



עובדים, צרכנים, סביבה וקהילה

קבוצת שטראוס
דו"ח קיימות

2014

צובדים, צרכנים, סביבה וקהילה



אודות דו"ח זה

ניתן למצוא פרטים נוספים אודות קבוצת שטראוס וחברות הקבוצה באתר האינטרנט הגלובלי שלנו בכתובת : www.strauss-group.com.

אנו מודים לכם על התעניינותכם בדו"ח זה. נשמח לקבלת משוב והמלצות מכם, אנא צרו קשר עם מנהלת הקיימות הגלובלית שלנו:

דניאלה פרוסקי-שיאון
daniela.sion@Strauss-Group.com

(הכללת כל המידע אשר משקף השפעות כלכליות משמעותיות כדי לאפשר למחזיקי עניין להעריך את הביצועים שלנו).

דו"ח זה אינו עובר ביקורת חיצונית. תחת זאת, אנו סומכים על שלמות הבדיקה והביקורת הפנימית האיתנה שלנו, אותה אנו מיישמים על תהליכי איסוף הנתונים. בנוסף, אנו נעזרים ביועצים ובמומחים לדיווח, המסייעים לנו בהכנת הדו"ח ובודקים את הנתונים שלנו בטרם אנו מפרסמים אותם.

דו"ח זה משרת את מחויבותנו להגשת דו"ח שנתי בדבר התקדמות ליוזמת ה-UN Global Compact. תוכן דו"ח זה הוגדר על פי עקרונות G4. אלה הם: **מהותיות** (הנושאים החשובים ביותר לצמיחתנו העסקית בטווח הארוך, ושהם בעלי החשיבות הרבה ביותר למחזיקי העניין); **התייחסות למחזיקי עניין** (מתן מענה לציפיות ולנושאים שהם קרובים ללבם של מחזיקי העניין); **הקשר קיימותי** (הצגת הביצועים שלנו בהקשר הרחב יותר של סוגיות בתחום הקיימות); **ושלמות**

(GRI-Global Reporting Initiative). (אופצית ה-core פירושה, שעבור כל היבט מהותי אשר זוהה, על הארגון להציג גילוי כללי של גישת ההנהלה, ואינדיקטור אחד לפחות). ה-GRI הוא ארגון ללא כוונת רווח ומרובה מחזיקי עניין, אשר פועל להגברת רמת השקיפות העסקית דרך דיווחי קיימות. הנחיות ה-G4 נחשבות למסגרת דיווח הקיימות המתקדמת ביותר שקיימת כיום, והיא משמשת רבות מבין אלפי החברות העסקיות, אשר מפרסמות דו"חות קיימות שנתיים. בנוסף,

לשנת 2013. בחירת התוכן לדו"ח זה הונחתה על ידי הערכת המהותיות שלנו, אשר עודכנה ב-2013, ועל ידי אסטרטגיית הקיימות שלנו לשנת 2020. הן הערכת המהותיות והן אסטרטגיית הקיימות פותחו תוך שימוש במשוב ובתובנות מאת מחזיקי העניין שלנו, ובעיקר העובדים שלנו, צרכנינו, וקשת רחבה של מומחים למזון ולבריאות.

זהו הדו"ח השני שלנו, אשר נערך ונכתב בהתאם להנחיות הדיווח, G4 (על פי אופצית ה-core), של ארגון "יוזמת הדיווח הגלובלית"

זהו דו"ח הקיימות השנתי השמיני של קבוצת שטראוס, והוא מפרט את הגישה שלנו לקיימות ואת הפעולות המרכזיות בהן נקטנו במשך שנת 2014 לקידום פרקטיקות אחראיות וברות קיימא בעסקים הגלובליים שלנו, אל מול ההתחייבויות האסטרטגיות שלנו ויעדינו האסטרטגיים לשנת 2020.

הנתונים המוצגים בדו"ח זה מתייחסים לשנת 2014 הקלנדרית, אלא אם נאמר אחרת. הדו"ח האחרון שלנו, אשר פורסם בשנת 2014, מתייחס

דבר ההנהלה



בקבוצת שטראוס, הבחירה לנהל את העסק על בסיס ערכים של קיימות, אתיקה ושקיפות היא דרך חיים, חלק מהדרך העסקית ובסיס ליצירת אמון עם כלל מחזיקי העניין שלנו. דו"ח הקיימות ה-8 שאנו מפרסמים מציג את ההתקדמות שלנו בניהול ההשפעות הסביבתיות, חברתיות וכלכליות של הקבוצה ועסקיה.

התפקיד אותו ממלאים העסקים בחיי אנשים, ממשיך להתפתח כל הזמן. לצד החזרה לערכים הבסיסיים בעולם העסקים, משתנות גם התפישות אותן מחזיקים מחזיקי העניין השונים של העסקים, אותם גורמים המשפיעים או מושפעים מפעילותנו. עם התפישות, משתנות גם הציפיות. ציפיות הצרכנים, המשקיעים והשותפים, לקוחות או ספקים, ודרישתם לשקיפות, לשיפור השירות והמוצר ולתרומה כלכלית וחברתית, עולות משנה לשנה ומחייבות אותנו להשתפר תמידית. בקבוצת שטראוס, אנו רואים את תפקידנו העיקרי בשיפור איכות חייהם של אנשים, שכן, איכות חיים מורכבת מגורמים רבים: זה מתחיל מההשפעה שלנו על אורח החיים התזונתי של אנשים אך מתרחב

השנה יחד עם המדען הראשי בישראל חממת פוד טק שתהווה בית ליזמים בתחומים של טכנולוגיות מזון או טכנולוגיות התומכות בתעשיית המזון. במקביל לכל אלה כקבוצה בינלאומית, אנו פועלים באופן רציף להתאמת אופן ההתנהלות שלנו כך שיעמד בציפיות מחזיקי העניין שלנו. אנו משקיעים בפיתוח החברה באפיקים בני קיימא בעוד שאנו ממשיכים לטפח את שורשינו הנטועים עמוק בערכי המייסדים שלנו. דוח קיימות זה, מבטא את מחויבותנו לשיפור חייהם של אנשים כפי שמצהיר חזונה של קבוצת שטראוס. אני רואה בו צעד נוסף במסע זה.

אופר שטראוס

עופרה שטראוס,
יו"ר קבוצת שטראוס



קיימות זה משקף את מחויבות הדירקטוריון, הנהלת הקבוצה והנהלות החברות שלנו ברחבי העולם להמשך המסע להנעת דרכי פעולה בנות קיימא לרוחב הקבוצה כולה.



נדי לסיין,
נשיא ומנכ"ל קבוצת שטראוס

נותנים מענה לצרכים תזונתיים מיוחדים, כדוגמת מוצרים נטולי גלוטן; וכן מוצרי תענוג והנאה אשר מעניקים רגעים של פינוק, שעליהם אין הצרכנים רוצים לוותר, גם כחלק מאורח חיים בריא ומאוזן.

אסטרטגיית הקיימות שלנו לשנת 2020 קובעת יעדים שאפתניים לקבוצת שטראוס, ומחייבת אותנו לעשות עוד יותר, בשעה שאנו מנהלים את עסקינו באופן אחראי ובר קיימא.

אנו מניעים מהלכים להתייעלות בשימוש במשאבים, משקיעים באנשים שלנו, תומכים בחדשנות בענף המזון ובמעורבות עם הצרכנים בדרכים שלא עמדו לרשותנו בעבר. אנו מבינים שאנו נמצאים עדיין בשלב מוקדם יחסית במסע שלנו, ושעלינו לעבור עוד דרך על מנת לשלב דרכי עבודה חדשות בקבוצה כולה. קבוצת שטראוס כוללת עסקים מגוונים בעלי מודלים תפעוליים שונים אשר גם בתחום הקיימות, יש להתאים את כולם לכיוון אסטרטגי אחד. פירוש הדבר, שבתחומים מסוימים אנו מתקדמים לאט יותר מכפי שהיינו רוצים, בעוד שבתחומים אחרים ההתקדמות שלנו בהחלט משביעת רצון. דו"ח

אני גאה ומתכבד להגיש בפניכם את דו"ח הקיימות השמיני במספר של קבוצת שטראוס, הכולל את פעילותנו בכל העולם. דו"ח זה הוא חלק ממחויבותנו המתמדת לשמירה על שקיפות בכל הנוגע להשפעת עסקינו בכל העולם על החברה, הכלכלה והסביבה, ואני גאה על כך שבכל שנה אנו מבצעים קפיצה נוספת באיכות ובתחולת הדיווח שלנו.

מבחינה עסקית, שמרה קבוצת שטראוס בשנת 2014, שנת הדיווח של דו"ח זה, על מעמד בינלאומי יציב, עם מחזור מכירות שחצה את רף ה-2 מיליארד דולר וצוות עובדים גלובלי המונה למעלה מ-14,000 עובדים.

אנו ממשיכים לפעול על פי שלוש מגמות צרכניות מרכזיות, אשר מנחות את מרבית מאמצי פיתוח המוצרים והשיווק שלנו: מוצרי נוחות המציעים פתרונות תזונתיים מהירים, איכותיים וחסכוניים בזמן, הניתנים לצריכה בכל מקום; מוצרי בריאות ואיכות חיים, כשהדגש הוא על שיפור הטעם של מוצרי מזון בריאים, מתן מענה לדרישה הגוברת למוצרים דלים בסוכר, כמו גם מוצרים אשר

שטראוס במבט על

מכירות קבוצות שטראוס לפי
אזורים גיאוגרפיים, 2014



18%
\$387 מיליון
אירופה ושאר
העולם

51%
\$1,061 מיליון
ישראל

22%
\$458 מיליון
ברזיל

9%
\$187 מיליון
ארה"ב

**החזון של
שטראוס**
לחולל פלאות
מהדברים הבסיסיים

**הערכים של
שטראוס**
אכפתיות ותעוזה
להט ואחריות
צוות

הציבוריות הגדולות ביותר במשק, והיא מדורגת
AA+ על ידי סטנדרד אנד פורס מעלות. בין
המנותנים שלנו נמצאים כאלה, שהם מובילי שוק
במספר מדינות ותחומי מוצר, ואשר משפרים את
חיייהם של מיליוני צרכנים מדי יום.

אצלנו בשטראוס, תמיד ייחסנו ערך רב לשותפויות
מתוך אמונה שהן יוצרות פלטפורמה ברת קיימא
להרחבת ההיצע שלנו לטובת הצרכנים ברחבי
העולם. אנו שותפים עם חברות רב-לאומיות
מכובדות ומובילות כגון דנונה, פפסיקו, האייר,
וירגין ו-TPG, וכן עם שחקנים מקומיים מובילים
כדוגמת קבוצת São Miguel בברזיל, יטבתה
ויד מרדכי, כדי להביא לצרכנים שלנו מוצרים
איכותיים וחדשניים, אשר מציעים מבחר בריא
ותורמים לאורח חיים בר קיימא.

קבוצת שטראוס היא חברת מזון ומשקאות ששמה
לעצמה מטרה לשפר את חייהם של אנשים
באמצעות המוצרים הטריים, הטעימים, המזינים
והחדשניים שלנו. הפורטפוליו שלנו, הכולל חמש
חברות, נותן מענה לשתי מגמות מובילות בצריכת
מזון ומשקאות: "בריאות ואיכות חיים" ו-"תענוג
והנאה". ישראל היא בסיס הבית שלנו ואנו פעילים
ב-24 מדינות, ובשנת 2014 מחזור המכירות
המאוחד שלנו הסתכם ב-2,093 מיליון דולר.

אנו מעסיקים ישירות 12,792 עובדים ובעקיפין,
אנו מספקים תעסוקה והזדמנות כלכלית לעובדי
קבלן, לזכיינים, למפיצים עצמאיים רבים ולאלפי
שותפים עסקיים וספקים מסביב לעולם. קבוצת
שטראוס נסחרת בבורסה לניירות ערך בתל-
אביב במדד ת"א 25, אשר עוקב אחר החברות

אסטרטגית הקיימות שלנו לשנת 2020

בשנת 2013 הצגנו את אסטרטגית הקיימות שלנו
לשנת 2020, אשר מבוססת על סדרה של השפעות
מהותיות מרכזיות, שזוהו באמצעות יצירת מעורבות
נרחבת של מחזיקי העניין שלנו. בדו"ח זה נשתף אתכם
בהתקדמות ובביצועים שלנו השנה, שהיא השנה
הראשונה בה אנו מיישמים את האסטרטגיה שלנו.

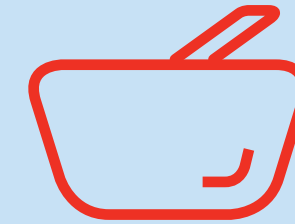
אסטרטגית הקיימות שלנו לשנת 2020 מורכבת משני
סוגי אבני בניין: מעגלי השפעה ורמות ביצועים. מעגלי
ההשפעה משקפים את התקדמות ההשפעות שלנו
על קבוצות מחזיקי עניין שונות. ההשפעה מתחילה
במערכת היחסים הישירה ביותר שיש לנו, שהיא עם
העובדים שלנו – דרכם אנו מגיעים לכל שאר קבוצות
מחזיקי העניין שלנו: צרכנים והחברה האנושית
בכללותה. בשלושה תחומים שסומנו כבעלי עדיפות
– בריאות הצרכן ואיכות חיי, בריאות ורווחת העובדים
וגיוון בספקים – אנו שואפים להגיע לביצועים מובילים,
אשר מיישרים קו עם הטוב ביותר שניתן לצפות מחברה
בינלאומית בתעשיית המזון. כל תחום באסטרטגיה
שלנו מגובה במטרות ויעדים ספציפיים. ביצענו בשנה
הראשונה מתוארים בשלושה פרקים מרכזיים בדו"ח
זה: צרכנים, עובדים, סביבה וקהילה. בחלק מהמקרים
אנו מפתחים עדיין את תכניותינו לטווח הארוך יותר
למען השגת היעדים שלנו, ונתונים לגבי ביצועינו אינם
זמינים עדיין. חלק מהיעדים שזוהו מאז שפרסמנו את
האסטרטגיה שלנו לראשונה בשנת 2013 בכדי לשקף
שיפורים בתכנון, בשעה שאנו מתחילים למדוד את
הביצועים שלנו.



שש ההשפעות המהותיות שבבסיס אסטרטגית הקיימות שלנו לשנת 2020 הן:



צמצום צריכת משאבים ופסולת
שמירה על כדור הארץ למען הדורות הבאים



שקיפות מוצרית ושיווק אחראי
סיוע לצרכנים בקבלת החלטות מושכלות



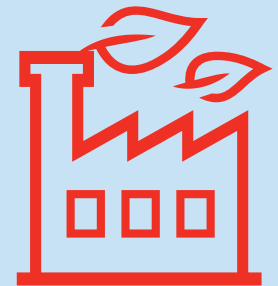
קידום אורח חיים בריא
שיפור איכות חיי העובדים והצרכנים שלנו



יצירת מעורבות והשקעה בעובדים שלנו
התאמת הארגון להשגת יעדי הקיימות



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



שרשרת אספקה אתית
ניהול סיכונים חברתיים וסביבתיים

ביצועים מול אסטרטגיה בשנת 2014

מקרא

מתקדם בהתאם לתכנון

משתפר

בתכנון



התחייבות אסטרטגית	שנת הבסיס להשוואה (2013)	תוצאה לשנת 2014	התקדמות	
הגעה לשיעור של 50% ממשורות הניהול הגלובליות מאוישות על ידי נשים עד סוף 2020.	39%	40%		
רתימת עובדים רבים יותר לפעילויות בריאות ואיכות חיים לרוחב הארגון.		אין נתונים לשנת 2014. כיום, כל חברה בת בקבוצת שטראוס מפתחת תכניות מקומיות לבריאות עובדים, והנתונים אינם נערכים ברמה הגלובלית. אנו צפויים לדווח על ביצועינו על פי תכנית חדשה בשנת 2016.		
שימור מעורבות העובדים ברמה של מעל 80%.		סקר העדמות הבא שלנו ייערך ב-2015.		
הפחתת שיעור הפגיעות בתאונות בעבודה למקסימום 3 פגיעות ל-100 עובדים עד שנת 2020.	4.46	3.35		
הפחתת מספר הימים האבודים כתוצאה משיעור הפגיעות למקסימום 40 ימים אבודים ל-100 עובדים עד שנת 2020.	91.48	65.32		
שיפור רווחת הצרכנים ואיכות חייהם על ידי הגדלת מכירות מוצרים בעלי תרומה לאורח חיים בריא ב-15% עד שנת 2020.	יעדים אלו מחייבים קפיצת מדרגה בביצועים שלנו ויצירת תכניות, שיטות מדידה ותשתיות לאיסוף נתונים גלובליות. תהליך זה החל בשנת 2014, ונראה כי יימשך לאורך שנת 2015. אנו צופים שיהיו ברשותנו נתונים בשנת 2016 הקלנדרית, ונדווח על התקדמותנו בדו"ח הקיימות שלנו לשנה האמורה.			
הצעת גיווני מוצר רבים יותר תחת 10 המותגים הנמכרים ביותר שלנו כמענה לצרכים תזונתיים ספציפיים עד שנת 2020.				
עירוב הצרכנים בפעילויות התורמות לאורח חיים בריא דרך כל אחת מחברות הקבוצה, תוך הגעה ל-10 מיליון צרכנים עד שנת 2020.				
עמידה בכלל הדרישות הרגולטוריות בכלל השווקים.	לא הוטלו עלינו קנסות משמעותיים או עונשים רגולטוריים בשנים 2013 / 2014			
שיפור מתמשך בנגישות וברמת השירות שלנו ללקוחות ולצרכנים.	בשנת 2013, 85% מהצרכנים אישרו שהשירות שלנו במתן מענה לפניותיהם הוא מצוין או טוב מאד.	בשנת 2014, 83% מהצרכנים אישרו שהשירות שלנו במתן מענה לפניותיהם הוא מצוין או טוב מאד.		
התקשרות בשותפות חברתית אסטרטגית גלובלית שתשמש כאניית דגל, עם התחייבות רב-שנתית לשיפור פרקטיקות של אורח חיים בריא.	יעדים אלו מחייבים קפיצת מדרגה בביצועים שלנו ויצירת תכניות, שיטות מדידה ותשתיות לאיסוף נתונים גלובליים. תהליך זה החל בשנת 2014, ונראה כי יימשך לאורך שנת 2015. אנו צופים שיהיו ברשותנו נתונים בשנת 2016 הקלנדרית, ונדווח על התקדמותנו בדו"ח הקיימות שלנו לשנה האמורה.			
הגדלת ההוצאה בקרב ספקים שהם בבעלות נשים, והגדלת מספר הספקים בבעלות נשים, ב-15% עד שנת 2020 (שנת בסיס להשוואה - שנת 2014).				
הרחבת האחראיות במנגנון בחירת ספקי 5 חומרי הגלם הגלובליים המובילים ב-15% עד סוף 2020.				
יישום שלוש טכנולוגיות מוצר חדשניות משמעותיות לפחות, אשר משפרות את הבחירות ברות הקיימא באורח חיים בריא, עד שנת 2020.				
הפחתת הצריכה ב-15% לטון מוצר עד סוף שנת 2020.	אנרגיה	3.78	3.49	
	מים	3.54	3.12	
	חומרי אריזה	0.106 (2014)		
הפחתת פליטות גזי חממה ב-15% לטון מוצר עד סוף שנת 2020.	0.39	0.30		
הפחתת הפסולת הנטמנת ב-15% לטון מוצר עד סוף שנת 2020.	0.025	0.032		

עובדים:

מעגל ההשפעה הראשון 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 תוסס בתוך החברה. אנו מאמינים שהשקעתנו ביצירת מקום עבודה מעצים וערכי תתורגם להשפעות משופרות במעגל השני והשלישי - הדרך שבה העובדים תומכים בצרכנים ובלקוחות, וביעדי האזרחות הכלליים שלנו.





התקדמות מול ההתחייבויות האסטרטגיות שלנו



התחייבות אסטרטגית	שנת הבסיס להשוואה (2013)	תוצאה לשנת 2014	התקדמות	אינדיקטור G4
הגעה לשיעור של 50% ממשרות הניהול הגלובליות מאוישות על ידי נשים עד סוף 2020*.	39%	40%		G4-LA12
רתימת עובדים רבים יותר לפעילויות בריאות ואיכות חיים לרוחב הארגון.		אין נתונים לשנת 2014. כיום, כל חברה בת בקבוצת שטראוס מפתחת תכניות מקומיות לבריאות עובדים, והנתונים אינם נערכים ברמה הגלובלית. אנו צפויים לדווח על ביצועינו על פי תכנית חדשה בשנת 2016.		
שימור מעורבות העובדים ברמה של מעל 80%.		סקר שביעות הרצון שלנו הבא יהיה בשנת 2015.		G4-LA1 G4-LA10 G4-LA11
הפחתת שיעור הפגיעות בתאונות בעבודה למקסימום 3 פגיעות ל-100 עובדים עד שנת 2020.	4.46	3.35		G4-LA6
הפחתת מספר הימים האבודים כתוצאה משיעור הפגיעות למקסימום 40 ימים אבודים ל-100 עובדים עד שנת 2020.	91.48	65.32		G4-LA6

* הערה: הנתונים אינם כוללים את ברזיל בשנת 2014 עקב שינוי בשיטת דירוג המנהלים.

