

דוח קיימות לשנת 2015

מקשיבים, מיישמים, משפרים | תקציר מנהלים

פרופיל החברה

שם:	קבוצת שטראוס	מחזור גלובלי (מיליוני ש"ח):	7,642
מקום מושבו של מטה החברה:	ישראל	מנכ"ל הקבוצה:	גדי לסיין
נסחרת בבורסה:	ת"א 25	דוח קיימות	9
פעילות עיקרית:	ייצור ושיווק מוצרי מזון ומשקאות		
היסטורית דיווח:	זהו דו"ח הקיימות השנתי התשיעי של קבוצת שטראוס		
פרקי הדוח:	<ul style="list-style-type: none"> ביצועים מול אסטרטגיית הקיימות שלנו בשנת 2015 השפעות על מחזיקי העניין ב 3 תחומי ההתמקדות האסטרטגיים שלנו: עובדים, צרכנים, סביבה וקהילה הצהרה ל-UN Global Compact 		
מסגרת הדוח:	כלל הפעילות הגלובלית, כולל מיזמים משותפים בשליטה תפעולית		

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

קווי המוצרים שלנו בכשרות מהודרת. הרחבנו אתההשקעה הפנים ארגונית תוך דגש על מימד הגיוון ושיוויון הזדמנויות מגדרי, לצד הפניית משאבים לטובת תכנית חברתית לעובדים בגיאוגרפית ישראל שתסייע בצמצום פערים חברתיים ובהתמודדות עם יוקר המחייה. במקביל, המשכנו להשקיע בתשתיות הסביבתיות לרוחב הקבוצה.

סקירת התחומים השונים בדוח זה מהווה צעד נוסף במסע שלנו לשיפור בקבוצת שטראוס. אני מזמין אתכם להעביר לנו משוב על דוח זה.

גדי לסיין

נשיא ומנכ"ל קבוצת שטראוס

בשנה החולפת פעלנו לשיילוב הצרכים והציפיות של מחזיקי העניין שלנו כשיקול משמעותי ומכריע בתהליכי קבלת אלפי ההחלטות בכל יום בארגון באמצעות הטמעת גישת הרישיון החברתי לפעול. העמקנו את ההשקעה בשיפור השירות למען הצרכנים, קידמנו תזונה נכונה בקרב צרכנינו בכך ששיפרנו את הפרופיל התזונתי של עשרות מוצרים בחברה תוך דגש על הפחתת סוכר ונתרן. ביצענו מהלכים להתייעלות בייצור ובארגון, במטרה להפחית מחירים בקטגוריות נבחרות בישראל, ואכן ביצענו הפחתות מחיר בקטגוריות בולטות, מתוך רצון להנגיש את מוצרינו לצרכנים במידה רבה יותר. השקענו רבות בהנגשת פורטפוליו המוצרים שלנו לאוכלוסיות עם צרכים מיוחדים - תוך דגש על הרחבת מוצרי החברה ללא גליון והעשרת

אסטרטגיית הקיימות לשנת 2020 וביצועים

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

קידום אורח חיים בריא שיפור איכות חיי העובדים והצרכנים שלנו

שקיפות מוצרית ושיווק אחראי סיוע לצרכנים בקבלת החלטות מושכלות

צמצום צריכת משאבים ופסולת: שמירה על כדור הארץ

שרשרת אספקה אתית: ניהול סיכונים חברתיים וסביבתיים

גיוון בכל מה שאנו עושים: תמיכה בחדשנות, יצירתיות ומתן הזדמנויות לכל

יצירת מעורבות והשקעה בעובדי החברה, והתאמת הארגון להשגת יעדי הקיימות

רישיון חברתי לפעול

ב-2015 התמקדנו בפיתוח ואימוץ הגישה הניהולית "רישיון חברתי לפעול". באמצעות הטמעת גישה זו, אנו שואפים להנחיל בארגון תרבות ניהולית אשר תאופיין בקיום מערכות יחסים מתמשכות והדוקות עם מחזיקי העניין השונים, תוך התחשבות בצרכיהם וביציפיות שלהם מאיתנו.

ביחד עם העובדים

נשים ומנהיגות בקבוצת שטראוס

מאז השקת התכנית לאיזון מגדרי בתפקידי הניהול אשר השקנו ב-2012, השגנו שיפור עקבי במספר הנשים במשרות ניהול. בשנת 2015 42% מהמנהלים בקבוצה הן נשים, לעומת 36% ב-2011

מגוון תעסוקתי

ב-2014 התחלנו לשתף פעולה עם עמותות המתמחות בהשמת עובדים מהאוכלוסייה החרדית ובמינוי אקדמאים ערבים למשרות ניהול.

