכירות בישראל. בסך הכל, ביצועי הבטיחות שלנו השתפרו ב-2014, עם ירידה של 23% במספר הפגיעות בעבודה ושל 29% במספר הימים האבודים עקב פגיעה ברמה הגלובלית, לעומת שנת 2013.

יצירת מעורבות והשקעה בעובדים שלנו: כאן אנו מתארים את מאמצינו להעלות את מספר הנשים בתפקידי ניהול לרוחב הקבוצה, במטרה להשיג את היעד שלנו לשנת 2020 - 50%. בשנת 2014 התוצאה הכללית שלנו השתפרה מעט והגיעה ל-40% (פרט לפעילות בברזיל, שם שיטת דירוג המנהלים שונתה). אנו ממשיכים ליצור יותר הזדמנויות לנשים ותומכים בקידום הקריירות שלהן. באופן דומה, נקטנו בגישה יוזמת יותר בעידוד עובדים מגוונים מקרב הקהילה החרדית והערבית בישראל. היה לנו הכבוד לזכות באות הגיוון בעסקים ע"ש דב לאוטמן, שהוענק לראשונה ב-2014, עבור המחויבות שלנו לקידום גיוון במקום העבודה.

פיתוח עובדים: אנו תומכים בפיתוח העובדים שלנו ובצמיחתם, כדי שיוכלו לתרום כשהם במיטבם ולהמשיך לגלות אתגרים חדשים



מעגל ההשפעה השני שלנו: צרכנים

פרק זה מתאר את הדרכים בהם אנו מבקשים לגרום לשינוי לטובה בחיי הצרכנים שלנו ולתרום ליצירת חברה אנושית, שהיא בריאה וברת קיימא יותר, על ידי אספקת מוצרי מזון חדשים ומזינים יותר, מתן מבחר מגוון של מוצרי מזון והגברת המודעות לתזונה בקרב הצרכנים.

שנערך בהזמנתנו הראה שלקוחות שיש להם בר מים של שטראוס בבתים שותים יותר מים, ופחות משקאות ממותקים ומוגזים.

הרחבת מגוון מוצרי המזון שאנו מציעים: כקבוצה גלובלית, אחד האתגרים עמו אנו מתמודדים הוא מתן מענה לצרכים המגוונים של צרכנינו ולהעדויותיהם האישיות. בשנת 2014, באמצעות חברת TRÉS CORAÇÕES (3C), המיזם המשותף שלנו בברזיל בבעלות משותפת 50%-50% עם קבוצת SAO MIGUEL, הרחבנו את סל מותגי הקפה של 3C ואת מגוון המוצרים שלנו במדינה זו.

חדשנות במזון: אנו ממשיכים להוביל את החדשנות בשוק המזון הישראלי, והקמנו חממה לטכנולוגיות מזון שמטרתה לתמוך ולהאיץ בטכנולוגיות חדשות במסגרת יוזמת חדשנות בתמיכת משרד הכלכלה והמדען הראשי. קבוצת שטראוס ומדינת ישראל התחייבו להשקיע סך של עד 100 מיליון ש"ח במשך 8 שנים בחברות הזנק שאושרו. שטראוס תממן כ-40% מהשקעה זו, שצפויה לממן 30 מיזמי הזנק בתחום טכנולוגית המזון.

שיפור הערכים התזונתיים של מוצרי מזון: בשנת 2014 עשינו כבדת דרך נוספת בהורדת תכולת הסוכר, השומנים והמלח במגוון מוצרים רחב כולל גבינות רכות, חטיפי תפוח אדמה, משקאות חלב וחומוס. בשלוש השנים האחרונות הפחתנו כ-1,500 טון תוספת סוכר במגוון רחב של מוצרי חלב כדוגמת אקטיביה עם פירות, דגונה עם פירות, אקטימל, מעדני חלב מצוננים, מעדני גבינה לילדים ומוצרים במותג דניאלה. הפחתה זו בתוספת הסוכר במוצרים - שנעה בין 15% ל-35% היא כמעט פי 2 לעומת המתחרה העיקרי שלנו במשך אותה תקופה.

הצעת מוצרי מזון חדשים ומזינים יותר: ההישגים הבולטים שלנו השנה כוללים השקות של מוצרים מזינים לרבות יוגורט המכיל 99 קלוריות בלבד, ללא ממתקים מלאכותיים, ותחום מוצר חדש של סלטי קטניות וקינואה מוכנים לאכילה. בנוסף, השקנו את עלי הבייבי קייל, זן חדש של ירק זה, שהוא עתיר באיכויות תזונתיות, בישראל. הרחבנו מגוון מוצרים מזינים כגון ארוחות הרביולי האישיות המוכנות לאכילה שלנו ופריכיות אורז מוקטנות (פריכיות "ביסי"). בשטראוס מים, מחקר

השוק בארה"ב בנוגע לתועלות הבריאותיות של החומס, והקמנו מסעדת חומס, "HUMMUS HOUSE", בווינגטון הבירה להקניית חוויות חומס כוללת, בה אירחנו למעלה מ-5,000 מבקרים בחודש אחד והגענו לכמעט 3 מיליון איש באמצעות ערוצי המדיה השונים. בישראל, שוב השקנו אפליקציה ייעודית לחג הרמדאן במטרה לתמוך בצרכנינו המוסלמים בקיום דרישות חודש הצום הקדוש. למעלה מ-50,000 צרכנים הורידו את אפליקצית הרמדאן מאז הושקה לראשונה.