סיכום

סיכום ביצועי עובדים					משאבי אנוש
2014	2013	2012	יחידה	G4	סה"כ עובדים נכון לסוף השנה
12,792	12,556	12,182	מספר	G4-10	מועסקים בקביעות לפי חוזה
96%	95%	98%	%		מועסקים זמניים על פי חוזה
4%	5%	2%	%	G4-11	עובדים מועסקים על פי הסכם קיבוצי
49%	46%	47%	%	G4-LA12	נשים בכוח העבודה הכללי
40%	41%	43%	%		נשים בתפקידי ניהול
40%	39%	38%	%		עובדים מתחת לגיל 30
30%	44%	32%	%		עובדים בגילאי 30-35
57%	46%	55%	%		עובדים מעל גיל 50
13%	10%	13%	%	G4-LA1	עובדים חדשים
3,737	4,345	3,760	מספר		עובדים שעזבו
3,539	4,147	4,113	מספר		תחלופת עובדים
28%	33%	34%	%	G4-LA11	הערכות ביצועי עובדים
27%	26%	18%	%	G4-LA13	יחס שכר בין נשים לגברים (מנהלים)
97%	96%	100%	%	G4-LA13	יחס שכר בין נשים לגברים (עובדים שאינם מנהלים)
93%	86%	87%	%		
2014	2013	2012	יחידה	G4	בטיחות
406	529	581	פגיעות	G4-LA6	מספר פגיעות
7,915	10,856	12,787	ימים		מספר ימים אבודים כתוצאה מפגיעות
76,876	N/A	N/A	ימים		מספר ימי היעדרות
3.35	4.36	4.96	שיעור		שיעור פגיעות ל-100 עובדים
65.32	91.48	109.24	שיעור		שיעור ימים אבודים ל-100 עובדים
4.31	N/A	N/A	שיעור		שיעור היעדרות

יצירת מעורבות והשקעה בעובדים שלנו

יצירת מעורבות והשקעה באמצעות קידום נשים

בשנת 2012 השקנו תכנית שמטרתה להגיע לאיזון מגדרי בדרגי הניהול ואשר קבעה יעד של 50% נשים בתפקידי ניהול. במשך 2014 קבוצות העבודה שלנו התמקדו בזיהוי נשים מנהלות פוטנציאליות ובבניית תכניות פיתוח מיוחדות עבורן. ב-2014, למשל, המהלך כלל תכנית מנהיגות חדשה בהשתתפות 40% נשים מנהלות. ב-2015 המנהלות הללו משתתפות בתכנית מנטורינג, המגובה בתוספת הדרכה. בנוסף, המשכנו להגדיר ולנתח מגמות בנתוני ההנהלות שלנו על מנת לזהות הזדמנויות חדשות, לשפר את תכנון הקריירה ואת העתודה הניהולית במטרה למקסם את ההזדמנויות לנשים ולעדכן את הקווים המנחים לגיוס בכדי להבטיח שנשים תמיד יקבלו הזדמנות שווה. כן שילבנו את הפעילות שלנו לקידום נשים בסקירות שמועברות בהנהלות של כל חברות הקבוצה. כולם אישרו שזהו מרכיב חיוני בפיתוח הארגוני בר הקיימא שלנו.

נלה לוג'ר, ניהול, מנהלת אסטרטגיה, מטה מלאכי
אנוש, קבוצת מלאכי

50% היעד הגלובלי שלנו לנשים בתפקידי ניהול בקבוצת שטראוס.

40% ב-2014, מתפקידי הניהול בקבוצת שטראוס היו מאוישים על ידי נשים

86%

יצירת מעורבות והשקעה
בעובדים בשטראוס מים
(סקר 2013)



מנהיגות בשטראוס מים

בעקבות הסקר הארגוני שערכנו ב-2013, ב-2014 טיפלנו בנושאים שהעסיקו את העובדים, כפי שהשתקפו בסקר, בנוגע למנהיגות, תקשורת ומעורבות. בעוד שבסך הכל, מעורבות העובדים אצלנו היא איתנה ומשקפת את הביטחון שיש לעובדים בפוטנציאל העסקי של שטראוס מים, הבנו שיש לנו הזדמנות לעשות עוד יותר. המפתח לתכנית הפעולה שלנו היה שיפור הקשר בין יכולות המנהיגות שלנו לבין רמות המעורבות היומיומית של העובדים. התמקדנו בבניית הכישורים של מנהלים בדרג הבכיר באמצעות תכניות ייעודיות לחיזוק יכולות ההנהגה שלהם. לדוגמה, יישמנו פרויקט חוצה ארגון בהובלת המנכ"ל, שכלל מנהלים בכירים, על מנת שיוכלו לרכשו כישורים חדשים, תוך הבאת תועלות ממשיות לחברה.

!!

אילית לרם, מנהלת כיתא ארגוני גלובלי, שטראוס מים



השקעה בגיוון בשטראוס ישראל

!!

יצירת ארגון שהוא באמת מגוון היא מאמץ ארוך טווח ומתמשך. ישנן קהילות, שבאופן מסורתי לא זכו לייצוג מלא בחברות עסקיות בישראל ממגוון סיבות. אנו מתמקדים בטיפול בקידומן של שלוש קבוצות, שלדעתנו ראויים לייצוג משופר בחברת שטראוס, כולל הזדמנויות לקידום לתפקידי ניהול: נשים, בני הקהילה החרדית ועובדים המשתייכים למגזר הערבי בארץ. הבנו שגיוון לא יקרה מאליו, אלא שעלינו לנקוט יוזמה. בשנת 2014, קבענו לראשונה יעדים שאפתניים לגיוס וקידום נשים, בני הקהילה החרדית וערבים ישראלים. עשינו אמנם כברת דרך, אך לא השגנו את היעדים שקבענו לעצמנו - מה שגרם לנו אכזבה. אנו ממשיכים במאמצים להתאים את הארגון על מנת להבטיח שנעניק הזדמנות מלאה ושווה לכלל העובדים שלנו, תוך עריכת ההתאמות הנדרשות כדי שנוכל לקלוט אנשים בעלי רקע שונה.

!!

תמי חי יוסף, מנהלת יחידת שירותים משותפים (SHRS), מטאבי אנוס, שטראוס ישראל

40 עובדים
בני
המגזר
החרדי

12 מנהלים
בני
המגזר
הערבי
בישראל



פיתוח עובדים

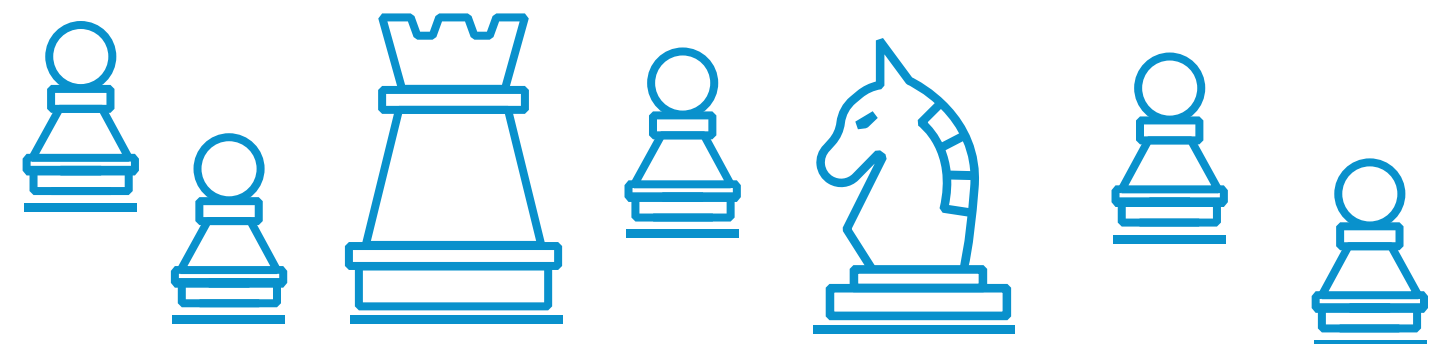
היות שאנו חברה שמתפתחת וצומחת באופן מתמיד, כך על העובדים שלנו כל העת להסתגל, ללמוד ולהתפתח בסביבה העסקית הדינמית שלנו. אנו תומכים בפיתוח העובדים שלנו ובצמיחתם כדי שיוכלו לתרום ולהמשיך ולגלות אתגרים חדשים בעבודתם, כשהם במיטבם. יחד עם זאת, אנו שומרים על גמישות הארגון על מנת שיוכל להתמודד עם אתגרים חדשים ועם הדרישות שמגיעות מהשוקים שלנו.



פיתוח מנהיגים

אנו ממשיכים להשקיע בהטמעת מודל המהיגות ויכולות הליבה החדש שלנו Me , Others , Vision :M.O.V.E Execution (אני, האחרים, חזון, ביצוע) אותו השקנו בשנת 2013 לרוחב הקבוצה. לוקח זמן עד ששינוי ארגוני מתפתח, ומדי שנה אנו מחזקים את המחויבות שלנו ומקדמים את התכנית שלנו בדרכים שונות. ב-2014 השלמנו תכנית מנהיגות חדשה שנועדה לפתח 25 מנהיגים עתידיים בקבוצה, וארכה 9 חודשים. התכנית כללה כלים וטכניקות מגוונים כגון סדנאות, הערכת 360 מעלות ומנטורינג. בנוסף, התכנית הקדישה זמן ניכר לערכים של שטראוס ולאופן שבו הם מוטמעים בדרך שבה אנו עובדים. לצד פיתוח ערכים וכישורים מקצועיים, יכולות מנהיגות הן קריטיות להצלחתנו ברת הקיימא כחברה עסקית.

נלה שלג, נדיר, מנהלת סלנט, מטה מלאכי אונס, קבוצת שטראוס



25 מנהיגים עתידיים של קבוצת שטראוס השתתפו בתכנית בת 9 חודשים שמטרתה לסייע להם בפיתוח פוטנציאל המנהיגות שלהם.

פיתוח עובדים בשטראוס ישראל

2

בשטראוס ישראל קידמנו שתי תכניות מרכזיות לתמיכה בצמיחה ובפיתוח המקצועי של העובדים שלנו.

ב-2014 השקנו שתי תכניות חדשות לעובדים, אשר מעצימות אותם כדי שיצמחו ויתפתחו בתוך הארגון וישפרו את כישוריהם המקצועיים. התכנית הראשונה היא פלטפורמה, אשר מסייעת לעובדים לנהל את הקריירות שלהם עצמם על ידי זיהוי הכישורים הנדרשים להם כדי להתקדם לתפקיד הבא, ומתן עזרה ברכישת הכישורים הללו. היות שאנו שואפים לקדם אנשים מתוך החברה היכן שאפשר, אנו מעודדים את העובדים לקחת יוזמה כשמדובר בהשגת יעדי הקריירה שלהם. על ידי כך, קל לנו יותר לזהות כשרונות פוטנציאליים ולשתף אותם בתכניות פיתוח קריירה באופן אפקטיבי יותר. התכנית השנייה נועדה לעודד פיתוח כישורים וידע מקצועיים בתחומי ליבה כגון מכירות, שיווק, טכנולוגיה וייצור. לדוגמא, התכנית כללה תכניות הסמכה לעובדי קו בייצור, שהעניקו להם הזדמנות להעמיק את המומחיות שלהם ולזכות בהכרה מצד המנהלים והעמיתים שלהם.

רחם כהן, מנהלת כיתא ארגוני ולמדיה, שטראוס ישראל



17

מספר הפגיעות שגרמו
לאבדן זמן עבודה
בחיבת המכירות של
שטראוס ישראל בשנת
2014, לעומת 38
בשנת 2011.

0.84

שיעור הפגיעות שגרמו
לאבדן זמן עבודה
בחיבת המכירות
של שטראוס ישראל,
לעומת 2.9 בשנת 2014
(פגיעות ל-100,000
שעות עבודה).

73%

73% מעובדי השטח
של שטראוס ישראל
עברו הדרכה
אינטנסיבית בנהלי
בטיחות בשנת 2014.

בטיחות העובדים ורוחתם

מתן סביבת עבודה בטוחה לעובדים שלנו ותמיכה ברווחתם חשובים להמשך הפעילות שלנו ולאלפי האנשים שעובדים בקבוצת שטראוס ולמשפחותיהם. מבחינה בטיחותית, אנו מעסיקים ממוני בטיחות מוסמכים בכל המפעלים שלנו, ומקיימים קצב אינטנסיבי בפרסום תקשורים וקיום סדנאות בנושא בטיחות בכל חלקי העסק. אנו עורכים ביקורות בטיחות וארגונומיה קבועות, מזהים סיכונים ונוקטים בפעולות מתקנות. בחלק מהאתרים שלנו אנו מעסיקים רופא שנותן שירותים רפואיים ועצות לעובדים. בנוסף לבטיחות אנו קשובים גם לרווחתם הכללית של העובדים, ומקיימים מספר תכניות שמטרתן לסייע להם לשמר ולשפר את בריאותם וכושרם הגופני, לנהל דחק וכן את האתגרים שבשמירה על איזון בין הבית לעבודה. אנו עושים כל מאמץ לסייע לעובדים אשר חווים מעברים בלתי נמנעים כתוצאה משינויים ארגוניים, ולבני משפחותיהם.

בטיחות ביחידת המכירות

תמיד היה מאתגר להטמיע את נושא בטיחות בחטיבת המכירות שלנו, שהיא גדולה ומגוונת, וביצועי הבטיחות שלנו לא היו מספקים. אנשי מכירות ומסחור נמצאים בשטח מדי יום, כשהם עובדים בסביבות שונות אצל לקוחות, והם חשופים לסיכונים בטיחות שלפעמים אינם צפויים. העובדים זקוקים לתזכורת מתמדת לגבי עקרונות העבודה הפיסית הבטוחה כדוגמת הרמת ארגזים, ואיך לעבוד בצורה בטוחה כשחשופים לטמפרטורות הנמוכות של המקרים. ב-2012 יישמנו תכנית להטמעת הבטיחות בכל רבדי פעילות המכירות שלנו ולהכללת הבטיחות ביעדי המכירות שלנו, תוך כדי העלאת נושא הבטיחות לרמה אחת עם ביצועי המכירה עבור כל אנשי המכירות שלנו. יסדנו תכנית מקיפה להדרכה, לבטיחות ולהערכת סיכונים ארגוניים, לביקורים בשטח, למינוי ממוני בטיחות ביחידות המכירות השונות, עם מעורבות אישית מצד המנהלים הבכירים ביותר. בנוסף, ציינו את אנשי המכירות בביגוד מגן כגון נעליים, כפפות וכו'. כדוגמה לעוד שינוי פשוט שעשינו, העמדנו לרשות אנשי המסחור 150 סולמות למניעת נפילות, שהיו מתרחשות כשנעשה שימוש בכיסאות או בארגזים כדי להגיע למדפים הגבוהים. בתוך 3 שנים השתפרנו מול כל היעדים שלנו. התחלנו עם 38 פגיעות ב-2011, ונתון זה צומצם ל-17 פגיעות מינוריות ביותר ב-2014. נכון שיש לנו עוד מה לעשות, אבל אנו מרגישים ששינוי את תרבות העבודה, ושהבטיחות הפכה הרבה יותר לדרך חיים.

שרון ברוך, מנהל תפעול, מכירות והכרה, חטיבת המכירות, שטראוס ישראל

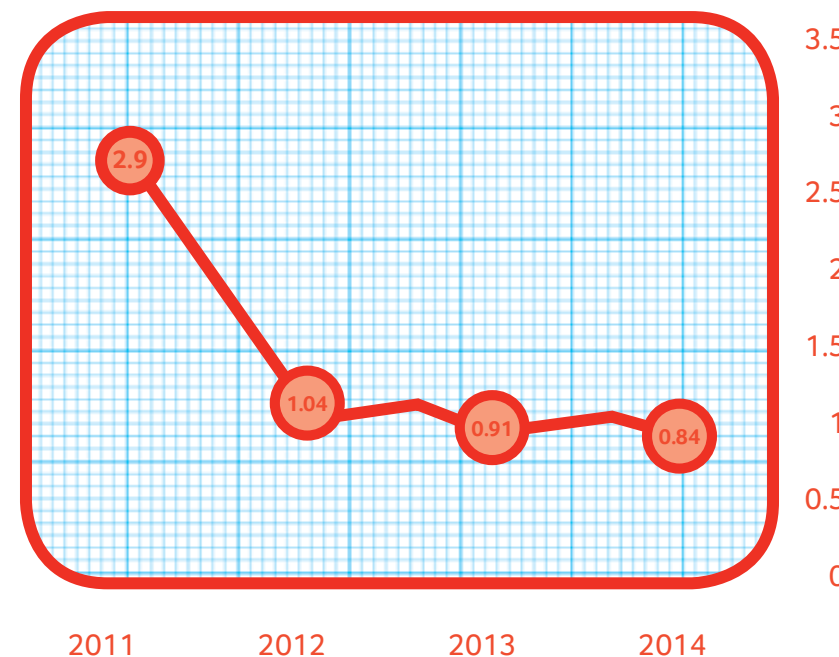
שטראוס ישראל:
ביצועי בטיחות במכירות,
שיעור אובדן
זמן עבודה כתוצאה מפגיעה



דאגה לעובדים בזמני מעבר ושינוי

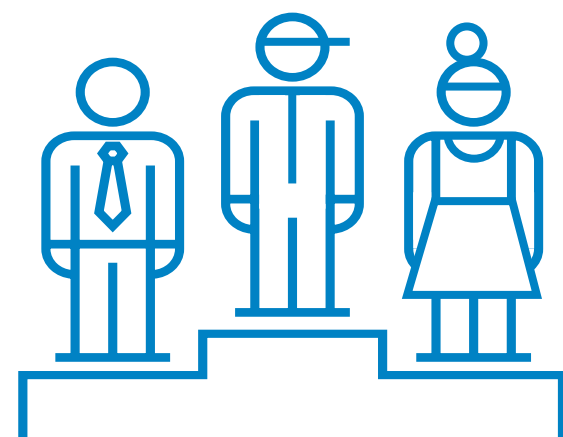
ב-2014 תמכנו בעובדים במשך תכנית לארגון מחדש, שהיה כרוך בהפיכת מפעל ההרכבה של מתקני המים של שטראוס מים לאתר לוגיסטי. מטרתנו בזמן ביצוע התכנית הייתה לתת לעובדים תמיכה מקיפה על מנת למנוע פיטורין. הודענו לכל העובדים על השינוי כ-7 חודשים מראש, ונפגשנו עם כל אחד ואחד מהם באופן אישי כדי להבין את צרכיהם האישיים והמקצועיים. סיפקנו חבילות סיוע שכללו הסבה מקצועית, שירותי השמה חלופית, תמיכה כספית והצעות עבודה באתרים אחרים של שטראוס בארץ. התוצאה הייתה ש-86% מהעובדים עברו בהצלחה לתפקידים חדשים בקבוצת שטראוס. תהליך זה שיקף ערך מרכזי בשטראוס, של דאגה לעובדים גם בתנאים עסקיים מאתגרים.

גלית אלדר, מנהלת משאבי אנוש, יחידת ליבה, שטראוס מים



86%

בזמן מעבר המפעל שלנו בשטראוס
מים, 86% מהעובדים הועברו
בהצלחה לתפקידים חדשים.



צרכנים:

מעגל ההשפעה השני שלנו

אנו שואפים לגרום לשינוי לטובה בחיי הצרכנים שלנו ולתרום ליצירת חברה אנושית, שהיא בריאה וברת קיימא יותר. אנו עושים זאת על ידי אספקת מוצרי מזון חדשים ומזינים יותר, מתן מבחר מגוון של מוצרי מזון והגברת המודעות לתזונה בקרב הצרכנים. הפעילויות שלנו בתחום זה כוללות ציות ואכיפה של הדרישות הרגולטוריות בשרשרת האספקה שלנו, התייעצות עם אנשי מקצוע בתחום המזון והמשקאות בתהליכי פיתוח המוצרים שלנו, ופנייה יזומה לצרכנים במטרה לאפשר להם לקבל החלטות מושכלות ובריאות.