התוכנית החברתית החדשה בישראל - "לחברה טובה יותר"

תכנית אסטרטגית ארוכת טווח שמטרתה לסייע לעובדינו להתמודד עם יוקר המחייה ועם קושי כלכלי ולסייע בצמצום פערים חברתיים. תכנית זו היא המשך של מהלכים שבוצעו בשנים האחרונות, ביניהם תוספות שכר והטבות ייעודיות. בתחילת 2016 הורחבה התכנית תוך מיקוד בתחומים הבאים: קביעת שכר מינימום עבור עובדי שטראוס, שהוא גבוה ב-300 ש"ח מעל רמת שכר המינימום במשק בישראל, השתתפות בתשלום למעונות, ומתן מסלול לקרן השתלמות לכל עובד קבוע.

צרכנים ואורח חיים בריא

הורדת מחירים

ב-2015 ביצעה שטראוס ישראל הורדות מחירי מחירון של מספר מוצרים מובילים, בשיעורים שבין 22.8%-2.5%. הורדות המחיר הן תוצאה של החלטה ניהולית בשטראוס ישראל לנקוט בפעולות התייעלות במהלכי היצור תוך שמירה על איכות המרכיבים והערך המוסף של מוצרינו.

חדשנות

השקנו השנה את The Kitchen - חממה לטכנולוגיות לתעשיית המזון, במטרה לפתח טכנולוגיות מזון פורצות דרך שיסייעו לעולם להיות טוב יותר, ולייצר מזון טוב יותר.

אמנת השיווק האחראי

ב-2015 השקנו את אמנת השיווק האחראי, המגדירה קווים מנחים והמלצות לפעולה בנושאי שיווק ופרסום. האמנה מחייבת את כל העוסקים בשיווק ופרסום בקבוצת שטראוס בכל אמצעי המדיה, כולל ספקים.

הפחתת סוכר ומלח

בין השנים 2012-2015 הפחתנו את תוספת הסוכר בהיקף של -15% 35% במגוון מוצרים בקטגוריות שונות.

ללא גלוטן / מהדרין

הרחבנו את סל המוצרים לצרכנים הנמנעים מגלוטן ליותר מ-100 מוצרים, ועבור לקוחותינו מהקהילה החרדית אנו מציעים מעל ל-80% ממוצרינו, בכל הקטגוריות, בכשרות מהדרין.

מוצרים טבעיים

השקנו תחת המותג יד מרדכי מגוון מוצרים חדשים המורכבים מחומרים טבעיים, ללא צבעי מאכל מלאכותיים וחומרים משמרים, ובסברה בארה"ב התחלנו להשתמש ברכיבים שאינם מהונדסים גנטית.

השקעה בקהילה ובסביבה

מחזור והתייעלות אנרגטית

תכנית המחזור של שטראוס מים המאפשרת ללקוחות לסייע במחזור החלפים המתכלים של בר המים של שטראוס מים, מחזור פסולת קפה לטובת ייצור דשן חקלאי אורגני במפעל הקפה בברזיל, והטמעת מערכת למדידת צריכת אנרגיה בזמן אמת במפעלינו בישראל, שמסייעת לשפר את התייעלות האנרגטית של מכונות ותהליכים.

הרכש

בסברה בארה"ב, התחלנו בבחינת מיזם לפיתוח גידול מקומי של שומשום לא מהונדס גנטית. ב-2015 רכשנו קפה ירוק המהווה 10.2% מכלל רכש הקפה של שטראוס (להוציא את ברזיל).

תרומה לקהילה

ב-2015 ההשקעה של קבוצת שטראוס בקהילה בתחומים אלה ובתחומים נוספים הסתכמה ב-11.7 מיליון ש"ח. עובדי קבוצת שטראוס בכל העולם התנדבו סך של 20,330 שעות בקהילה.

ביצועים סביבתיים - יעדים אסטרטגיים

(התוצאות הן בהשוואה ל-2013, שנת הבסיס)

↓ הפחתה של 13.3% בצריכת אנרגיה לטון מוצר

↓ הפחתה של 30.2% בפליטות גזי חממה לטון מוצר

↓ הפחתה של 15.4% בצריכת מים לטון מוצר

🗑️ שנת הבסיס לפסולת להטמנה היא 2015

בקבוק החלב של יטבתה

ב-2015 השקנו את חלב יטבתה בבקבוק פלסטיק. מהלך זה מאפשר לנו להתייעל בתהליך הייצור והשינוע, להקטין את השפעתנו על הסביבה, ולגלם את החיסכון הכספי בהורדת מחיר החלב לצרכן ב-17.5%