הגברת המודעות לתזונה בקרב צרכנים: ב-2014 השקנו את האפליקציה שלנו, "זוזו", בישראל, במטרה לסייע בחיבור בין אנשים העוסקים בפעילות גופנית וכן בינם לבין מדריכי כושר מקצועיים ובפיתוח תכניות אימון אישיות. יותר מ-140,000 איש הורידו את האפליקציה בשלושת הימים הראשונים להשקתה. אנו שומרים על מעמדנו כמותג החומס המוביל בארה"ב עם נתח שוק של למעלה מ-62% וקהל מעריצים המונה למעלה מחצי מיליון אוהדים. אנחנו ממשיכים לחנך את

סביבה וקהילה

מעגל ההשפעה השלישי שלנו:

פרק זה מתייחס לאחריות סביבתית, קיום שרשרת אספקה יעילה ואתית והשקעה בקהילה.



מערכת אספקה ברת קיימא: אנו שואפים להגדיל את הרכש האחראי של מוצרי מפתח ולעודד את ספקינו לכבד זכויות אדם, זכויות עובדים ואחריות סביבתית. באסטרטגיית הקיימות שלנו לשנת 2020 קבענו יעדים לשיפור הרכש האחראי של חומרי גלם מרכזיים, ונדווח על התקדמותנו בשנים הבאות. ב-2014 הגדלנו את כמויות רכש הקפה ממקורות ברי קיימא ללמעלה מ-5,000 טון, וקיימנו פיילוט מוצלח לרכש שומשום ישירות מהמגדלים באתיופיה על מנת שאספקת הטחינה שלנו תהיה יותר יציבה, כלכלית וברת קיימא. בנוסף, אנו מעודדים ספקים קטנים ועובדים עמם על הגדלת כמויות הרכש כדי לאפשר להם לעמוד בביקושים של שטראוס.

חדשנות סביבתית: בשנת 2014 קידמנו חדשנות טכנולוגית שמביאה תועלות סביבתיות. בין הישגינו הראויים לציון מיוחד: שיטה פורצת דרך לטיפול בשפכים, אשר עושה שימוש באפס כימיקלים ובהרבה פחות אנרגיה, וכן טכנולוגיה חדשה ליעילות אנרגטית אשר מודדת את צריכת האנרגיה בזמן אמת, ברמת מעגל ההספק או המנוע הבודד. אנו צפויים לחסוך עד 15% בצריכת אנרגיה במפעלינו העיקריים בישראל בשנת 2015. בארה"ב הרחבנו את מפעל החומס של סברה וזכינו באישור תקן LEED (LEADERSHIP IN ENERGY AND ENVIRONMENTAL DESIGN) בדרגת הסמכה "כסף".

השפעות סביבתיות: היעדים הסביבתיים הכלוליים

באסטרטגיית הקיימות שלנו לשנת 2020 מחייבים אותנו לערוך שינויים שיטתיים בפעילויות שלנו ברחבי העולם, לנצל טכנולוגיות חדשות ולהטמיע תרבות של קיימות בכל רמות הארגון. פעולותינו בתחום זה כוללות הסבת מפעלי ייצור בארץ לעבודה עם גז טבעי, ניתוח מחזור החיים של הביצועים הסביבתיים של ברי המים שלנו, וביצוע שדרוגים נוספים במפעלינו. הישגינו בשנת 2014 כוללים:

שטראוס בקהילה: בשנת 2014 השקענו סכום כולל של 12.2 מיליון ש"ח בקהילה בתרומות בכסף, בשוויון של תרומות מוצרים ובשעות התנדבות עובדים.

אודות הדיווח שלנו

פרק זה מתאר את הפרמטרים ואת תהליך פיתוח הדו"ח, את היקפו של הדו"ח, וכן מפרט את כל הגילויים שבאינדקס התוכן G4 של יוזמת ה-Global Reporting Initiative, ועורך הפניות צולבות בינם לבין עקרונות ה-United Nations Global Compact.

חשוב

נשמח לקבל מכם משו. אנא שלחו את הערותיכם אנא שלחו הערותיכם אל מנהלת הקיימות שלנו:

Daniela.Prusky-Sion@Strauss-Group.com