התקדמות מול ההתחייבויות האסטרטגיות שלנו



התחייבות אסטרטגית	שנת הבסיס להשוואה (2013)	תוצאה לשנת 2014	התקדמות	אינדיקטור G4
שיפור רווחת הצרכנים ואיכות חייהם על ידי הגדלת מכירות מוצרים בעלי תרומה לאורח חיים בריא ב-15% עד שנת 2020.	יעדים אלו מחייבים קפיצת מדרגה בביצועים שלנו ויצירת תכניות, שיטות מדידה ותשתיות לאיסוף נתונים גלובליות. תהליך זה החל בשנת 2014, ויימשך לאורך שנת 2015. אנו צופים שיהיו ברשותנו נתונים בשנת 2016 הקלנדרית, ונדווח על התקדמותנו בדו"ח הקיימות שלנו לשנה האמורה.	לא הוטלו עלינו קנסות משמעותיים או עונשים רגולטוריים בשנים 2013-2014.		G4-EC8
הצעת גיווני מוצר רבים יותר תחת 10 המותגים הנמכרים ביותר שלנו כמענה לצרכים תזונתיים ספציפיים עד שנת 2020.				FP6 FP7
עירוב הצרכנים בפעילויות התורמות לאורח חיים בריא דרך כל אחת מחברות הקבוצה, תוך הגעה ל-10 מיליון צרכנים עד שנת 2020.				FP4
עמידה בכלל הדרישות הרגולטוריות בכל השווקים.	לא הוטלו עלינו קנסות משמעותיים או עונשים רגולטוריים בשנים 2013-2014.			G4-PR3 G4-PR5
שיפור מתמשך בנגישות וברמת השירות שלנו ללקוחות ולצרכנים.	בשנת 2013, 85% מהצרכנים אישרו שהשירות שלנו במתן מענה לפניותיהם הוא מצוין או טוב מאד.	בשנת 2014, 83% מהצרכנים אישרו שהשירות שלנו במתן מענה לפניותיהם הוא מצוין או טוב מאד.		G4-PR7



הבנת העדפותיו של הצרכן

אנו משלבים את הצרכים וההעדפות המגוונים של צרכנינו בתהליכי פיתוח המוצרים שלנו, ועורכים מחקרים נרחבים באמצעות ערוצים שונים ורבים ומתקשרים עם הצרכנים היכן שהם נמצאים – בין אם הם בבית או בחנויות, באמצעות הטלוויזיה, הרדיו, אתר האינטרנט של הקבוצה וכן בבלוגים או במגוון פלטפורמות המדיה החברתית. בנוסף, אנו מתייעצים בקביעות עם אנשי המקצוע שלנו בתחום המזון והמשקאות: תזונאים, דיאטנים, רגולטורים בתחום הבריאות ועוד, כדי ליהנות מההנחיות העדכניות ביותר בהתאם למגמות בשוק, דרישות הצרכנים ויעדים רחבים יותר בתחום אורח החיים הבריא, בכל המדינות בהן אנו פועלים.

מזון ומגמות צרכניות



ב-2014 זיהינו ארבע מגמות צרכניות גלובליות מרכזיות בתחום המזון, שיש להן השפעה חזקה על האופן שבו צרכנים בוחרים במוצרים שלנו. בישראל, למדנו שקיימים נושאים ספציפיים יותר. ערכנו באותה שנה 250 מחקרים צרכניים נפרדים שבהם הגענו למעלה מ-80,000 צרכנים אשר הניבו מגוון תובנות, וכן סקרו מחקרים שפורסמו ומקורות נוספים. עבור הצרכנים, מקסימום ערך במינימום מחיר היה מסר, אשר השפיע על הגישה שלנו. יחד עם זאת, הצרכנים מוכנים לשלם מחירים גבוהים יותר עבור מוצרים, שהם לדעתם בריאים.

זיהו יצרני, יצרני, יצרני, ישראלים, ישראלים, ישראלים

אורח חיים בריא הוא חלק מ"משוואת ערך המזון"
הצרכנים מתאימים עצמם למגמת ה"ללא" (ללא סוכר, ללא נתרן, ללא צבעי מאכל), ומחפשים מוצרים טבעיים יותר ופחות מזון מעובד. מוצרי מזון פונקציונלי עם תועלות בריאותיות מהווים יתרון.

הצרכנים אינם מוכנים להתפשר על הטעם והפינוק
הצרכנים מחפשים פינוק ורכיבים איכותיים, שילובי טעם חדשים ושונים, מרקמים חדשים וצורות פרזנטציה חדשניות של מוצרי מזון.

על מוצרי מזון להציע נוחות וחיסכון בזמן
הצרכנים רוצים מוצרי מזון שנותנים מענה לסגנון החיים החדש שלנו, שהוא דחוס ולחוק. מענה זה כולל "ארוחות חטיף", מוצרים לאכילה על הדרך, ארוחות מוכנות איכותיות ועוד – אבל איש אינו מתפשר על האיכות, הבריאות והטעם.

המצפון הסביבתי של הצרכנים הולך ומתפתח
הצרכנים מוכנים לשלם פרמיה מסוימת עבור מוצרים אתיים וירוקים. על פי מחקר שפורסם בשנת 2014, 22% מהצרכנים בארץ מדווחים שהם קונים מוצרים "ירוקים", לעומת 10% בשנת 2012.

בחירות מזון בריאות יותר

!!

במשך עשר השנים האחרונות אנו עובדים לרוחב כל תחומי המוצר שלנו על מנת לשפר את הערכים התזונתיים של המוצרים שלנו שבשוק, ולפתח מוצרים חדשים אשר מסייעים לצרכנים בשמירה על אורח חיים מאוזן ובריא, שהוא מלא טעמים נפלאים וחוויות מזון חיוביות. בשנים האחרונות התחלנו בתכנית לעדכון הפורמולציות של כלל המוצרים שלנו במטרה להפחית בהם רכיבים שהם "פחות בריאים". לצד זה, מיקדנו את מאמצי פיתוח המוצרים שלנו ביצירת מוצרים חדשניים כדוגמת חטיפי ירקות בריאים ופריכיות אורז בגודל מוקטן (פריכיות "ביס") כדי לתת מענה להרגלי הנשנוש הבריאים, שהולכים ומתפתחים. לאחרונה אימצנו גישה הוליסטית, שתאפשר לנו לסייע לצרכנים לשלב נוהגים בריאים יותר בהרגלי האכילה שלהם בארבע דרכים, שהן מותאמות במיוחד למגמות אותן אנו רואים בשוק: איזון, בקרה, אנרגיה ומזון מועשר.

!!

צמיח, מסיקה, דיאטנית, ראלית, לטראוס, ישראל



1,500 טון
הפחתה בתוספת
סוכר



משקאות שוקולד אקטיביה

הרחבת היצע המוצרים שלנו על מנת שיקלול מוצרים בריאים יותר

ב-2014 השקנו כמה מוצרים חדשים, אשר מסייעים ביצירת עניין וגיוון לטובת אורח חיים תזונתי בריא עבור צרכנינו המגוונים.

התאמת הפרופיל של מוצרי מזון לאורח חיים בריא

ב-2014 השקנו את הגישה בת ארבעת ההיבטים לאורח חיים תזונתי בריא יותר: איזון, בקרה, אנרגיה ומזון מועשר.

הפחתת הסוכר, השומנים והמלח במוצרינו המסורתיים ובמוצרים חדשים

ב-2014 המשכנו בתהליכים להורדת תכולת הסוכר, השומנים והמלח במגוון מוצרים רחב, כולל גבינות רכות, חטיפי תפוח אדמה, משקאות חלב וחומוס. ב-3 השנים האחרונות ביצענו הפחתה של כ-1,500 טון תוספת סוכר ממגוון מוצרי מחלבה כגון אקטיביה, דנונה פרי, מעדנים, גבינות ילדים, אקטימל, משקאות שוקו ודניאלה, בערכים שבין 15% ועד 35% פחות תוספת הסוכר. נתון זה משקף עלייה של כמעט פי 2 משיעור ההפחתה בקרב המתחרה העיקרית, בשנים המקבילות.



איזון

ב-2014 השקנו מספר מוצרים חדשים, שיאפשרו לצרכנים להגיע לאיזון תזונתי רב יותר בהרגלי האכילה שלהם. לדוגמה, השקנו יוגורט המכיל 99 קלוריות, ללא ממתיקים מלאכותיים או טבעיים, וקלחי תירס מוכנים לאכילה, ללא חומרים משמרים או תוספת סוכר. כן השקנו עלי בייבי קייל, רכיב חדש לסלט ירקות, שהוא עשיר בסיבים תזונתיים ובוויטמינים. בנוסף, התחלנו להפיץ בארץ את שיבולת השועל במותג Quaker של פפסיקו, וכך אנו מציעים לצרכנים המקומיים מבחר גדול יותר ותועלות בריאותיות רבות יותר. ב-2014 גם השקנו קטגוריה חדשה של סלטי קטניות וקינואה מוכנים לאכילה, ובכך הפכנו את הרכיבים הבריאים הללו לנגישים יותר עבור הצרכנים. יחד עם זאת, הצגנו לצרכנים בישראל אופציה נוספת לנשנוש בריא - חטיף פיתה קראנקי שלנו מחיטה מלאה.

בקרה

ב-2014 השקנו מוצרים חדשים רבים בעלי תכולת קלוריות מדודה ובמנות מבוקרות, כדי לסייע לצרכנים לשלוט בכמויות שהם צורכים. לדוגמה, הרחבנו את מגוון ארוחות הרביולי המוכנות שלנו במנות אישיות, וכן את מגוון פריכיות הביס על מנת שיכללו טעמים לילדים כחלופה בריאה לנשנוש. כן השקנו רטבי טחינה חדשים בבקבוקים, שמכילים פחות קלוריות ושומנים ממטבלים וממרחים אחרים, כמו גם את קו הקונפיטורות "לייט" במותג יד מרדכי, ללא תוספת סוכר וללא ממתיקים מלאכותיים. בנוסף, השקנו שמנת מתוקה לבישול ושמנת חמוצה של יטבתה, בעלות תכולת שומן מופחתת, על מנת לאפשר לצרכנים בקרה רבה יותר בבישול, באפיה ובאכילה.

אנרגיה

ב-2014 הפחתנו עוד יותר את רמות הסוכר בשוקי יטבתה, הרחבנו את מגוון חטיפי השוקולד מופחתי הקלוריות שלנו, והוספנו מוצרים חדשים במותג חטיפי הבריאות אנרג'י כדי לספק לצרכנים חלופות נוספות לנשנושים מזינים ובעלי תכולת קלוריות מבוקרת.

מזון מועשר

ב-2014 המשכנו לקדם את המוצר שלנו, חלב מועשר יטבתה, אשר מכיל 30% מצריכת הסיידן היומית המומלצת בכל כוס.

"אחד האתגרים הגדולים מולו אנו ניצבים באופן קבוע הוא, איך להפוך את המוצרים שלנו לבריאים יותר באופן שלא ישפיע על הטעם או על המחיר. הצרכנים מצפים לטעם נפלא, פרופיל תזונתי בריא ותמחור מבוסס ערך, שהוא שווה לכל כיס. לעיתים קרובות, מתן מענה לביקושי הצרכנים מבלי להתפשר על אף אחד מהגורמים הללו מצריך שנים של פיתוח וניסויים בנוסחאות מוצר חדשות. עבור הלקוחות שלנו, זוהי הנורמה החדשה. הם לא רוצים לקנות מוצרים משום שהם בריאים יותר. הם רוצים לקנות מוצרים שהם אוהבים ושיש להם טעם נהדר, מתוך ידיעה שדאגנו להיבט הבריאותי והתזונתי. אנו לא מקבלים מהצרכנים נקודות נוספת בגלל הגישה הזו; זה פשוט משהו שאנו צריכים לעשות בתור התרומה שלנו לחיים בריאים יותר, בשעה שאנו ממשיכים להצמיח את העסקים שלנו."

ציון בלס, מנכ"ל שטראוס ישראל

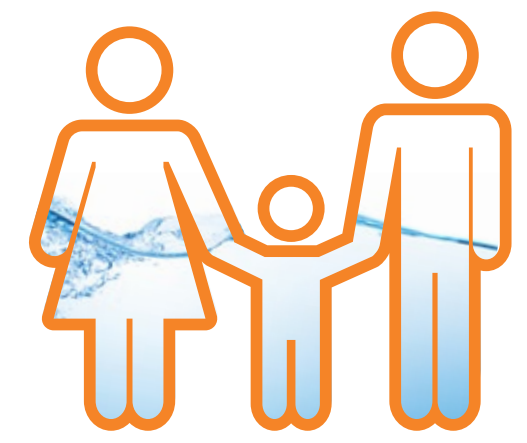
שותים יותר מים

"

ב-2014 ערכנו מחקר צרכנים בקרב 500 משתמשים בברי המים שלנו בארץ אודות הרגלי שתיית המים שלהם. בשנים האחרונות ראינו במדינות המערביות מעבר דרמטי ממשקאות ממותקים למים, בעוד שבמדינות המזרח ראינו מעבר למים מבוקבקים או מסוגנים עקב האיכות הירודה של מי הברז. שתי המגמות מונעות על ידי בריאות. ברי המים שלנו נותנים מענה לצורך של הצרכנים במי שתייה בריאים ובטוחים, תוך מתן פתרון אחראי מבחינה סביבתית, אשר מונע את צריכת המשאבים ואת הפסולת הקשורים לבקבוקי פלסטיק. מלבד זאת, המחקרים שלנו מראים שכשיש לך בר מים, אתה שותה יותר. וזהו הרגל שנפלא לאמץ אותו למען אורח חיים בריא.

"

שירה בן קהלאר, מנהלת שיווק, שטראוס מיני ישראל



86%

מבעלי בר המים של שטראוס מאשרים שבני משפחתם שותים יותר מים מאז שיש בר מים בבית.

81%

מבעלי בר המים של שטראוס מאשרים שבני המשפחה שותים פחות משקאות ממותקים ומוגזים מאז שיש בר מים בבית.

83%

מבעלי בר המים של שטראוס מאשרים שהילדים שותים יותר מים מאז שיש בר מים בבית.

82%

מבעלי בר המים של שטראוס מאשרים שההורים שותים יותר מים מאז שיש בר מים בבית.

חומוס למען הבריאות

ב-2014 פורסם המחקר הראשון שהצביע על קשר בין צריכה מוגברת של נוטריאנטים ואיכות תזונה משופרת בקרב צרכני חימצה וחומוס. אנו מימנו את המחקר הזה כדי שיהיה לנו בסיס מדעי איתן והבנה של התפקיד והתועלות שחומוס וחימצה יכולים לספק במסגרת דפוסי תזונה בריאים. התוצאות, כמובן, היו מעודדות ביותר עבור סברה, מותג החומוס הגדול ביותר בארה"ב. מחקרים שנערכו בארה"ב מראים ש-9 מתוך 10 אמריקאים לא אוכלים מספיק ירקות מדי יום, כולל קטניות, שהן עשירות בנוטריאנטים הקשורים לסיכון מופחת למחלות כרוניות, מחלות לב ומחזור הדם, סוכרת, מחלות דלקתיות ועוד. כמעט כל המוצרים שלנו תחת המותגים סברה ואובלה בארה"ב ובמקסיקו הם מבוססי צמחים ומספקים חלופות שאינן חלביות לצרכנים כתחליפים לגבינה, חמאה או ממרחים עתירי שומן אחרים, וכמעט כל המוצרים שלנו הם ללא גלוקן. מוצרי החומוס שלנו אינם מכילים תוספת סוכר. אנו ממשיכים לפתח את ההבנה שלנו בהרגלים של הצרכנים שלנו ודואגים להיות מעודכנים במחקרים העדכניים ביותר, ומוכיחים לצרכנים שאורח חיים בריא יכול להיות גם טעים להפליא!

אורי סטיילי, מנהלת המוצרים, תאנה וטריאטס טכנייז, Sabra Dipping Company, קבוצת סטראוס



יותר חומוס, בריאות משופרת

נמצא כי תזונתם של צרכני חומוס היא טובה יותר, כמו גם צריכת הנוטריאנטים (יסודות ותרכובות כימיים חיוניים לחיים ולגדילה), והם נוטים פחות לסבול מהשמנת יתר ומבקרת גלוקוז ירודה, לעומת אלו אשר אינם כוללים חומוס בתזונתם.

יותר חומוס, יותר ויטמינים

נמצא שצרכני חומוס צורכים יותר נוטריאנטים רבי ערך, כולל ויטמינים E, A ו-C; חומצה פולית; ברזל ומגנזיום, צורכים פחות שומנים באופן כללי, פחות שומן רווי ופחות כולסטרול, וזוכים לציונים גבוהים יותר באיכות תזונתם, כפי שחושב על פי "מדד האכילה הבריאה" (HEI - Healthy Eating Index).



מענה לצרכי תזונה מגוונים

כחברה גלובלית, אחד האתגרים הניצבים מולנו הוא מתן מענה לצרכים השונים והמגוונים של הצרכנים שלנו ולהעדפותיהם האישיות. אנו שואפים לפנות למגוון הרחב ביותר של צרכנים שאפשר, ולהיות נגישים ככל האפשר, בשווקים השונים שלנו, כשאנו מרחיבים את הנוכחות שלנו ואת אפשרויות הבחירה שאנו מציעים לצרכנים שונים לרוחב כל תחומי המוצר שלנו. עלינו לתת מענה לטעם ולהרגלי הצריכה המקומיים, כמו גם למסגרות תזונתיות שונות שעל פיהן אנשים חיים מסיבות דתיות או בריאותיות. אנו רואים קשר בין החלטות הקשורות לאורח חיים לבין צריכת מזון, ואנו שואפים לשפר את תיק המוצרים שלנו במטרה לתמוך באורח חיים בריא יותר. במשך 10 השנים האחרונות שקדנו על שיפור ההיבטים הבריאותיים של תיק המוצרים שלנו בהתאם למגמות חדשות ולמודעות לבריאות, ובחלק מהמקרים - בהתאם לרגולציה. אסטרטגיית הקיימות שלנו ויעדינו לשנת 2020 מעניקים לנו מסגרת, שבאמצעותה אנו מבקשים לסייע במתן מענה לצרכים מגוונים במזון ולערב יותר ויותר צרכנים בקיום אורח חיים בריא יותר. דבר זה הוא חשוב לקבוצה כדי לתמוך בצמיחתנו העסקית תוך תרומה לחברה בריאה יותר, בעולם כולו.

הרחבת אפשרויות הבחירה בברזיל

ב-2014 חברת Três Corações, המיזם המשותף שלנו בברזיל, המוחזקת על ידי קבוצת שטראוס (50%) ועל ידי השותף שלנו, קבוצת São Miguel (50%), ביצעה צעד נוסף בהצעת מבחר גדול יותר לצרכני החברה בברזיל על ידי הרחבת תיק המוצרים של 3C ואת מגוון מוצריה. הצרכנים המשיכו לבחור ב-3C כחברת הקפה מס' 1 בשוק הברזילאי, בפער משמעותי לפני כל שאר חברות הקפה מבחינת נתח שוק. 3C מספקת לצרכן בברזיל קפה קלוי וטחון, קפה נמס, מכונות וקפסולות אספרסו, מוצרי קפוצ'ינו, אבקות שוקו ואבקות שתייה נוספות, וכן מוצרי תירס. המוצר החדש של החברה, תחת המותג TRES, אשר הושק בנובמבר 2013, מציע חוויה חדשה לצרכן הקפה הברזילאי. TRES פועל בקטגוריית הפרימיום של מכונות וקפסולות קפה שהן נגישות לכולם בסופרמרקטים, בחנויות חשמל ואלקטרוניקה ובאינטרנט. 3C הציעה את המותג לראשונה באינטרנט וזכתה לתגובה חיובית מצד הצרכנים. בברזיל, מדינה שבה רמת צריכת הקפה לנפש היא בין הגבוהות בעולם, 3C ממשיכה לקיים את התחייבותה למתן מבחר מוצרי קפה נגישים ובאיכות גבוהה, אשר עונים על העדפותיהם של כלל הצרכנים.

האל קרואר, סמנכ"ל כספים, Três Corações



Três Corações, המיזם המשותף שלנו בבעלות משותפת 50%-50% עם קבוצת סאו מיגל, הפכה לחברת הקפה המובילה בברזיל.

22.5%

נתח השוק הכמותי של חברת Três Corações, המיזם המשותף שלנו בברזיל עם קבוצת סאו מיגל, הגיע לשיא של כל הזמנים של 22.5% בשנת 2014.

* הערה: תובנות מדו"ח מחקר שפורסם בכתב העת Journal of Nutrition & Food Sciences בינואר 2014: "חימצה וחומוס קשורים לצריכת נוטריאנטים משופרת, איכות תזונה טובה יותר, ורמות טובות יותר של חלק מגורמי הסיכון למחלות לב וכלי הדם: סקר בחינת הבריאות והתזונה הלאומית 2003-2010", מאת אוניל, ניקלאס ופולגוני.



2 שנתיים מחקר ופיתוח תוך שיתוף פעולה עם קבוצת דנונה נדרשו על מנת להתאים את מוצרי החלב לדרישות הכשרות המחמירות תוך שמירה על המרקם, הטעם והפרופיל התזונתי.



40 משגיחי כשרות מוסמכים מסביב לעולם סייעו למפעלים ולספקים שלנו לעמוד בדרישות המחמירות של הכשר "כשר למהדרין".



64 כיום יש לנו 64 מוצרים שהם זמינים לבני הקהילה החרדית אשר צורכים מוצרים כשרים למהדרין בלבד, בישראל ובעולם - כמעט פי 5 ממספר המוצרים בהכשר זה בשנת 2009.

התאמת מוצרים לצרכים תזונתיים יחודיים: מוצרי חלב-גם כשרים למהדרין

אנו מנסים כל הזמן להבטיח שמגוון מוצרי החלב שלנו נותנים מענה לצרכים צרכניים מגוונים, תוך שאנו מציעים את הערך הטוב ביותר. בישראל, קהל הצרכנים החרדי היה מנוע מליהנות ממגוון מלא של מוצרינו במשך שנים רבות עקב הצורך שלהם במוצרים כשרים למהדרין. התאמת הייצור שלנו לדרישות הכשר זה הצריך התאמה של מוצרים רבות, הכשרת מפעלי הייצור, ובחינת ספקי חומרי הגלם וכלל התהליכים הקשורים לייצור מוצרים אלו. נדרשו ללמעלה מ-50 ביקורים של משגיחי כשרות לבדיקת המפעלים שלנו ברחבי העולם. התחלנו ב-2009 עם 13 מוצרים בלבד עבור קהל הצרכנים החרדי, וב-2014 השלמנו את תהליך הכשרת המפעלים, דבר שאפשר לנו להפוך את מרבית הייצור שלנו לייצור כשר למהדרין. כיום, קהל הצרכנים החרדים שלנו יכולים ליהנות מ-64 מוצרים שונים, כולל מותגי דנונה הפופולריים שלנו כגון אקטיביה, אקטימל ודנכול, אשר עומדים בצרכים התזונתיים שלהם.

אריאלה וייס, מנהלת שיווק מילאנו
שטראוס, שטראוס ישראל

תמיכה בצרכני הקפה במדינות חבר העמים

שטראוס קפה ומגוון המותגים שלנו בכל שווקי חבר העמים הם מובילים בתחומם. ברוסיה ובאוקראינה, אנו אחד משלושת יצרני הקפה הקלוי והטחון המובילים. מיליוני צרכנים בשווקים אלו נאמנים למותגים המוכרים שלנו, וסומכים על שטראוס קפה כשזה מגיע להנאתם מקפה ביומיום. ב-2014 הצרכנים שלנו בשווקים אלו נפגעו מאד כתוצאה מהמשבר הכלכלי המתמשך באירופה המזרחית וחוו ירידה חדה בכוח הקנייה שלהם. התגובה שלנו בשטראוס קפה הייתה לבחון מחדש את מגוון המוצרים שלנו במלואו כדי להתאים את המחירים ולהעלות את הערך לצרכנים הנאמנים שלנו בתקופה מאתגרת זו. השקנו מוצרים חדשים, שינינו גודלי אריזה והרחבנו את התקשורת השיווקית שלנו כדי לתמוך במודעות הצרכנים לחלופות המותגיות הזולות יותר שלנו. על ידי תמיכה בצרכנים בזמן המשבר הכלכלי באופנים אלו אנו מקווים לשמור על אמון הצרכנים ועל מעמדנו הבולט בשווקים בחבר העמים, ולאפשר לצרכנים קיימים וחדשים לצרוך את הקפה שלנו כחלק מסגנון החיים המועדף עליהם.

אנאטול איינה, מנהלת שיווק, שטראוס קפה חבר העמים



השקה חדשה

השקנו מוצרים חדשים כדוגמת מותג קפה קלוי וטחון שווה לכל כיס במטרה להעניק לצרכנים ברוסיה ובאוקראינה ערך רב יותר תמורת הכסף.



גדלי אריזה חדשים

השקנו גודלי אריזה חדשים כדי להבטיח את המבחר הגדול ביותר שאפשר לצרכנים שנפגעו כתוצאה מהמשבר הכלכלי.



מוצרים שווים לכל נפש

המשכנו לפתח ולהשקיע במותג Chernaya Karta כמותג ליבה, אשר מציע לצרכנים במדינות חבר העמים מגוון מוצרי קפה, במחירים שהם שווים לכל כיס.



חדשנות למען אורח חיים בריא

חדשנות בטכנולוגית המזון בשותפות עם אלפא שטראוס

!!

חדשנות היא בליבת עסקי המזון והמשקאות שלנו. הצרכנים תמיד מחפשים אחר טעמים חדשים וחוויות אכילה חדשות, ובהתחשב בשינויים באורח החיים ובהרגלים, מוצרי המזון והמשקאות נדרשים לעבור התאמות כל העת. כחברה שישראל היא בסיס הבית שלה, מובן שהתרבות שלנו היא תרבות של חדשנות, ואנו שואפים להיות פורצי דרך בטכנולוגיות מזון מתקדמות ובפתרונות מזון חדשים על מנת להתמודד עם האתגרים שמציבים אורחות חיים בריאים יותר והעדפות משתנות.

קבוצת שטראוס השיקה את אלפא שטראוס בשנת 2012, כשהחזון של המיזם הוא להאיץ את התפתחותה של קהילת טכנולוגית המזון הישראלית בהשקעה ראשונית של קבוצת שטראוס. הקהילה מטפחת ותומכת ביזמי חדשנות בישראל באמצעות שיתוף ידע, תמיכה כספית לבדיקות היתכנות, גישה לציווד, מחקר והכוונה בפיתוח עסקי. שיתופי פעולה שנוסדו בין יזמים בענף המזון, מוסדות מחקר, אוניברסיטאות ושותפים בינלאומיים הוכיחו שישראל מציעה פלטפורמה פוריה לחדשנות פורצת דרך בענף המזון. ב-2014 בדקנו 65 טכנולוגיות חדשות, כך שבסך הכל, מאז שנוסד המיזם בדקנו 700 טכנולוגיות תוך שאנו משתפים למעלה מ-40 יזמים שונים בשוק הישראלי. 18 פתרונות טכנולוגיים שונים מצויים היום בשלבי פיתוח פעיל, בעוד ש-3 התקדמו ליישום הלכה למעשה. האתגר שלנו יהיה לקחת את אלפא שטראוס החוצה לעולם, וליצור את אותה השראה ואותו שיתוף פעולה בשווקים אחרים בהם הקבוצה פועלת.

!!

דגן אלט, מנהל מיזם אלפא שטראוס,
קבוצת שטראוס

פרויקטים חדשים
בתחום טכנולוגית
המזון עברו הערכה
מאז שנת 2012.

700

65

פרויקטים חדשים בתחום
טכנולוגית המזון ייושמו
בשנת 2014.

פרויקטים חדשים בתחום
טכנולוגית המזון עברו
הערכה בשנת 2014.

חלוצי טכנולוגיות מזון חדשניות

!!

חממת טכנולוגית המזון, The Kitchen, היא בבחינת התקדמות טבעית עבור קבוצת שטראוס - מיזם אלפא שטראוס שלנו כבר יצר פלטפורמה לחדשנות ויזמות בתחום טכנולוגית המזון. בינואר 2015 הקמנו את התשתית הפיסית שלנו, עם משרד וצוות קטן, ובשלושת החודשים הראשונים הספקנו כבר לראיין 80 סטארט-אפים פוטנציאליים. אין מחסור ברעיונות מדהימים בשוק הזה. היכולת שלנו בחממה תתבטא בבחירת הרעיונות המבטיחים ביותר, שיביאו ערך מוסף בדרכים רבות ושונות, ואולי אף ישנו את ענף המזון והמשקאות. איחוד ההשקעה שלנו עם מימון ממשלתי יאפשר לנו למנף את השקעתנו. אנו מצפים כבר לראות את הטכנולוגיות החדשות הללו מגיעות לשוק וזוכות להצלחה-ומשפיעות לטובה על חיי הצרכנים שלנו.

!!

אלעזר קואיסר, סמנכ"ל פיתוח עסקים, קבוצת שטראוס

THE KITCHEN חממה חדשה לטכנולוגיות מזון

בשנת 2014, שטראוס ישראל נבחרה על ידי משרד הכלכלה הישראלי והמזון הראשי להקים חממה לחברות הזנק בתחום טכנולוגיות המזון. מטרת החממה היא לספק סביבה מעודדת לטכנולוגיות מבטיחות בשלב ההתחלתי ולתמוך בהן לאורך תהליך הפיתוח עד למסחרן.

25 מיליון דולר*

קבוצת שטראוס ומדינת ישראל התחייבו להשקיע סך של עד 25 מיליון דולר במשך 8 שנים בחברות הזנק שאושרו. שטראוס תממן כ-40% מההשקעה, שצפויה לממן 30 מיליון דולר בתחום טכנולוגית המזון.

בתמונה: השקת החממה - עופרה שטראוס, שחר פלורנץ (סמנכ"ל כספים קבוצת שטראוס), אבי חסון (המזון הראשי) וד"ר יחיאל לסרי (ראש עיריית אשדוד) גוזרים את הסרט * כ-100 מיליון ש"ח.

שילוב הצרכנים בפעילויות לקידום אורח חיים בריא

אנו מאמינים כי לא מספיק כיום לייצר ולשווק מוצרי מזון. אנו משיגים את היעוד שלנו, לשפר את חייהם של עובדינו, של צרכנינו ושל אנשים בכלל, כשהצרכנים נהנים מהמוצרים שלנו ומשלבים אותם במסגרת אורח חיים בריא יותר. המוצרים שלנו מאפשרים לאנשים לחיות חיים פעילים ובריאים יותר, וזהו גורם מרכזי, המניע את הלהט שלנו. על כן, חשוב לנו להנגיש פלטפורמות חדשניות שונות לצרכנים, כדי שיהיו מודעים יותר להרגלי אכילה ולסגנון חיים בריאים ועל מנת להקל עליהם לעשות את השינוי.

זוזו עם קפה טורקי

אפליקצית 'זוזו', מאמן אישי וירטואלי בכף ידך, אותה השקנו ב-2014, מאפשרת לאנשים ליהנות תוך קידום אורח חיים בריא יותר. מזה זמן רב ידועה לנו הקורלציה שבין קפה קלוי וטחון (דהיינו, קפה טורקי) וביצועים משופרים בפעילות ספורטיבית. רצינו להעלות את המודעות לקשר הזה בקרב הצרכנים שלנו ובאותו זמן, לתת להם כלי שיעזור להם להתחיל לזוז. ישראלים רבים טוענים שהם עוסקים בפעילות גופנית מסוג כלשהו, אלא שזה לעיתים קרובות יקר (עלות המנוי למכון כושר), מוגבל (שעות הפתיחה של מועדוני הכושר), בודד (אימון פרטני) וחסר יעילות אופטימלית (אין מאמן אישי). אלא שיחד עם זאת, אזורי כושר באוויר הפתוח, ובחינם, צצים ברחבי הארץ ופשוט מחכים לאנשים שישתמשו בהם. חיברנו את כל זה ביחד ויצרנו אפליקציה, 'זוזו', כדי לעזור לאנשים להתחבר למתעמלים אחרים ולמאמני כושר מקצועיים, להצטרף לאימונים קבוצתיים ולפתח תכנית אימונים אישית כדי לכוון את האימונים שלהם.

צ'נת מנצ'יה, מנהלת תחום תרפי תלוי ואינר, טראנס קפה

יצירת חיבור בין קפה טורקי, הגברת הפעילות הגופנית ואינטראקציות חברתיות באמצעות האפליקציה שלנו, זוזו, הייתה אתגר של ממש. חיברנו למעלה מ-80,000 משתמשים פעילים עם חברים חדשים לרוחב יותר מ-7,500 אזורי כושר חנימיים. באותו זמן, העלינו את המודעות ליתרונות שבשתיית כוס קפה מהסוג האהוב עלייך לפני אימון כושר. הקפה הטורקי שלנו הוא המותג הראשון בארץ שיצר אפליקציה דיגיטלית חדשנית, אשר מסייעת לצרכנים באופן פרקטי מבלי לחייב אותם לקנות מותג כלשהו. עירוב הצרכנים בפעילויות שמקדמות אורח חיים בריא הוא מרכיב מרכזי ביעוד שלנו לשפר את חייהם של אנשים וליצור חברה אנושית, שהיא ברת קיימא יותר.

תומר הרפז, מנכ"ל, טראנס קפה

140,000

יותר מ-140,000 איש הורידו את האפליקציה בשלושת הימים הראשונים להשקה.

80,000

מבין אלו שהורידו את האפליקציה, יותר מ-80,000 איש יצרו תכנית אימוני כושר אישית.

7,500

משתמשים ממשיכים להוריד אזורי כושר חדשים לאימונים גופניים נהדרים - ובחינם! כיום תמצאו באפליקציה למעלה מ-7,500 אזורי כושר.

40%

סקר שערכנו בקרב האוכלוסיה הכללית הראה שמודעות הצרכנים לקשר שבין שתיית קפה לבין שיפור הביצועים הספורטיביים עלתה ל-40%, מ-11% ביולי 2012.

66%

66% מהישראלים מציינים שהם עוסקים בפעילות גופנית לפחות 3 פעמים בחודש.





אורח חיים בריא לילדים

בעוד שאנו לא מפרסמים ישירות לילדים, רצינו להבטיח שהורים בישראל מבינים את התועלות הבריאותיות במגוון מוצרי הגבינה הרכה שלנו לילדים, גמדים - חלבונים, סידן, ברזל, אבץ וויטמינים, בגביעים קטנים ובטעמים נפלאים! במטרה לערב את ההורים באופן פעיל וגם לעודד מספר פעילויות משפחתיות כיפיות, השקנו קמפיין למשפחות: יצירת גינת עציצים תוך שימוש ומיחזור גביעי גמדים כאדניות קטנות. הצענו למשפחות שגרשמו למבצע ערכת גינת עציצים חינם, עם זרעים, מדבקות והוראות לפעילות. 3,000 הורים נרשמו למבצע ורבים מהם העלו תמונות של עציצי גינות גמדים לאתר המבצע בפייסבוק. 50 הזוכים ברי המזל בפרס הגדול נהנו מביקור משפחתי בפארק הספארי, כמתנה מגמדים.

איראלה וייס, מנהלת שיווק מילאבית, סטראוס ישראל

3K
וקיבלו חינם את ערכת "גמדים- הגינה הראשונה שלי".

50
50 משפחות זכו בפרס - ביקור בפארק הספארי - בתחרות "גמדים" שלנו לילדים.

סיוע לצרכנים מוסלמים בחג הרמדאן

חודש הרמדאן הוא החודש הקדוש ביותר עבור המוסלמים. במשך החודש אנשים צמים מהזריחה ועד לשקיעה, מתפללים בשעות מסוימות, מקשטים את בתיהם בעששיות ובחצאי סהר, ושולחים ברכות לחג. רצינו להשתמש במותג שטראוס כדי לעזור לצרכנים שלנו אשר חוגגים את חג הרמדאן במשך החודש החשוב הזה. מרבית הצרכנים שלנו מקרב הקהילה הערבית בארץ שולטים בטכנולוגיה: 85% הם בעלי סמארטפון ו-98% מהאנשים עד גיל 24 גולשים באינטרנט מדי יום. אפליקצית הרמדאן שלנו במותג עלית משלבת בין המסורת לבין חדשנות טכנולוגית, עם תכונות שונות כולל התראה בתחילת הצום ובסיומו, מצפן המצביע לכיוון מכה, ומבחר ברכות לשליחה לבני משפחה ולחברים. הצרכנים שלנו מאד מעריכים את האפליקציה, וב-2014 הם שלחו מאות אלפי ברכות למשפחה ולחברים. היכולת של שטראוס לצפות את הצרכים ואת אורחות החיים המגוונים של צרכנים שונים היא מרכיב חשוב בבניית יחסים חיוביים עם המותג.

כרול מלאוי, מנכ"ל ופצ'אס, מלאוי (רס/מלאים)

50,000
3RD
למעלה מ-50,000 צרכנים הורידו את אפליקצית הרמדאן מאז הושקה לראשונה, כולל 20,000 איש בשנת 2014.

זוהי השנה השלישית שבה עלית משיקה אפליקציה לחג הרמדאן, בכדי לתמוך בצרכנינו המוסלמים בקיום דרישות חודש הצום.

בלוגינג על מים

בשנים האחרונות חזיקנו את הקשר שלנו עם הלקוחות, ואנו עוזרים להם להבין את התועלות שבמים נקיים וטעימים כחלק מאורח חיים בריא. כיום אנו מתחזקים 5 בלוגים, שמכסים היבטים שונים של מים, בריאות ואורחות חיים.

לילית אוליאלי, מנהלת שיווק מילאבית, סטראוס מים



בלוג בריאות



THE BUBBLE BLOG



בלוג צרכנים

5,893
זהו המספר הכולל של פריטים בתפריט, שהוזמנו על ידי המבקרים בבית החומוס



קונספט בית החומוס
נוצר סביב 5 החושים:
מישוש, ראייה, שמיעה,
ריח וטעם.

5,000
הערכת מספר המבקרים הכולל בבית החומוס.

28
בית החומוס שלנו בושינגטון הבירה היה פתוח במשך 28 ימים לקראת סוף 2014.



בנוסף לתפריט הרגיל שלנו בבית החומוס, ערכנו במקום 14 אירועים מיוחדים ללקוחות.

2.93
מספר האנשים אליהם הגיעו ראיונות ואירועי קד"מ לבית החומוס במדיה.

HUMMUS HOUSE (בית החומוס)

חומוס הוא רק בתחילת הדרך בארה"ב, ואנו מנסים להיות יצירתיים בהבאת חווית החומוס לצרכנים קיימים ופוטנציאליים רבים. למרות שחומוס סברה הוא המותג המוביל בשוק הצפון אמריקאי, עם נתח שוק של יותר מ-62% וקהל מעריצים המונה למעלה מחצי מיליון אוהדים, אנו יודעים שאנו רק בתחילת הדרך ושנאנשים רבים טרם גילו את הטעם הנפלא והבריא של החומוס. אנו משוכנעים בתרומתו של החומוס לאורח חיים בריא יותר, ולהוטים להפיץ את הבשורה ולהכיר את אוהבי החומוס הפוטנציאליים. כחלק מהגישה שלנו הבלתי אמצעית להתקרב לצרכן, לקראת סוף 2014 פתחנו "חומוס האוס" למשך חודש אחד בושינגטון הבירה. קבענו לעצמנו מספר יעדים: יצירת חוויה יוצאת דופן וייחודית כדי להציג לראווה את ערכי המותג שלנו; הנעת המודעות לחדשנות המוצרית בסברה, וכן יצירת מעין שוק ניסיוני לחדשנות עתידית; המחשת דרכים חדשות וחדשניות לאכול חומוס, ובניית קשרים עמוקים יותר ואהבה למותג סברה בקהילות בהן אנו פועלים.

טריסי לאקלאו, מנהלת תוכנות וחדשנות מילאבית, Sabra Dipping Co

"

טריסי לאקלאו, מנהלת תוכנות וחדשנות מילאבית, Sabra Dipping Co

5

צוות מכובד של אנשי מקצוע מתחומי מדע התזונה והתקשורת, שהם חברים במועצה המייעצת לבריאות ותזונה בחברת סברה, מסייע לנו בפיתוח המוצרים שלנו ובתקשורת.

1

השקנו את אתר האינטרנט החדש שלנו לתזונה ולבריאות למען אנשי מקצוע ואנשים שמתעניינים בתזונה. האתר כולל את ארגז הכלים של חומוס סברה לדיאטנים רשומים, חומרים נוספים המיועדים לאנשי מקצוע, ואפילו מתכונים לחומוס.



חיבור עם אנשי מקצוע בתחום הבריאות מסביב לחומוס

אנו מתקשרים עם הצרכנים שלנו בצורה עקיפה דרך מכלול אנשי המקצוע בתחומי הבריאות והתזונה, שהם שותפים לאינטרס שלנו לעזור ללקוחותיהם ולמטופליהם בצריכת תזונה בריאה יותר. מחקרים מראים שהאמריקאים לא אוכלים מספיק ירקות טריים וקטניות. במטרה לסייע לאנשי מקצוע בתחום הבריאות בטיפול באותם פערים תזונתיים בארה"ב, הקמנו פלטפורמת ידע ולמידה מקצועית להצגת העובדות על חומוס בפני אלה, שיכולים לסייע בשינוי הרגלי הצריכה של אנשים לטובה. בעזרת ייעוץ והכוונה מאת המועצה המייעצת לענייני בריאות ותזונה בסברה, השקנו אתר חדש בנושאי בריאות ואיכות חיים, אשר מכיל שפע של משאבים לאנשי מקצוע לרבות כל המידע, החל מהתועלות שבחומוס, דרך המלצות לקיום קווים מנחים תזונתיים בעזרת שילובי חומוס, וכלה בארגז כלים להצגת החומוס בפני מטופלים ואת פרטי המחקרים בנושא חומוס וידעיות חדשות קשורות נוספות. בנוסף, התחלנו לפרסם את גיליון החדשות האלקטרוני החודשי שלנו לדיאטנים רשומים ולאנשי מקצוע בתחום הבריאות אשר מבקשים לקבלו, וכבר מדובר בקבוצה של כמה מאות אנשים.

מינהל סברה, תזונה/בריאות, סברה, קבוצת סברה

קשרים עם דיאטנים

אנו שומרים על קשר עם דיאטנים ואנשי מקצוע רבים בתחום הבריאות בישראל כדי לעדכן ולהתעדכן במגמות ובתובנות העדכניות ביותר בנוגע להרגלים ולצרכים של הצרכנים. בנוסף, אנו משתפים את הקהילה המקצועית בידע העצום ובמחקרים שאנו עורכים לתמיכה בפיתוח המוצרים שלנו. גילינו שהייתו הפיות הזו מעצימה הן את שטראוס והן את הקהילה המקצועית. אנו מרצים בכנסים, מכינים ערכות מידע שהן מבוססות על מדע ומחקרים, ומאתגרים את עצמנו לשמר את התזונה ואורח החיים הבריא במרכז כל פעולותינו. מכון שטראוס והאתר שלו לשיטות ידע הפכו למקור מידע חשוב בארץ לאורח חיים בריא. ב-2014, כמו בשנים קודמות, תקשרנו עם מאות דיאטנים בנושאים רלוונטיים רבים. אחד האתגרים הגדולים המשותפים לנו הוא איך לשמר את הטעם תוך שיפור הפן הבריאותי של פורמולציות מוצרים. אנו גם פועלים כל העת על מנת לתקשר את התועלות הללו לצרכנים, בליווי מסר שבריא יכול להיות גם טעים.

צוות מינהל, דיאטנית ראשית, סברה ישראל



3 מענקי מחקר מטעם מכון שטראוס בשנת 2014

באמצעות מכון שטראוס, המשכנו להשקיע במחקר, בפיתוח כלים לאורח חיים בריא ובשיטות ידע. עד כה חילקנו 10 מענקים לתמיכה במחקרים פורצי דרך בתחום התזונה.



מאות דיאטנים בסדנת "אורח חיים בריא"

בשנת 2014 קיימנו בישראל סדנה ייעודית שהתמקדה ב"מאחורי הקלעים" של פיתוח מוצרים בריאים. שיתפנו את הקהל בדילמות ובמורכבות שבהפיתוח מוצרים לבריאים יותר, תוך שמירה על הטעם.



הפצת אלפי ערכות "אורח חיים בריא"

עד כה, כולל שנת 2014, קיימנו דיאלוג שוטף עם קהילת הדיאטנים המקצועיים בארץ. חילקנו להם עשרות אלפי ערכות "אורח חיים בריא" בכדי לסייע להם בקידום הרגלים של אורח חיים בריא בקרב מטופליהם.

סביבה וקהילה:

מעגל ההשפעה השלישי שלנו

כחברה עסקית השואפת להפגין התנהגות אזרחית טובה, אנו מבקשים ליצור ערך לקהילה ולסביבה במטרה לשפר את חייהם של אנשים ולקדם אורח חיים בריא. אנו עושים זאת על ידי השקעה בקהילה, אחריות סביבתית וניהול שרשרת אספקה יעילה ואיתית. היעדים שלנו בתחום האזרחות כוללים התנהלות אתיות ועילות בשרשרת האספקה, ניהול משאבים יעיל בפעילויות שלנו, והשקעה בקהילות אותן אנו משרתים.



התקדמות מול ההתחייבויות האסטרטגיות שלנו

מקרא



מתקדם בהתאם לתכנון



משתפר



בתכנון

שרשרת אספקה מקיימת

ולתמיכה בגיוון בספקים. בישראל אנו מתקשרים את האמנה החברתית שלנו לספקים מזה מספר שנים, וכל ספק חדש מאשר את מחויבותו לה. בתכנית שלנו להערכת ספקים, המיושמת בישראל, משולבים שיקולים אתיים, ואנו ממשיכים להעריך ספקים נבחרים מדי שנה.

שרשרת האספקה הגלובלית שלנו מורכבת מקרוב ל-14,000 ספקים, אשר מספקים למפעלים שלנו חומרי גלם, סחורות ושירותים בשווי של כ-2 מיליארד דולר מדי שנה. מרבית הייצור שלנו מתבצע ב-26 המפעלים שלנו, שהם בבעלות הקבוצה, ברחבי העולם, ואשר נתמכים על ידי רשת של פעילויות אחסון, לוגיסטיקה והפצה, אשר מספקות את המוצרים ללקוחות שלנו.

באסטרטגית הקיימות שלנו לשנת 2020 קבענו יעדים ספציפיים לשיפור הקיימות באספקת רכיבים מרכזיים

מבחינה אסטרטגית, אנו מבינים את הסיכונים וההזדמנויות שבשררת האספקה שלנו, הן במונחים של חומרי הגלם והסחורות והשירותים אותם אנו רוכשים והן מבחינת הספקים מהם אנו רוכשים אותם. אנו שואפים להגדיל את מידת האחריות ברכש מוצרים מרכזיים בכדי לתמוך בהתמודדות עם אתגרים גלובליים לקיימות, שהם בבחינת צו השעה בענף שלנו. לצד זאת, אנו שואפים להעמיק את הקשרים שלנו עם הספקים כדי להבטיח שהם מבינים ומקיימים סטנדרטים אחראים בכל הקשור לזכויות אדם, זכויות בעבודה ואחריות סביבתית.

התחייבות אסטרטגית	שנת הבסיס להשוואה (2013)	תוצאה לשנת 2014	התקדמות	אינדיקטור G4
התקשרות בשותפות חברתית אסטרטגית גלובלית שתשמש כאניית דגל, עם התחייבות רב-שנתית לשיפור פרקטיקות של אורח חיים בריא.	יעדים אלו מחייבים קפיצת מדרגה בביצועים שלנו ויצירת תכניות, שיטות מדידה ותשתיות לאיסוף נתונים גלובליות. תהליך זה החל בשנת 2014, ונראה כי יימשך לאורך שנת 2015. אנו צופים שיהיו ברשותנו נתונים בשנת 2016 הקלנדרית, ונדווח על התקדמותנו בדו"ח הקיימות שלנו לשנה האמורה.			
הגדלת ההוצאה בקרב ספקים בבעלות נשים, והגדלת מספר הספקים בבעלות נשים, ב-15% עד שנת 2020 (קו בסיס להשוואה - שנת 2014).				
הרחבת האחריות במנגנון בחירת ספקי 5 חומרי הגלם הגלובליים המובילים ב-15% עד סוף 2020.				
שיפור רווחת הצרכנים ואיכות חייהם על ידי הגדלת מכירות מוצרים בעלי תרומה לאורח חיים בריא ב-15% עד שנת 2020.				
שיפור רווחת הצרכנים ואיכות חייהם על ידי הגדלת מכירות מוצרים בעלי תרומה לאורח חיים בריא ב-15% עד שנת 2020.	אנרגיה	3.87	3.49	G4-EN1 G4-EN3 G4-EN5 G4-EN8
	מים	3.54	3.12	
	חומרי אריזה	0.106		
שיפור רווחת הצרכנים ואיכות חייהם על ידי הגדלת מכירות מוצרים בעלי תרומה לאורח חיים בריא ב-15% עד שנת 2020.	0.39		0.30	G4-EN15 G4-EN16 G4-EN18 G4-EN20 G4-EN21
	0.025		0.032	G4-EN22 G4-EN23



קקאו בר קיימא

רכש אסטרטגי של רכיבים הוא יותר ממשאווה פשוטה של קנייה-מכירה. אנו שואפים לבנות יחסי שותפות ארוכי טווח עם הספקים המרכזיים שלנו. לאחר שאנו רוכשים קקאו בר קיימא מחברת Barry Callebaut במשך שנים, ואחרי סגירת הסכם ארוך טווח לבלעדיות באספקה ב-2013, חיפשנו דרכים נוספות לשיתוף ידע וטכנולוגיות כדי שנוכל לספק לצרכנים שלנו מוצרים טובים יותר. שמחנו לארח שני מנהלים בכירים מ-Barry Callebaut בסדנא לימודית בת יומיים לצוותי המפתח שלנו, אשר עסקה במגמות, בהבדלים אזוריים באיכות הקקאו, בחדשנות, בטכנולוגיה ובהעדפות הצרכנים.

ריאל צ'וז, מנהלת רכש אסטרטגי, לטראוס ישראל



שומשום בר קיימא

במשך השנים אנו רוכשים יותר ויותר מהתוצרת הטרייה שלנו ישירות מהמגדלים, במקום לרכוש מסוחרים. מצאנו שקיום מערכות יחסים ישירות עם המגדלים מבטיח איכות וזמינות גבוהות של התוצרת הטובה ביותר עבור הצרכנים שלנו, וגם מסייע לנו לשמור על פרקטיקות חקלאיות ברות קיימא. ב-2014 הלכנו צעד אחד קדימה ביישום האסטרטגיה הזו. סלטי הטחינה שלנו עשויים מעיסת טחינה, המורכבת מזרעי שומשום. במקום לרכוש את עיסת הטחינה, החלטנו ללכת למקור - מגדלי השומשום - וליצור מערכות יחסים ישירות עם המגדלים כדי לשפר את המוצר שלנו. רצינו להגיע לשומשום ברמה טהורה יותר, שהכי מתאים לטחינה ומכיל רמות חלבונים גבוהות יותר - תועלת עבור הצרכנים שלנו. המקור האידיאלי לשומשום מהסוג הספציפי הזה הוא באתיופיה. גידול השומשום באתיופיה אינו מפותח עדיין, והמשקים המשפחתיים הם לרוב קטנים ביותר. ביקרנו שם מספר פעמים כדי לדבר עם מגדלים ולפתח שיתוף פעולה מוצלח ישירות עם החקלאים, בתמיכת אגודות חקלאיות אשר מגנות על האינטרסים שלהם. אנו נספק תמיכה ארגונית כדי לעזור למגדלים להבין את האיכות שאנו צריכים. בהמשך לפיילוט מוצלח שקיימנו ב-2014 אנו מתכננים להרחיב את רכש השומשום שלנו מאתיופיה.

פיני ג'וטליב, אלגוריתם ומנהל רכש חומרי גלם מאון טרי, לטראוס ישראל

15

15 טכנולוגי מזון ומנהלי שרשרת אספקה משטראוס ישראל השתתפו בסדנת חדשנות בת יומיים, שהועברה על ידי אנשי מקצוע בכירים בתחום הפיתוח עסקי ואספקת הקקאו מספקית הקקאו בר הקיימא שלנו, חברת Barry Callebaut.

200

טון שומשום, אותם אנו מתכננים לרכוש בממגדלים באתיופיה על מנת שאפסקת הטחינה שלנו תהיה יותר יציבה, כלכלית וברת קיימא, בעקבות פיילוט מוצלח שערכנו בשנת 2014.

קפה בר קיימא

5,400

היעד שלנו לשנת 2014 לטונות קפה בר קיימא, שיירכשו במסגרת ארגון 4C.

5,483

מספר טונות הקפה בר הקיימא שנרכשו מארגון 4C בשנת 2014 בפועל.

כחברה בארגון 4C מאז שנת 2007, שטראוס קפה ממשיכה לקיים את מחויבותה לתמוך בשרשראות אספקה אחראיות בתעשיית הקפה הגלובלית על ידי רכש קפה ירוק בר קיימא. שטראוס קפה היא חברת הקפה החמישית בגודלה בעולם במונחי קפה ירוק, ואחת מחברות הקפה בעלות קצב הצמיחה הגבוה ביותר בעולם בשש השנים האחרונות. אנו רוכשים כ-3.9 מיליון שקי קפה ירוק מדי שנה בעולם כולו, והגדלנו את נתח הקפה הנרכש באופן קיימותי ב-20% מדי שנה, בחמש השנים האחרונות. כחברה הפועלת בעיקר בשווקים מתעוררים (אירופה המזרחית וברזיל), האתגר שלנו הוא לשמר את המחויבות להגדלת כמויות הקפה בר הקיימא במחירים, שהם גבוהים יותר מהרכש הרגיל שלנו, חרף המציאות - דהיינו, מידה מסוימת של היעדר תמיכה ודרישה לקפה בר קיימא בשווקים שלנו. יחד עם זאת, חשוב להמשיך ולחנך את הצרכנים אודות חשיבות הקיימות, בשעה שאנו ממשיכים לעשות את הדבר הנכון. היעד שלנו לשנת 2015 הוא לרכוש 6,500 טון קפה בר קיימא, כמות שמייצגת כ-10% מהפעילות שלנו בישראל ובאירופה.

פיטר באואר, תנ"ן קפה ירוק בכיר, לטראוס קפה





העצמת וקידום ספקים קטנים

אחד מיעדי הרכש האסטרטגי שלנו הוא לגוון את בסיס הספקים שלנו, בייחוד על ידי יצירת הזדמנויות לעסקים קטנים או לכאלה שבבעלות נשים. עבור קבוצה גדולה כמו שטראוס הדבר לא תמיד קל, משום שתקני האיכות הגבוהים והכמויות הגדולות שלנו לעיתים קרובות מציבים אתגרים בפני עסקים קטנים, המבקשים להתחרות. אולם, בתחום האריזה עשינו מאמץ מודע ב-2014 למפות את כל התחומים האפשריים למציאת ספקים חדשים פוטנציאליים. הצלחנו בעבודה עם שני ספקים קטנים והגדלנו את כמויות הרכש מהם באופן משמעותי. אנו מאמינים שעבודה עם בסיס ספקים מגוון היא טובה לכלכלה המקומית, טובה לעסקים שלנו, ומספקת פלטפורמה לצמיחה עבור הספקים עצמם.

הלנה ידע, מנהלת רכש חומרי אריזה, שטראוס ישראל

גרפיקה בצלאל היא עסק משפחתי עם כ-100 עובדים, המספק אריזות קרטון. עבדנו עם גרפיקה בצלאל כדי לשתף פעולה בייצור אריזות חדשות ובהשגת אישורי בטיחות ותקנים כדוגמת HACCP. ב-2014 גרפיקה בצלאל הגדילה את היקף העבודה עם שטראוס ישראל ב-64%, ואנו צופים שנתון זה יגיע לכדי פי 3 בשווי הרכישות ממנה בשנת 2015.

בנוסף לרווח הכלכלי שבהרחבת היקף העבודה, שיתוף הפעולה שלנו עם קבוצת שטראוס מייצר עבורנו ערך מקצועי וטכנולוגי. העבודה עם הצוותים של שטראוס עוזרת לנו לשדרג את הידע שלנו ולרכוש ניסיון חשוב כדי שנוכל לצמוח ולהתפתח, ולשפר את המוצרים שלנו באופן מתמיד.

אילן הירשק, סמנכ"ל, גרפיקה בצלאל

64%

גידול בשווי הרכש מספק עסקי קטן, גרפיקה בצלאל, בשנת 2014.

85%

גידול צפוי בכמויות הרכש מספק עסקי קטן, ש. לרנר, בשנת 2015, בהמשך לחוזים חדשים ב-2014.



ש. לרנר היא עסק קטן בבעלות משפחתית לאספקת תוויות, הממוקם בעיר עכו. עבדנו עם ש. לרנר כדי להבטיח שהתהליכים המתאימים קיימים לאספקת כמויות גדולות באופן ניכר, תוך הרחבת היקף העבודה מחטיבה אחת בשטראוס ישראל לשלוש חטיבות נוספות, עם מפרטים מורכבים הרבה יותר. ש. לרנר כמעט ותכפיל את שווי המכירות שלה לקבוצת שטראוס ב-2015.

ברי מים ברי קיימא

אנו יודעים ששטראוס מים מצפה מאיתנו לסטנדרטים גבוהים, ואנו שואפים להיות ספק ושותף למופת. אנו עובדים ביקורת שנתית לבדיקת עמידתנו בתקני איכות ובסטנדרטים סביבתיים - ISO 9001 ו-ISO 14001 - ויש לנו רקורד שהוא מהטובים ביותר בבטיחות באזור שנג'ן. במשך 3 השנים האחרונות זכינו לאות מהממשלה המקומית עבור ביצועי בטיחות יוצאים מן הכלל. למעשה, אנו מיישמים את הסטנדרטים הגבוהים ביותר מתוך דאגה לעובדים שלנו - כ-40% מהם חיים במעונות החברה, ואנו מספקים מגוון מתקני מגורים, כולל נסיעה לערי המגורים שלהם מדי שנה. כל העובדים שלנו מקבלים תנאים נלווים טובים בהשוואה לתעשייה המקומית, כולל בדיקות רפואיות שנתיות ותכניות פנסיה, חופשת לידה ומענקים עבור שירות ארוך שנים. אנו עושים את המיטב לעבוד באופן אחראי מבחינה סביבתית - לדוגמה, כשהקמנו את קו הייצור לברי המים של שטראוס מים, תכננו תהליך מיחזור מים רציף למים המשמשים לבדיקת הברים בסוף הקו. זהו התהליך היחיד במפעל שלנו שעושה שימוש במים, וזוהי שלפעילות שלנו השפעה מזערית מבחינת מים.

אלן שיאה, מנהלת שירות לקוחות, ENG Electronics Co. Ltd., שנג'ן, סין

עבודה עם שותפים בענף שלנו עלולה להיות עסק עתיר סיכונים. לספקי ההתקנה קשר ישיר ללקוחות שלנו דרך איכות המוצרים שלנו. לכן שמחנו להמשיך ביחסים שלנו עם ENG Electronics בסין אחרי שרכשנו את חברת תנה תעשיות. מצאנו שחברת ENG Electronics היא חברה מאד מקצועית ומהירת תגובה, חברה שמקפידה על קיום כל החוקים המקומיים ואשר פועלת בהתאם לסטנדרטים הגבוהים ביותר, שאנו מצפים מעצמנו. אנו נהנים משקיפות מלאה, שיתוף פעולה מלא וסומכים על קיום כל הסטנדרטים החברתיים והסביבתיים הרלוונטיים, אשר חלים בענף שלנו, הן מבחינה רגולטורית והן מבחינה אתית. העובדה ששיתוף הפעולה בינו קיים יותר מעשר שנים מבלי שהתעוררה כל בעיה משמעותית מעידה על איכות ההנהגה של ENG ועל עובדיה המסורים.

יפת משיאקר, מנהל תשתית אסטרטגית, שטראוס מים

11

אנו עובדים בשותפות עם הספק שלנו בשנג'ן, סין, 11 שנים, לרכישה ולהתקנה של ברי המים שלנו.

3

זהו מספר השנים הרצופות שחברת ENG Electronics זכתה להכרה מצד הממשלה המקומית עבור ביצועים חזקים בבטיחות עובדים.

השפעות סביבתיות

שיפור ההשפעות שלנו על הסביבה הוא חשוב לשטראוס משתי סיבות. צמצום צריכת המשאבים מוזיל את העלויות שלנו, וגם מסייע לנו במילוי התפקיד שלנו בשימור כדור הארץ. באסטרטגית הקיימות שלנו לשנת 2020 אימצנו מספר יעדים סביבתיים, אשר מחייבים אותנו לבצע שינויים שיטתיים בפעילויות הגלובליות שלנו, לנצל את ההתפתחויות הטכנולוגיות ולהטמיע תרבות של קיימות בכל הרמות בארגון. בשנת 2014 הצלחנו להגיע לכמה שיפורים, אבל מחכה לנו עוד עבודה בהתאמת הארגון בצורה אפקטיבית ובהנעת תהליכי התייעלות.



ביצועים סביבתיים

ואנו שמחים לדווח שבשנת 2014 שיפרנו את ההשפעות הסביבתיות שלנו עם צמצום צריכת האנרגיה ב-8%, הפחתת פליטות גזי החממה ב-24% והפחתת צריכת המים ב-12%, הכל על בסיס "לטון מוצר". מאידך, היקף הפסולת הכולל שלנו צמח ב-44%. הפסולת לטון מוצר צמחה אף היא, אם כי בשיעור נמוך יותר של 29%. נתונים מוגדלים אלה למעשה משקפים שיפור במערכות הניטור ואיסוף הנתונים, ולא משקפים גידול בכמות הפסולת. אולם, יצירת פסולת, חרף רמת הטיפול והמיחזור הגבוהה שלנו - 83% - ממשיכה להוות אתגר עמו אנו מתכננים להתמודד בשעה שאנו מתקדמים אל עבר יעדי אסטרטגית הקיימות שלנו לשנת 2020.



ביצועים סביבתיים	G4	יחידה	2012	2013	2014	שינויים לעומת 2013
צריכת אנרגיה ישירה	G4-EN3	GJ (גיגה ג'אול)	1,184,820	1,369,834	1,407,913	3%
צריכת אנרגיה עקיפה		GJ	473,932	504,855	532,924	6%
סה"כ צריכת אנרגיה		GJ	1,658,752	1,874,689	1,940,837	4%
פליטות גזי חממה מכלול 1	G4-EN15	טון CO2e (שווה ערך פחמן דו חמצני)	85,277	113,624	99,477	-12%
פליטות גזי חממה מכלול 2	G4-EN16	טון CO2e	88,432	82,168	67,730	-18%
סה"כ פליטות גזי חממה	G4-EN15/16	טון CO2e	173,709	195,792	167,208	-15%
סה"כ שאיבת מים	G4-EN8	מ"ק	1,506,410	1,721,527	1,706,183	1%
פסולת לשימוש חוזר	G4-EN23	טון	47,728	54,198	75,028	38%
פסולת למיחזור		טון	9,629	7,638	10,256	34%
פסולת להטמנה		טון	15,371	12,218	17,717	45%
סה"כ פסולת		טון	72,728	74,054	103,001	39%
% פסולת ממוחזרת או שנעשה בה חוזר		%	79%	84%	83%	-1%
עצימות אנרגטית	G4-EN5	GJ / טון מוצר	3.52	3.78	3.48	-8%
עצימות פליטות גזי חממה	G4-EN18	טון CO2e / טון מוצר	0.35	0.39	0.30	-25%
עצימות מים	-	מ"ק / טון מוצר	3.28	3.54	3.11	-12%
עצימות פסולת	-	טון / טון מוצר	0.16	0.15	0.19	23%

גז טבעי למפעלים בישראל

התחלנו בהכנות
להסבת המפעלים
בישראל לשימוש בגז
טבעי במקום גפ"מ.

אנו צופים להסב
100% מהשימוש שלנו
בגפ"מ לגז טבעי
בשנים הקרובות.

2014

2016

תהליך ההסבה משימוש בגפ"מ לשימוש בגז טבעי במפעל הוא תהליך מורכב. אנו צריכים להכין את המפעלים ואת הצנרת וליצור את התשתיות המתאימות באתרים. בנוסף, קיימות דרישות רגולטוריות רבות שעלינו לעמוד בהן, כולל ביקורות על ידי לפחות חמש רשויות שונות כגון רשות הגז הטבעי, ועדות מקומיות לתכנון ערים, רשויות הכבאות וההצלה ומכון התקנים. אנו צריכים להדריך את כל העובדים בנהלים החדשים לטיפול ושימוש בגז טבעי כמקור האנרגיה העיקרי במפעלים שלנו. המוביל הארצי של הגז הטבעי יהיה מבצעי ב-2016, ברחבי המדינה כולה. נכון לתחילת 2015 אנו מקבלים גז טבעי באמצעות צינור במפעלים שלנו בדרום, ובמפעלים בצפון אנו צורכים גז טבעי באמצעות גט"ד (גז טבעי דחוס - CNG). אנו צופים שהמוביל הארצי יגיע לכל המפעלים שלנו עד סוף 2016, ואנו נהיה מוכנים לקבל אותו. בנוסף, ב-2014 התחלנו לרכוש חשמל מבוסס על גז טבעי מחברת חשמל פרטית, כך שבעתיד, טביעת הרגל הפחמנית שלנו תהיה מבוססת כמעט לגמרי על גז טבעי, מה שהרבה יותר ידידותי לסביבה מהמצב הקיים כיום.

דייוויד ראזנברג, מנכ"ל אגף אסטרטגיה, שטראוס ישראל

שימוש יעיל במים בייצור חטיפי תפוח אדמה

אחד מקווי הייצור העיקריים שלנו בישראל הוא הקו לייצור חטיפי תפוח אדמה במפעל שלנו לחטיפים מלוחים. תהליך הייצור כרוך בהוצאת המים מתפוחי האדמה, וזהו תהליך המייצר כ-3 מ"ק אדי מים מדי שעה, אשר בדרך כלל נפלטים לאוויר דרך ארובה. חשבנו שזה בזבוז של אותם אדים, שיוכלו לסייע באופן פוטנציאלי בקרור המפעל שלנו. עבדנו במשך שנתיים על פיתוח פתרון ביחד עם שותפים שמתמחים בטכנולוגיה. החל מאמצע 2015 כמעט כל האדים האלה ינותבו למערכת מיזוג האוויר של המפעל, שם הם יעזרו לקרר את המפעל ויפחיתו את השפעות האנרגיה, המים ופליטות גזי החממה שלנו.

צורד שמלני, מנהל, סטראוס ישראל

3 מ"ק אדי מים לשעה נפלטים בתהליך ייצור חטיפי תפוח האדמה שלנו להוצאת המים מתפוחי האדמה.

2 לקח שנתיים לתכנן, לבדוק ולהתקין פתרון חדשני לשימוש חוזר באדי מים לשם קירור מפעל חטיפי תפוח האדמה שלנו.



יעילות פחמנית בברי המים

אנו מחפשים באופן קבוע דרכים להקטין את טביעת הרגל הפחמנית שלנו לאורך כל מחזור החיים של ברי המים שלנו. אנו יודעים שהברים עדיפים מבחינה סביבתית על קניית מים בבקבוקים. אבל בשבילנו, זה לא מספיק. הברים שלנו הם בעלי תקן Energy Star, אשר מעיד על יעילות אנרגטית בשלב השימוש בברים. ב-2014 ביצענו ניתוח מלא של מחזור החיים, כולל שלבי הייצור, ההובלה, השימוש וסוף חיי המוצר. כעת יש לנו תכניות לשיפור הביצועים הסביבתיים של ברי המים בשנים הקרובות.

יואלה גלנצמן קרניץ, מנהלת איכות הסביבה, סטראוס מים

59%

עיקר פליטות גזי החממה על ידי ברי המים שלנו מתרחשות בשלב השימוש: 59%.

40%

אנו צפויים להקטין את טביעת הרגל הפחמנית של ברי המים שלנו ב-40% עד שנת 2016.

הגברת יעילות בסברה

אישור תקן LEED בדרגת הסמכה "כסף" להרחבת מפעל סברה

בשנת 2014 השלמנו את הרחבת מפעל החומוס של סברה במחוז סאות' צ'סטרפילד במדינת וירג'יניה שבארצות הברית. תקן LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) הוא התקן המקובל בארה"ב לתכנון ובנייה של בניינים ירוקים בעלי ביצועים גבוהים. מפעלים בעלי אישור תקן LEED נחשבים כמובילים בתעשייה ביעילות בשימוש באנרגיה ובמשאבים, בסביבת העבודה ובייצור בבר קיימא. הן המפעל הקיים של סברה והן הרחבת המפעל החדש ב-2014 זכו באישור תקן LEED בדרגת הסמכה "כסף".

תכונות חיסכון באנרגיה ובמשאבים בהרחבת מפעל סברה

- קירוי גג ממברנה לבן למזעור החום.
- שני מיכלי מים בקיבולת 10,000 גלון (כ-37,854 ליטר) כל אחד ללכידת מי גשמים ממערכת הניקוז בגג לצרכי השקייה.
- מנועי העיבוד מצוידים במהפכי תדר משתנה (VFD), אשר מקטינים את מהירות המנועים בהתאם לצרכי הייצור.
- מערכת בקרת תאורה ריכוזית עם חיישני אור יום, אשר מעמעמים את האורות כשיש די אור יום.
- יחידות HVAC (חימום, אוורור ומיזוג אוויר) בעלות יעילות גבוהה.
- 20% מחומרי הבניין מחולצים ומיוצרים בתוך רדיוס של 500 מייל מהמבנה.
- 20% מהחומרים המותקנים במפעל מורכבים מתוכן ממוחזר.
- 81% מפסולת הבנייה טופלה שלא על ידי הטמנה.
- דבקים, חומרי איטום, צבע, ציפויים וריצוף ללא כימיקלים או בעלי תכולת כימיקלים נמוכה.

"כשיש חברות אם כמו פפסיקו וקבוצת שטראוס, ניהול עסקים באופן בר קיימא הוא גם צפוי וגם זוכה להערכה. כך היה בבניית המפעל המקורי של סברה וגם בהרחבת המפעל שבוצעה לאחרונה. אנו משוכנעים שבניינים ירוקים הם טובים יותר עבור העובדים, עבור העסקים שלנו ועבור הסביבה. העובדה שאנו עובדים באחד ממפעלי המזון ברמת הקיימות הגבוהה ביותר בארה"ב היא מקור לגאווה גדולה לכולנו.

ווילי ג'ונסון, מנהל הנדסה, סברה

חדשנות סביבתית



לא נוכל להשיג את היעדים הסביבתיים על פי אסטרטגית הקיימות שלנו לשנת 2020 על ידי חיסכון הדרגתי בלבד. עלינו לעודד חדשנות בתהליכי הליבה שלנו כדי לעשות קפיצת מדרגה ביעילות האנרגטית שלנו ובשימוש שאנו עושים במשאבים. שיוויים מסוג זה אורכים מספר שנים לשם אימוץ, הערכה והתאמה, אך מדי שנה אנו מיישמים גישות חדשות, התומכות בשרשרת אספקה ברת קיימא ובאחריות סביבתית. בחרנו מספר דוגמאות משנת 2014, בהן נרצה לשתף אתכם.

חדשנות ביעילות בטיפול בשפכים



באופן טיפוס, שפכים בתעשיית המזון מטופלים בסוף תהליך הייצור, כשהם עדיין חמים. הדבר מחייב טיפול כימי והוא עתיר אנרגיה.



המערכת החדשה והחדשנית שלנו לטיפול בשפכים מסגנת מים תוך כדי תהליך הייצור, כשהם קרים. הדבר אינו מחייב כל שימוש בכימיקלים וצורך הרבה פחות אנרגיה.

צ'ודר שמשוני, מנהל, שטראוס ישראל

זוהי דוגמה נהדרת לדרך שבה אלפא שטראוס, חממת החדשנות שלנו לטכנולוגית המזון, מסוגלת להניב תוצאות מוחשיות של תועלות ברות קיימא. שיתוף הפעולה שלנו עם חבר בקהילת אלפא שטראוס, סטארט-אפ בתחום טכנולוגיות שפכים חדשניות בשם AMTR Scientific, הניב פיילוט מוצלח ב-2013. כעת הוכחנו את יעילותה של אותה טכנולוגיה בפועל, ואנו מאמינים שהיא תביא תועלת לתעשייה כולה ולא רק לקבוצת שטראוס. טיפול בשפכים מציב את אחד האתגרים החשובים ביותר, העומדים בפני הענף שלנו מזה שנים רבות. עם הגישה הנכונה לטכנולוגיה ולשיתוף פעולה ועל ידי כך שאנו מאפשרים ליזמי חדשנות להשתמש במתקנים שלנו לשם עריכת ניסויים, ניתן להגיע לתוצאות פורצות דרך.

דגן אלט, מנכ"ל מיזם אלפא שטראוס, קבוצת שטראוס

חדשנות ביעילות אנרגטית

15%

הודות לטכנולוגיה החדשה שלנו ליעילות אנרגטית, אנו צפויים להגיע לחסכון של עד 15% בצריכת אנרגיה במפעלי ייצור מרכזיים בישראל בשנת 2015.

אחד הגורמים החשובים ביותר בהוכחת יעילות אנרגטית הוא, לדעת איפה חוסר היעילות שלך בתחום זה. במ' פעל ייצור מורכב זה לא פשוט כמו שזה אולי נשמע. דרך שיתוף הפעולה שלנו עם חברת פנורמיק פאוור אימצנו מערכת חדשה, שמוודדת את צריכת האנרגיה בזמן אמת, ברמת מעגל ההספק או המנוע הבודד במקום ללכוד את אולם הייצור בשלמותו. פירוש הדבר שלא רק שאנו יכולים למדוד את היעילות שלנו, אבל אנו יכולים לראות מיד אם יש כיול מוטעה, אפילו מזערי, של המרכיבים במערכות אנרגיה, ואפילו לזהות תקלות פוטנציאליות עוד לפני שהן מתרחשות.

הדבר מעניק להנהלת הייצור את היכולת לכוון את צריכת האנרגיה באופן פרואקטיבי, ברמה שלא התאפי' שרה עד כה. המערכת שולחת התראות ללוחות הבקרה הכלליות וגם לטלפונים סלולריים, כך שבקרי הייצור יודעים מיד אם יש צורך לבדוק ולתקן בעיות שמשיפיעות על צריכת החשמל. בעקבות הפיילוט המוצלח שלנו בן 6 החודשים, אותו ערכנו במפעל הסלטים בכרמיאל ב-2014, הרחבנו את מערכת היעילות האנרגטית למפ' עלי הייצור שלנו למוצרי חלב, סלטים ושוקולד, שהם בעלי צריכת האנרגיה הגבוהה ביותר ואחראים ל-80% מצריכת האנרגיה שלנו בישראל. כשהמערכת תהיה מבצעת לגמרי אנו צפויים להגיע לצמצום של 15%-5% בצריכת האנרגיה שלנו מדי שנה בכל מפעל, ונתחיל למדוד את זה באופן ספציפי החל משנת 2015.

ד"ר חלניאל, מנהל אנרגיה, שטראוס ישראל

עיבוד וייצור מזון הוא תחום חדש עבורנו. המטרה של פנורמיק פאוור היא להציע פתרונות שמגדילים את החיס' כון באנרגיה ומשפרים את היעילות התפעולית. אנו עובדים בתעשיות רבות. העובדה שאנו חלק מקהילת אלפא שטראוס מאפשרת לנו ללמוד על תעשיית עיבוד המזון, נותנת לנו גישה לתמיכה מעשית ומאפשרת לנו לבסס את עצמנו כשחקן בשוק זה. שמה של קבוצת שטראוס פותח דלתות לסטארט-אפים מתמחים כמו החברה שלנו, ומאפשר לנו להתרחב ולתמוך בחדשנות ברת קיימא בתעשיית המזון בהיקף הרבה יותר גדול.

ד"ר אלמגור, יו"ר ומייסד משותף, פנורמיק פאוור

השקעה חברתית ויצירת מעורבות בקהילה

אנשים בעלי מוגבלויות, ועוד. בשנת 2014 למעלה מ-2,000 עובדים השתתפו ביום האחריות החברתית השנתי שלנו, עם דגש על תרומה לקהילה, שהתקיים בכל חברות הקבוצה ברחבי העולם.

אנו שואפים יותר ויותר לתעל את התמיכה שלנו בקהילה בהתאם ליעד אסטרטגית הקיימות שלנו לשנת 2020, לפתח שותפות חברתית גלובלית שתשמש כאניית דגל, עם התחייבות רב-שנתית לשיפור פרקטיקות של אורח חיים בריא. כיום אנו מתכננים את ההתקשרות שלנו עם שותפים פוטנציאליים כדי להניע יוזמה זו. בינתיים, כל היחידות התפעוליות המקומיות שלנו מקיימות קשר מקומי, אשר מגלם בתוכו תרומה מקומית.

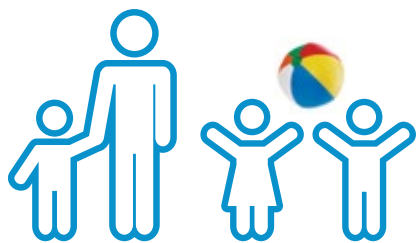
תמיכה בקהילות המקומיות במדינות שבהן אנו פועלים היא הן יעד אסטרטגי והן חובה אתית. אנו מטפחים יחסים טובים עם הקהילות המקומיות שלנו, תורמים לאורח חיים בריא יותר ולהיבטים נוספים בחיי הקהילה. בדרך זו אנו מערבים את העובדים שלנו בפעילויות שמעוררות בהם השראה, לצד עבודתם היומיומית.

סדר היום החברתי של קבוצת שטראוס מתמקד ביוזמות של גיוון והכלה, העצמה כלכלית של נשים וקידום אורח חיים בריא. אנו שואפים להיות שותפים לארגונים חברתיים מתמחים אשר מגיעים לכלל האוכלוסייה במדינות בהן אנו פועלים. התמיכה שלנו בארגונים החברתיים כוללת תרומות בכסף או בשווה כסף, התנדבות עובדים ומנטורינג, קיום ירידים למכירת מוצרים ומתנות שיוצרו על ידי

השקעה בקהילה

12.2 מיליון ₪

זהו הסכום הכולל שהשקיעה קבוצת שטראוס בקהילה בשנת 2014 (תרומות בכסף ובשווה כסף, שוויון של תרומות מוצרים ושל שעות התנדבות עובדים)



סוג ההשקעה (מיליוני ש"ח)	2012	2013	2014
תרומה כספית	2.7	3.8	3.1
תרומת מוצרים (במחירי עלות)	5.8	5	6.5
ערך שעות התנדבות עובדים וקשרי קהילה	1.7	3	2.5
סה"כ	10.2	11.8	12.2

הערה: שעות התנדבות עובדים מחושבות לפי 65 ש"ח לשעה בממוצע. בשנת 2014, המתנדבים שלנו תרמו 18,500 שעות לתרומה לקהילה. בסך הכל, בשנת 2014 כ-5,000 עובדים התנדבו בקהילה, המייצגים 35% מסך כל עובדי הקבוצה.



חדשנות בקליית קפה

30% הפחתה בפליטות גזי חממה בתהליך קליית הקפה.

70% הפחתה בצריכת אנרגיה בתהליך ייצור הקפה.

באוגוסט 2014 שטראוס אדריאטי יישמה מערכת חדשה לשיפור יעילות תהליך קליית הקפה. תהליך קליית פולי הקפה מייצר פליטות של גזי אגוז, שיש לטפל בהם לסילוק מזהמים. המערכת הקודמת שלנו עשתה שימוש בתהליך של שריפה לטיפול בגזי אגוז, בו החום היה מגיע ל-600 מעלות צלסיוס. עכשיו אנו משתמשים בטכנולוגיה חדשה לטיפול יעיל ובטיחותי בגזי תנורי הקלייה, תוך שימוש ב-7% פחות אנרגיה בתהליך הקלייה הכולל ויצירת 3% פחות פליטות גזי חממה בתהליך הייצור כולו. הסיבה היא שהטכנולוגיה החדשה, שעושה שימוש בתהליך קטליטי, מצריכה טמפרטורה נמוכה יותר של 400 מעלות צלסיוס כדי להגיע לאותה תוצאה.

מאנייה מאסית, מנהל אמצקה, שטראוס סרביה (אדריאטי)

עושים הבדל בקהילות בהן אנו פועלים



רוסיה

בשנת 2014 שטראוס חבר העמים תמכה בבניית מגרש משחקים קהילתי, וכן תרמה 160 שעות התנדבות עובדים למטרות נוספות בקהילה.

ארצות הבלקן

עובדים רבים בשטראוס אדריאטיק התנדבו בזמן השטפונות ההרסניים בסרביה בשנת 2014 כדי לסייע לקהילות המקומיות במילוי צרכיהם הבסיסיים.



ברזיל

שטראוס קפה בברזיל תמכה במספר ארגונים אשר מקדמים פעילויות בתחומי התרבות, החינוך ואורח חיים בריא.



פולין

שטראוס פולין תמכה בילדים בעלי מוגבלויות ובאזרחים ותיקים. בנוסף, סייעה שטראוס פולין לשיפוצים ורכישת ציוד חדש למעונות יום לילדים.



ארה"ב

בחברת סברה בארה"ב, 110 עובדים תרמו 320 שעות התנדבות בפעילויות לקידום ביטחון תזונתי.



רומניה

85 עובדים בשטראוס רומניה תרמו למעלה מ-700 שעות בקהילה, ושטראוס רומניה תמכה בארגונים התומכים בחינוך לילדים, טיפול בריאותי ויוזמות סביבתיות. זוהי השנה השנייה לשיתוף הפעולה שלנו בתחום החינוך עם הארגונים החברתיים World Vision ו-School of Values לשיפור כישורי חיים לילדים בגילאי בית ספר. אירחנו 40 סטודנטים ב-6 סדנאות חינוכיות במשרדינו שבבוקרשט.

בשטראוס רומניה אנו משלבים בין התנדבות עובדים לבין הגנת הסביבה דרך נטיעת עצים ביער מקומי על ידי בוקרשט. היעד שלנו הוא לשתול עצים כמספר העובדים שיש לנו בחברת שטראוס קפה כולה. בשנת 2014, 40 עובדי שטראוס רומניה נטעו 1,600 עצים בשותפות עם קמפיין "יעד הילדים", שמטרתו ייעור מחדש של קרקע שהושחתה בדרום רומניה ונטיעה וגידול שתיל לכל תינוק שנולד במדינה זו.



ישראל

שטראוס ישראל תומכת בלמעלה מ-40 שותפים בקהילה למתן תמיכה ביוזמות גיוון והכללה, פרויקטים חברתיים להעצמת נשים, קידום אורח חיים בריא, תמיכה בצעירים והקלת הרעב בקהילות בעלות הכנסה נמוכה. בישראל, אנו נפגשים עם שותפינו בקהילה מדי שנה ליום של הדרכה, פיתוח קשרים עסקיים וחברתיים ולמידה ביחד עם עובדים שהם מנהיגים בקהילה במחלקות השונות שלהם. בשנת 2014 יותר מ-40% מעובדי שטראוס ישראל תרמו מזמנם למען הקהילה.

בשנת 2014 השקנו תכנית השקעה חברתית חדשנית בשם "סינרגיה", במסגרתה 8 מנהלים בכירים מנוסים הצטרפו לדירקטוריונים של עמותות. המהלך תורם לארגונים, אשר רוכשים תובנות חדשות ותמיכה בתכניות שלהם, בעוד שהמנהלים שלנו רוכשים ניסיון בניהול ארגון ברמה אסטרטגית, בסביבה שונה.



ביצועי קיימות 2014 - טבלאות נתונים

2014	2013	2012	יחידה	G4	ביצועים סביבתיים
1,407,913	1,369,834	1,184,820	GJ (ג'יגה ג'אול)	G4-EN3	צריכת אנרגיה ישירה
532,924	504,855	473,932	GJ		צריכת אנרגיה עקיפה
1,940,837	1,874,689	1,658,752	GJ		סה"כ צריכת אנרגיה
99,477	113,624	85,277	טון CO2e (שווה ערך פחמן דו חמצני)	G4-EN15	פליטות גזי חממה מכלול 1
67,730	82,168	88,432	טון CO2e	G4-EN16	פליטתו גזי חממה מכלול 2
167,208	195,792	173,709	טון CO2e	G4-EN15/16	סה"כ פליטות גזי חממה
1,706,183	1,721,527	1,506,410	מ"ק	G4-EN8	סה"כ שאיבת מים
75,028	54,198	47,728	טון	G4-EN23	פסולת לשימוש חוזר
13,938	7,638	9,629	טון		פסולת למיחזור
17,717	12,218	15,371	טון		פסולת להטמנה
106,683	74,054	72,728	טון		סה"כ פסולת
83%	84%	79%	%		% פסולת ממוחזרת או שנעשה בה חוזר
3.49	3.78	3.52	GJ / טון מוצר	G4-EN5	עצימות אנרגטית
0.30	0.39	0.35	טון CO2e / טון מוצר	G4-EN18	עצימות פליטות גזי חממה
3.12	3.54	3.28	מ"ק / טון מוצר	-	עצימות מים
0.20	0.15	0.16	טון / טון מוצר	-	עצימות פסולת

2014	2013	2012	יחידה	G4	משאבי אנוש
12,792	12,556	12,182	מספר	G4-10	סה"כ עובדים נכון לסוף השנה
96%	95%	98%	%		מועסקים בקביעות על פי חוזה
4%	5%	2%	%		מועסקים זמניים על פי חוזה
49%	46%	47%	%	G4-11	עובדים מועסקים על פי הסכם קיבוצי
40%	41%	43%	%	G4-LA12	נשים בכוח העבודה הכללי
40%	39%	38%	%		נשים בתפקידי ניהול
30%	44%	32%	%		עובדים מתחת לגיל 30
57%	46%	55%	%		עובדים בגילאי 30-50
13%	10%	13%	%		עובדים מעל גיל 50
3,737	4,345	3,670	מספר	G4-LA1	עובדים חדשים
3,539	4,147	4,113	מספר		עובדים שעזבו
28%	33%	34%	%		תחלופת עובדים
27%	26%	18%	%	G4-LA11	הערכות ביצועי עובדים
97%	96%	100%	%	G4-LA13	יחס שכר בין נשים לגברים (מנהלים)
93%	86%	87%	%	G4-LA13	יחס שכר בין נשים לגברים (עובדים שאינם מנהלים)
2014	2013	2012	יחידה	G4	בטיחות
406	529	581	פגיעות	G4-LA6	מספר פגיעות
7,915	10,855	12,787	ימים		מספר ימים אבודים כתוצאה מפגיעות
76,876	ל.ר.	ל.ר.	ימים		מספר ימי היעדרות
3.35	4.46	4.96	שיעור		שיעור פגיעות ל-100 עובדים
65.32	91.48	109.24	שיעור		שיעור ימים אבודים ל-100 עובדים
4.31	ל.ר.	ל.ר.	שיעור		שיעור היעדרות



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

ה-UN Global Compact (UNGC) הוא יוזמת מדיניות אסטרטגית, המעודדת חברות עסקיות ברחבי העולם לדבוק בעשרה עקרונות לעסקים אחראיים אשר מתייחסים לזכויות אדם, סטנדרטים בעבודה, הגנת הסביבה ומניעת שחיתות. קבוצת שטראוס משתתפת ביוזמת ה-UNGC מאז שנת 2008.

הצהרת המשך תמיכה ב-UNGC

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

גדי לסין

נשיא ומנכ"ל
קבוצת שטראוס

גילוי סטנדרטי כללי	עמוד/קישורית	ביקורת חיצונית
1 על חברות עסקיות לתמוך ולכבד את השמירה על זכויות האדם הבינלאומיות המוצהרות.	זכויות אדם	אצלנו בשטראוס, כיבוד זכויות האדם הוא ערך ליבה. אנו מנהלים את העסקים שלנו באחריות בהתאם לסטנדרטים האתיים הגבוהים ביותר, כולל כבוד לכל בני האדם באשר הם והכרה בזכויותיהם. אנו מיידעים את הספקים שלנו בדבר הסטנדרטים שלנו ביחס לזכויות אדם ומעודדים אותם לאמץ סטנדרטים דומים.
2 על חברות עסקיות להבטיח שהן אינן נותנות יד להפרת זכויות אדם.	זכויות אדם קהילות מקומיות	אנו מכבדים את זכויות העובדים לחופש התאגדות ולשאת ולתת על תנאי העסקתם. אנו מקיימים עם העובדים מערכת יחסים שהיא מושתתת על שיתוף פעולה ומטפלים בנושאים הקשורים לזכויותיהם באופן חיובי.
3 על חברות עסקיות לתמוך בחופש ההתאגדות ובהכרה האפקטיבית בזכות העובדים לשאת ולתת על תנאי העסקתם.	G4-11 חופש ההתאגדות יחסי עבודה	אנו מכבדים את זכויות העובדים לחופש התאגדות ולשאת ולתת על תנאי העסקתם. אנו מקיימים עם העובדים מערכת יחסים שהיא מושתתת על שיתוף פעולה ומטפלים בנושאים הקשורים לזכויותיהם באופן חיובי.
4 על חברות עסקיות לתמוך במיגור כל צורות של עבדות או עבודת כפייה.	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.	עבודת ילדים	אנו מכבדים ותומכים בזכויותיהם של כל ילדים, ואנו מחויבים לשמירה על האינטרסים שלהם. אנו לא מעסיקים ילדים בכל חלק שהוא בעסקים שלנו.
6 על חברות עסקיות לתמוך במיגור האפליה בהעסקה ובעבודה.	G4-10 פרקטיקות עבודה ועבודה מכובדת	אנו מקיימים מדיניות של שוויון הזדמנויות ופרקטיקות מכילות כלפי עובדים חדשים וקיימים בכל הקשור לעבודתם בקבוצת שטראוס.
7 על חברות עסקיות לתמוך בגישה המבוססת על נקיטת אמצעי זהירות בהתמודדות עם אתגרים סביבתיים.	היבטים סביבתיים	אנו מאמצים פרקטיקות בעלות אוריינטציה סביבתית בכל הפעילויות שלנו וקבענו יעדים להקטנת השפעותינו על הסביבה. אנו שואפים להניע פרקטיקות כאמור באמצעות שרשרת האספקה שלנו ופועלים לזהות טכנולוגיות מזון התומכות באספקת מזון יעילה וצמצום פסולת מזון.
8 על חברות עסקיות להתחייב ליוזמות להגברת האחריות הסביבתית.	היבטים סביבתיים	אנו מחויבים לנהוג ביושרה ולפעול נגד שחיתות בכל צורתיה.
9 על חברות עסקיות לעודד פיתוח והפצה של טכנולוגיות ידידותיות לסביבה.	מניעת שחיתות מדיניות ציבורית	אנו מחויבים לנהוג ביושרה ולפעול נגד שחיתות בכל צורתיה.
10 על חברות עסקיות לפעול נגד שחיתות בכל צורתיה, כולל סחיטה ושוחד.	מניעת שחיתות מדיניות ציבורית	אנו מחויבים לנהוג ביושרה ולפעול נגד שחיתות בכל צורתיה.

אינדקס תוכן G4 של ה-Global Reporting Initiative

G4	גילוי סטנדרטי כללי	עמוד/קישורית	ביקורת חיצונית
G4-1	הצהרת ההנהלה	דבר ההנהלה: עמ' XX	אין
G4-3	שם הארגון	שטראוס במבט על: עמ' 6	אין
G4-4	מותגים, מוצרים ושירותים	שטראוס במבט על: עמ' 6	אין
G4-5	מקום מושבו של מטה הארגון	שטראוס במבט על: עמ' 6	אין
G4-6	מדינות הפעילות	שטראוס במבט על: עמ' 6	אין
G4-7	בעלות ומבנה משפטי	שטראוס במבט על: עמ' 6	אין
G4-8	שווקים אותם משרת הארגון.	שטראוס במבט על: עמ' 6	אין
G4-9	היקף הארגון	ראה להלן: עמ' 6	אין
G4-10	מידע על העובדים	ראה להלן: עמ' 14	אין
G4-11	הסכמים קיבוציים	ראה להלן: עמ' 14	אין
G4-12	שרשרת האספקה של הארגון	עמ' 47	אין
G4-13	שינויים מהותיים	שטראוס במבט על: עמ' 6	אין
G4-14	עיקרון נקיטת אמצעי זהירות	עמ' 70	אין
G4-15	אמנות חיצוניות	עמ' 70	אין
G4-16	חברות בארגונים	עמ' 70	אין
G4-17	ישויות כלולות	עמ' 71	אין
G4-18	התהליך שיושם בהגדרת תוכן הדו"ח	אודות דו"ח זה: עמ' 2-3	אין
G4-19	היבטים מהותיים שזוהו	עמ' 73	אין
G4-20	גבול ההיבט בתוך הארגון	עמ' 73	אין
G4-21	גבול ההיבט מחוץ לארגון	עמ' 73	אין
G4-22	ניסוח מחדש של מידע שנמסר	ראה אינדקטורים רלוונטיים לביצועים עמ' 63-64	אין
G4-23	שינויים בהיקף ובגבולות ההיבטים	אין שינויים מהותיים	אין
G4-24	קבוצות מחזיקי העניין עמן הארגון מקיים קשרים	עמ' 74	אין
G4-25	בסיס לבחירת מחזיקי עניין	עמ' 74	אין
G4-26	גישה למעורבות מחזיקי עניין	עמ' 74	אין
G4-27	נושאים מרכזיים שהועלו דרך המעורבות עם מחזיקי העניין	עמ' 74	אין
G4-28	תקופת הדיווח	אודות דו"ח זה: עמ' 2-3	אין
G4-29	הדו"ח הקודם האחרון	אודות דו"ח זה: עמ' 2-3	אין
G4-30	מחזור הדיווח	אודות דו"ח זה: עמ' 2-3	אין
G4-31	איש קשר	אודות דו"ח זה: עמ' 2-3	אין
G4-32	חלופת "בהתאם" ואינדקס תוכן	אודות דו"ח זה: עמ' 2-3	אין
G4-33	מדיניות לעניין בקשה ביקורת חיצונית	אודות דו"ח זה: עמ' 2-3	אין
G4-34	מבנה הממשל בארגון	עמ' 74	אין
G4-56	ערכים, עקרונות וקודים אתיים	עמ' 74	אין

גילויים סטנדרטיים ספציפיים

היבטים מהותיים	קטגורית / היטב G4	אינדקטור	עמוד	נתונים שהושמטו	ביקורת חיצונית
אורח חיים בריא	חברתי: חברה: קהילות מקומיות	G4-SO1	עמ' 60	אין	אין
	כלכלי: השפעות כלכליות עקיפות	G4-EC8	עמ' 26	אין	אין
	מגזר המזון: בריאות ובטיחות לקוחות	FP6	-	אין נתונים לפי מכירות וקטגוריות. אנו מתכננים לדווח בשנת 2016	אין
		FP7	-		אין
צמצום צריכת משאבים ופסולת בשרשרת הערך שלנו	סביבתי: חומרים	G4-EN1	עמ' 74	אין	אין
	סביבתי: אנרגיה	G4-EN3	עמ' 75	אין	אין
	סביבתי: מים	G4-EN8	עמ' 76	אין	אין
	סביבתי: פליטות	G4-EN15	עמ' 76	אין	אין
		G4-EN16	עמ' 76	אין	אין
		G4-EN18	עמ' 77	אין	אין
		G4-EN20	עמ' 77	אין	אין
	סביבתי: קולחין ופסולת	G4-EN21	עמ' 77	אין	אין
		G4-EN22	עמ' 77	אין	אין
	סביבתי: כללי	G4-EN23	עמ' 78	אין	אין
	סביבתי: כללי	G4-EN31	עמ' 78	אין	אין
סימון מוצרים ברור ושיווק אחראי	חברתי: אחראיות למוצרים: סימון מוצרים ושירותים	G4-PR3	עמ' 78	אין	אין
		G4-PR5	עמ' 78	אין	אין
	חברתי: תקשורת שיווקית	G4-PR7	אין מקרים	אין	אין

היבטים מהותיים	קטגורית / היטב G4	אינדיקטור	עמוד	נתונים שהושמטו	ביקורת חיצונית
רכש ושרשרת אספקה אתיים	מגזר המזון: פרקטיקות רכש	FP1	עמ' 78	אין	אין
	כמויות הרכש עומדות במדיניות הקיימות של החברה				
	הכמויות אומתו בהתאם לתקני ייצור אחראיים	FP2	עמ' 78	אין	אין
גיוון בכל מה שאנו עושים	חברתי: גיוון ושוויון הזדמנויות				
	הרכב גופי ממשל ועובדים בהתאם לאינדיקטורים לגיוון	G4-LA12	עמ' 79	אין	אין
	חברתי: פרקטיקות תעסוקה ועבודה הוגנת: תגמול שווה לנשים וגברים				
	יחס בין שכר הבסיס והתגמול של נשים לבין אלו של גברים	G4-LA13	עמ' 81	אין	אין
	חברתי: חברה: קהילות מקומיות	G4-SO1	עמ' 60	אין	אין
יצירת מעורבות והשקעה בעובדים שלנו	כלכלי: פרקטיקות רכש				
	אחוזי ההוצאה על ספקים מקומיים באתרי פעילות מהותיים	G4-EC9	עמ' 74	אין	אין
	חברתי: פרקטיקות תעסוקה ועבודה הוגנת: תעסוקה				
	מספר כולל ושיעורי גיוס עובדים חדשים ותחלופת עובדים	G4-LA1	עמ' 79	אין	אין
	חברתי: פרקטיקות תעסוקה ועבודה הוגנת: בריאות תעסוקתית				
	פגיעות ושיעורי פגיעות, מחלות תעסוקתיות, ימים אבודים, היעדרויות ומקרי מוות	G4-LA6	עמ' 80	אין	אין
	חברתי: פרקטיקות תעסוקה ועבודה הוגנת: הדרכה וחינוך				
	תכניות לניהול כישורים ולמידה לאורך החיים	G4- LA10	עמ' 18	אין	אין
	העובדים עוברים הערכות ביצועים קבועות ומקבלים סקירות לפיתוח הקריירה	G4-LA11	עמ' 80	אין	אין

G4-9

- סה"כ עובדים: ראה תשובתנו ב-G4-10 להלן
- סה"כ פעילויות: ראה הדו"ח השנתי שלנו לשנת 2014
- מכירות נטו: ראה הדו"ח השנתי שלנו לשנת 2014
- הכנסות נטו: ראה הדו"ח השנתי שלנו לשנת 2014
- סך המאזן: ראה הדו"ח השנתי שלנו לשנת 2014
- כמות המוצרים והשירותים אותם אנו מספקים: ב-2014 סיפקנו קרוב ל-550,000 טון מוצרי מזון ומשקאות

G4-10

מספר עובדים לפי מגדר	2012	2013	2014
גברים	6,939	7,394	7,640
נשים	5,243	5,162	5,152
סה"כ עובדים	12,182	12,556	12,792

סה"כ עובדים מועסקים על פי הסכמי עבודה	2012	2013	2014
הסכם קבוע	11,979	11,928	12,322
הסכם זמני	203	628	470
סה"כ עובדים	12,182	12,556	12,792

סה"כ עובדים לפי סוג	2012	2013	2014
עובדים במשרה מלאה	11,540	11,014	12,123
עובדים במשרה חלקית	823	1,542	669
סה"כ עובדים	12,363	12,556	12,792

סה"כ עובדים לפי אזורים ומגדר	2012			2013			2014	
	גברים	נשים	סה"כ	גברים	נשים	סה"כ	גברים	נשים
אירופה	889	601	1,490	994	668	1,662	977	657
ישראל	2,795	2,863	5,658	2,806	2,588	5,394	2,896	2,597
ארה"ב	552	423	975	597	470	1,067	392	289
שאר העולם	2,703	1,356	4,059	2,997	1,436	4,433	3,375	1,609
סה"כ עובדים	6,939	5,243	12,182	7,394	5,162	12,556	7,640	5,152
אחוז נשים–גברים	57%	43%		59%	41%		60%	40%

הערות:

• הנתונים לשנת 2014 כוללים את כל הפעילויות הנלוברליות של הקבוצה פרט למקס ברנר. פעילות מקס ברנר נכללה בשנים 2012 ו-2013.

• הפיצול בחברת סברה בין עובדים על פי חוזה קבוע ועל פי חוזה זמני בשנת 2014 הוערך על סמך שנים קודמות.

• ההבדלים בין הנתונים בדו"ח זה לבין נתוני העובדים כפי שהם מדווחים בדו"ח השנתי המבוקר של קבוצת שטראוס נובעים מהבדלי סוף שנה ומהכללת עובדים מפוקחים שאינם עובדים ישירים, ומפעילות מקס ברנר.

G4-11

אחוז העובדים המועסקים על פי הסכם עבודה קיבוצי	2012	2013	2014
	47%	46%	49%

G4-14

אנו מנתחים ומעריכים סיכונים עסקיים, חברתיים וסביבתיים, ונוקטים באמצעי ביטחון כחלק מהגישה המונעת אותה אנו מיישמים. ועדת הביקורת של דירקטוריון קבוצת שטראוס מפקחת ומעריכה את הסיכונים שזוהו ומורה על נקיטת פעולות בהתאם לצורך בחברות בקבוצה. לפרטים נוספים בדבר ניהול סיכונים, ראה הדו"ח שנתי שלנו לשנת 2014.

G4-15

אנו משתתפים ביוזמת ה-UN Global Compact. בנוסף, אנו חברים בארגון מעלה - עסקים מנהיגים אחריות חברתית בישראל ומשתתפים בדירוג מעלה לאחריות חברתית. בשלוש השנים האחרונות זכינו לדירוג הגבוה ביותר במדד זה, פלטינה פלוס.

G4-16

הנהלת הקבוצה פעילה במספר פורומים, ואנו משתתפים בקבוצות ובאיגודים רבים בישראל ובעולם. פעילות הנהלת הקבוצה הבכירה ביותר היא:

עפרה שטראוס, יו"ר קבוצת שטראוס

- נשיאת פורום 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: זהו שולחן עגול המבוסס על סינרגיות, 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 בשב"ל - שיניים בריאות לכל: שב"ל היא עמותה המספקת טיפולי שיניים חינם או במחיר שווה לכל נפש, לקבוצות אוכלוסייה מוחלשות.

G4-17

- ישויות שהן כלולות בדו"חות הכספיים (בדו"ח השנתי) שלנו, אך אינם כלולים בודח זה הן:
- פעילויות שטראוס מים בסין (מיזם משותף עם קבוצת האייר) ובאנגליה (מיזם משותף עם קבוצת וירג'ין).
 - פעילות מקס ברנר בארה"ב וכל פעילויות מקס ברנר בזכיינות: ישראל, אוסטרליה, פיליפינים, סינגפור.
 - הפעילות של חברת אובלה באוסטרליה כלולה באופן חלקי - ראה הערות לנתונים הרלוונטיים.

נתונים סביבתיים נאספים מהאתרים הבאים:

מדינה	מיקום	פעילות עיקרית	נכללו באיסוף הנתונים שלנו*		
			2012	2013	2014
אוסטרליה	Cavan, דרום אוסטרליה	מטבלים	לא	לא	כן
אנגליה	גילדפורד במחוז סארי	משרדי שטראוס מים וחטיבת המכירות	לא	לא	לא
ארה"ב	וירג'יניה	ממרחים ומטבלים מצוננים	כן	כן	כן
ארה"ב	וירג'יניה***	מטה חברת סברה	כן	כן	כן
ארה"ב	אושנסייד, קליפורניה****	מטבלי סלסה	כן	כן	כן
ארה"ב	פרמינגדייל, ניו-יורק****	מטבלים חלביים	כן	כן	כן
ארה"ב	ערים שונות בארה"ב	מטה מקס ברנר ו-Chocolate Bars של מקס ברנר****	כן	כן	לא
ברזיל	סנטה לוצייה במדינת מינאס ז'ראיס	קפה קלוי וטחון וקפוצ'ינו	כן	כן	כן
ברזיל	אוסביו במדינת סיארה	קפה קלוי וטחון	כן	כן	כן
ברזיל	נאטאל במדינת ריו גרנדה דו נורטה	קפה, אבקת שוקו וקפוצ'ינו	כן	כן	כן
ברזיל	נובה איגואסו במדינת ריו דה ז'ניירו	נייר פילטר לקפה פילטר	כן	כן	כן
ברזיל	מוסורו במדינת ריו גרנדה דו נורטה	מוצרי תירס ואבקות משקה	לא	לא	כן
ברזיל	ורגינה במדינת מינאס ז'ראיס	עיבוד קפה ירוק	לא	לא	לא
גרמניה	Upahl	קפה נמס	לא	כן	כן
הולנד	אמסטרדם	המטה הגלובלי של שטראוס קפה	לא	כן	כן
ישראל	אחיהוד	מוצרי חלב	כן	כן	כן
ישראל	נצרת	שוקולד, ממתקים ומסטיק	כן	כן	כן
ישראל	בית-שמש	מוצרי שוקולד של מקס ברנר	כן	כן	כן
ישראל	שדרות	חטיפים מלוחים	כן	כן	כן
ישראל	יטבתה	משקאות חלב וחלב מועשר	כן	כן	כן
ישראל	נתיבות	מוצרי חלב	כן	כן	כן
ישראל	כרמיאל	סלטים	כן	כן	כן
ישראל	שדה ניצן	הכנה ואריזה של ירקות טריים מצוננים	כן	כן	כן
ישראל	יד מרדכי	מוצרי דבש, שמן זית וקונפיטורות	כן	כן	כן
ישראל	מפרץ חיפה	הפצה בקירור בישראל	כן	כן	כן
ישראל	עכו	מרכז לוגיסטי	כן	כן	כן
ישראל	פתח-תקווה	הפצה בקירור בישראל	כן	כן	כן
ישראל	בית-שמש	הפצה בקירור בישראל	כן	כן	כן

מדינה	מיקום	פעילות עיקרית	נכללו באיסוף הנתונים שלנו*		
			2012	2013	2014
ישראל	באר-שבע	הפצה בקירור בישראל	כן	כן	כן
ישראל	צריפין	הפצה בקירור בישראל	כן	כן	כן
ישראל	צפת**	קפה נמס	כן	כן	כן
ישראל	לוד	קפה קלוי וטחון ואבקת שוקו	כן	כן	כן
ישראל	פתח-תקווה	משרדי מטה הקבוצה	כן	כן	כן
ישראל	קיבוץ נתיב הל"ה	מפעל שטראוס מים	כן	כן	כן
ישראל	אור יהודה	מטה שטראוס מים	כן	כן	כן
ישראל	פתח-תקווה	מעבדן שטראוס מים	לא	כן	כן
ישראל	לוד	יחידת האחסנה של שטראוס מים	כן	כן	לא
מכסיקו	מכסיקו סיטי	מטבלים וממרחים מצוננים	לא	לא	כן
סין	שנחאי	משרדי שטראוס מים	לא	לא	לא
סין	שנז'ן	משרדי שטראוס מים וייצור במיקור חוץ	לא	לא	לא
סרביה	Simanovci, ליד בלגרד	קפה קלוי וטחון	כן	כן	כן
פולין	Swadzim, ליד פוזנן	קפה קלוי וטחון	כן	כן	כן
רומניה	בוקרשט	קפה קלוי וטחון וקפה נמס	כן	כן	כן
רוסיה	סטרונינו, מחוז ולדימיר	קפה קלוי וטחון, אריזת קפה נמס ועוד	לא	כן	כן

הערות:

* בנוסף, נתונים נבחרים נאספו מ-55 נקודות מכירה קמעונאיות לקפה בישראל.

** מפעל שטראוס קפה בצפת נסגר בפברואר 2014. הנתונים מתייחסים לתקופה שעד סיום הפעילות.

*** הנתונים המתייחסים למטה סברה אינם כוללים נתונים סביבתיים.

**** נתוני משאבי אנוש בלבד. אתרים אלו מהווים פחות מ-10% מהייצור של סברה.

***** נתוני 2013 של ממקס ברנר ארה"ב אינם כוללים נתונים סביבתיים.

G4-19, G4-20, G4-21

Material Aspects (G4-19)	G4 Category / Aspect	Indicator	Boundary
אורח חיים בריא	חברתי: חברה: קהילות מקומיות	G4-SO1	חיצוני: משפיע על הצרכנים בכל
	חברתי: אחריות למוצרים: בריאות ובטיחות לקוחות	FP6	השווקים בהם אנו פועלים
	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
	סביבתי: אנרגיה	G4-EN3	בכל השווקים שלנו
	סביבתי: אנרגיה	G4-EN5	
	סביבתי: מים	G4-EN8	
	סביבתי: פליטות	G4-EN15	
	סביבתי: פליטות	G4-EN16	
	סביבתי: פליטות	G4-EN18	
	סביבתי: פליטות	G4-EN20	
	סביבתי: פליטות		
	סביבתי: קולחין ופסולת	G4-EN22	
	סביבתי: קולחין ופסולת	G4-EN23	
	סביבתי: כללי	G4-EN31	
סימון מוצרים ברור ושיווק אחראי	חברתי: אחריות למוצרים: סימון מוצרים ושירותים	G4-PR3	חיצוני: משפיע על הצרכנים בשווקים בהם אנו פועלים
	חברתי: אחריות למוצרים: סימון מוצרים ושירותים	G4-PR5	
	חברתי: תקשורת שיווקית	G4-PR7	
רכש אתי ושרשרת אספקה אחראית	כלכלי: פרקטיקות רכש	FP1	חיצוני: משפיע על ספקים וכלכלות
	כלכלי: פרקטיקות רכש	FP2	בשווקים בהם אנו פועלים
גיוון בכל מה שאנו עושים	חברתי: גיוון ושוויון הזדמנויות	G4-LA12	פנימי: משפיע על העובדים שלנו ועל
	חברתי: פרקטיקות תעסוקה ועבודה הוגנת: תגמול שווה לנשים וגברים	G4-LA13	צמיחתם האישית וההזדמנויות שלהם
	חברתי: חברה: קהילות מקומיות	G4-SO1	חיצוני: משפיע על קהילות ועל פיתוח
	כלכלי: פרקטיקות רכש	G4-EC9	כלכלי בשווקים בהם אנו פועלים
השקעה בעובדים שלנו	חברתי: פרקטיקות תעסוקה ועבודה הוגנת: תעסוקה	G4-LA1	פנימי: משפיע על העובדים שלנו, על
	חברתי: פרקטיקות תעסוקה ועבודה הוגנת: בריאות תעסוקתית	G4-LA6	בטיחותם ורווחתם, ועל צמיחתם
	חברתי: פרקטיקות תעסוקה ועבודה הוגנת: הדרכה וחינוך	G4-LA10	האישית וההזדמנויות שלהם
	חברתי: פרקטיקות תעסוקה ועבודה הוגנת: הדרכה וחינוך	G4-LA11	

G4-24, G4-25, G4-26, G4-27

קבוצות בעלי עניין עמן אנו מקיימים קשרים כוללות:

עובדים: אנו מתקשרים עם העובדים שלנו באמצעות סקרים, מפגשים תדירים וקיום דו-שיח פתוח, ובאמצעות אתר האינטרה-נט הדינמי שלנו.

צרכנים: אנו מתקשרים עם הצרכנים שלנו דרך מגוון ערוצים רחב, כולל מחקרי שוק, ערוצי מדיה חברתית, סקרים ייעודיים ומוקדי טלפון פעילים. דרך האינטראקציות שלנו עם דיאטנים, תזונאים ואנשי מקצוע בתחום הבריאות אנו אף רוכשים הבנה קרובה יותר של צרכי הצרכנים והעדפותיהם.

סביבה וקהילה: אנו מקיימים רשת ענפה של מערכות יחסים עם ספקים, איגודים מקצועיים ושותפים בקהילה, עמם אנו מתקשרים באופן קבוע בנושאים הקשורים לאחריות חברתית וסביבתית.

הנושאים המרכזיים שהועלו דרך הקשרים שלנו עם הקבוצות הללו משתקפים בבחירת הנושאים המהותיים שלנו. לפרטים נוספים, ראה דו"ח הקיימות שלנו לשנת 2013.

G4-34

דירקטוריון קבוצת שטראוס מורכב מ-12 דירקטורים, מהם 5 הן נשים. 4 דירקטורים הם בלתי תלויים (כולל שני דירקטורים מן הציבור כנדרש על פי חוק). איש מהדירקטורים אינו חבר בהנהלת הקבוצה ואינו ממלא כל תפקיד ניהולי או אחר בקבוצה. 8 דירקטורים זוהו כבעלי כישורים פיננסיים וחשבונאיים בהתאם להגדרת מונח זה ברגולציה. לפרטים נוספים אודות ממשל, ראה בדו"ח התקופתי שלנו.

G4-56

הערכים שלנו מוצגים בעמ' 6. ניתן לעיין בקוד האתי שלנו באתר הקבוצה בכתובת: www.strauss-group.com/corporate-responsibility/download-center

G4-EC1

ערך כלכלי מחולק	מיליוני דולר ארה"ב	
	2013	2014
ערך כלכלי ישיר מיוצר על ידי החברה (הכנסות, ריבית על נכסים והשקעות) ערך כלכלי מחולק	1,633.76	1,398.66
הוצאות תפעוליות	1,075.91	937.06
שכר ותנאים נלווים	338.98	283.40
תשלומים לספקי הון	93.53	97.37
תשלומים לבעלי המניות	68.25	26.39
תשלומים לממשלות	34.61	33.57
השקעה בקהילה	3.41	3.10
סה"כ ערך כלכלי מחולק	1,614.68	1,380.90
ערך כלכלי שנותר בידי החברה	19.08	17.77

G4-EC9

אחוז מתקציב הרכש שהוצא על ספקים מקומיים	2013	2014
ברזיל	98%	99%
אירופה	16%	31%
ישראל	57%	83%
ארה"ב	75%	85%
סה"כ	73%	85%

הערות:

• הנתונים לשנת 2013 אינם כוללים את פעילויות שטראוס קפה ברוסיה ובאוקראינה ואת קופי-טו-נו בישראל.

• הנתונים לשנת 2014 אינם כוללים את פעילויות שטראוס קפה ברוסיה ובאוקראינה, שטראוס מים, מקס ברנר ואובלה. נתוני 2014 לעניין ברזיל הוערכו על סמך נתוני שנה קודמת.

G4-EN1

רכיב	2014 - כמות בטון
קקאו	4,356
קפה	63,349
חימצה	2,950
סוכר	18,500
טחינה	2,477

הערות:

הערה: נתונים אלה מייצגים את 5 הרכיבים המובילים (במונחים כמותיים) ששימשו בפעילות הגלובלית של קבוצת שטראוס בשנת 2014.

G4-EN3

צריכת אנרגיה	כל הנתונים בגייגה ג'אול			
	2012	2013	2014	שינוי לעומת 2013 (%)
גז טבעי	421,510	591,817	741,980	25%
מזוט	161,684	134,053	89,577	-33%
דיזל		91,728	146,197	59%
אתנול	1,255	535	50	-91%
גפ"מ	281,495	298,192	246,756	-17%
בנזין	139,298	141,010	110,137	-22%
ביומסה מפסולת קפה	29,734	75,323	16,533	-78%
ביוגז מטיפול בשפכים	54,137	37,177	56,683	52%
סה"כ צריכת דלק (Scope 1)	1,184,820	1,369,834	1,407,913	3%
חשמל קנוי מהרשת (Scope 2)	473,932	504,855	532,924	6%
סה"כ צריכת אנרגיה (Scope1& 2)	1,658,752	1,874,689	1,940,837	4%

הערות:

• צריכת הדלק כוללת דלק ממקורות מתחדשים ושאינם מתחדשים.

• איננו קונים או מוכרים חימום, קירור או קיטור, ואיננו מוכרים חשמל.

• נתוני צריכת האנרגיה לכל השנים כוללים את הפעילות הגלובלית של הקבוצה פרט לפעילות מקס ברנר. נתונים מהפעילויות החדשות של אובלה באוסטרליה ובמקסיקו כוללים בשנת 2014 בלבד.

• ביוגז מטיפול בשפכים, המשמש לחימום מים, כלול בנתוני צריכת האנרגיה שלנו לשנת 2014 ועודכן רטרואקטיבית לשנים 2012 ו-2013.

G4-EN5

עצימות אנרגטית	כל הנתונים בגייגה ג'אול לטון מוצר			
	2012	2013	2014	שינוי לעומת 2013 (%)
Scope 1	2.52	2.76	2.52	-9%
Scope 2	1.00	1.01	0.95	-6%
סה"כ עצימות אנרגטית	3.52	3.78	3.48	-8%

הערה: עצימות אנרגטית מחושבת לטון מוצר. החישוב כולל את שטראוס ישראל, שטראוס קפה, סברה ואובלה, ארבע החברות היצרניות בעלות תפוקות הניתנות למדידה בטון. חברות אלה מייצגות למעלה מ-98% מצריכת האנרגיה של הקבוצה.

G4-EN8

שאיבת מים	כל הנתונים במ"ק			
	2012	2013	2014	שינוי לעומת 2013 (%)
סה"כ מים שנשאבו ממקורות אספקה עירוניים	ל.ר.	1,635,699	1,674,364	2%
סה"כ מים שנשאבו ממי תהום	ל.ר.	85,828	31,819	-63%
סה"כ מים שנשאבו	1,506,410	1,721,527	1,706,183	-1%
עצימות מים לטון מוצר	3.28	3.54	3.11	-12%

הערות:

- נתונים מפעילויות אובלה החדשות באוסטרליה ובמקסיקו כלולים בשנת 2014 בלבד.
- עצימות מים מחושבת לטון מוצר. החישוב כולל את שטראוס ישראל, שטראוס קפה, סברה ואובלה, המייצגות למעלה מ-98% מסך כל שאיבת המים של קבוצת שטראוס.

G4-EN15 and G4–EN16

פליטות גזי חממה	כל הנתונים בטון שווה ערך			שינוי לעומת 2013 (%)
	2012	2013	2014	2013 (Scope 1)
גז טבעי	23,299	32,712	41,012	25%
מזוט	12,620	10,463	6,992	-33%
דיזל		6,914	10,898	58%
אתנול	89	38	4	-91%
גפ"מ	18,279	19,352	16,024	-17%
בנזין	9,816	9,912	7,761	-22%
פליטות מחומרים מדללי אוזון	11,826	34,001	16,621	-51%
אחר	102	231	166	-28%
סה"כ פליטות ישירות של גזי חממה (Scope 1)	85,277	113,624	99,477	-12%

פליטות עקיפות של גזי חממה (Scope 2)				
חשמל קנוי מרשת החשמל	88,432	82,168	67,730	-18%
סה"כ פליטות גזי חממה (Scope1& 2)	173,709	195,792	167,208	-15%

הערות:

- נתוני פליטות גזי החממה לכל השנים כוללים את כל הפעילות הנלובית של קבוצת שטראוס פרט לפעילות מקס ברנר בארה"ב. נתונים מפעילויות אובלה החדשות באוסטרליה ובמקסיקו כלולים לגבי שנת 2014 בלבד.
- ביוגו וביומסה מפסולת קפה הם מקורות מתחדשים ונרשמו כאפס פליטות.
- גזי החממה שנכללו בחישוב CO2e הם פחמן דו חמצני (CO2), מתאן (CH4) וחמצן דו חנקני (N2O).
- פקטורי פליטת דלק חושבו על פי בסיס הנתונים IPCC Emissions Factor Database (הפאנל הבין-ממשלתי לשינויי אקלים). פליטות חשמל עבור ישראל, גרמניה ורומניה חושבו תוך שימוש בפקטורי הפליטה כפי שפורסמו על פי רשתות החשמל הארציות. כל יתר פליטות החשמל חושבו על פי פקטורי הפליטות האחרונות שפורסמו בפרוטוקול גזי חממה.
- הירידה בפליטות בשנת 2014 נובעת בחלקה משימוש בגז טבעי בישראל במקום גפ"מ, ומפקטורי פליטה נמוכים יותר בישראל כתוצאה מהגדלת השימוש בגז טבעי על ידי רשת החשמל הארצית.

G4-EN18

עצימות פליטות גזי חממה	כל הנתונים בטון שווה ערך			שינוי לעומת 2013 (%)
	2012	2013	2014	2013 (CO2e)
Scope 1	0.177	0.229	0.178	-23%
Scope 2	0.175	0.164	0.119	-27%
סה"כ עצימות פליטות גזי חממה	0.352	0.393	0.297	-25%

הערה: עצימות הפליטות מחושבת לטון מוצר. החישוב כולל את שטראוס ישראל, שטראוס קפה, סברה ואובלה, ארבע החברות היצרניות בעלות תפוקות הניתנות למדידה בטון.

חברות אלה מייצגות למעלה מ-97% מסך כל הפליטות של הקבוצה. הנתונים שדווחו בעבר לשנים 2012 ו-2013 עודכנו על מנת לשקף פליטות כתוצאה מחומרים מדללי אוזון

ומבעירת עודפי ביוגז המשמש בטיפול בשפכים.

G4-EN20

פליטות חומרים מדללי אוזון	כל הנתונים בק"ג שווה ערך			שינוי לעומת 2013 (%)
	2012	2013	2014	2013 (CFC-11)
פליטות חומרים מדללי אוזון (R-22)	313	467	187	-60%

הערות:

- כולל נתונים עבור שטראוס ישראל, שטראוס קפה, קופי-טו-גו (ישראל), שטראוס מים וסברה.
- הנתונים לשנים 2012 ו-2013 הוצגו מחדש ומדווחים עתה כק"ג שווה ערך כלורו-פלאורו-קרבונים (CFC) 11. בשנים קודמות דווחו כל החומרים מדללי האוזון והחלופות.

G4-EN21

פליטות מזדהמי אוויר (NOx, SOx, PM)	כל הנתונים בטון			שינוי לעומת 2013 (%)
	2012	2013	2014	2013
תחמוצות חנקן (NOx)	139	110	44	-60%
תחמוצות גפרית (SOx)	166	151	104	-31%
חומר חלקיקי מרחף (PM)	22	26	14	-45%
פחמן חד-חמצני (CO)	ל.ר.	32	42	32%
סה"כ פליטות מזדהמי אוויר	327	318	204	-36%

הערות:

- כולל נתונים עבור שטראוס ישראל, שטראוס קפה, קופי-טו-גו (ישראל), שטראוס מים וסברה.

G4-EN22

מזהמים במי שפכים	כל הנתונים בטון			שינוי לעומת 2013 (%)
	2012	2013	2014	2013
כלל מוצקים מרחפים (TSS)	921	662	457	-31%
צריכת חמצן כימית (COD)	2,414	2,284	2,114	-7%
צריכת חמצן ביולוגית (BOD)	1,128	1,063	791	-26%
סה"כ מזהמים במי שפכים	4,463	4,009	3,362	-16%

הערות:

- כולל נתונים עבור שטראוס ישראל, שטראוס קפה, קופי-טו-גו (ישראל), שטראוס מים וסברה.

G4-EN23

פסולת מסוכנת ושאינה מסוכנת	כל הנתונים בטון		שינוי לעומת 2013 (%)	% מסי"כ פסולת 2014
	2012	2013		
לשימוש חוזר	47,728	54,198	38%	73%
למיחזור	9,629	7,638	34%	10%
להטמנה	15,371	12,218	45%	17%
סה"כ פסולת מסוכנת ושאינה מסוכנת	72,728	74,054	39%	100%

הערות:

• כולל נתונים עבור שטראוס ישראל, שטראוס קפה, שטראוס מים וסברה. נתונים מאתרים נוספים לא היו זמינים. נתוני פסולת להטמנה לשנת 2013 הוצגו מחדש עקב טעות.

G4-EN31

השקעות סביבתיות במיליוני דולר	2014
השקעות בפרויקטיים סביבתיים	2.47
השקעות במניעה ובניהול סביבתי	3.56
סה"כ השקעות סביבתיות	6.03

FP1

בישראל, 1,435 מתוך סך של 3,272 ספקים חתמו על האמנה

החברתית של שטראוס ישראל (44%), נתון שלדעתנו מייצג

למעלה מ-50% מכמויות הרכש שלנו. יש לבדוק

FP2

• קפה: ב-2014, 8.4% מסך כל רכש הקפה שלנו היו של קפה בר קיימא באישור ארגון C4.

• קקאו: בשטראוס ישראל, 100% מצריכת הקקאו נרכשים מספקים מאושרים על פי תקן מוכר.

• בשלב זה, אין בדינו נתונים לגבי רכיבים מרכזיים נוספים.

G4-PR3

אנו מאמינים שהצרכנים יכולים לקבל החלטות מושכלות יותר

כשביכולתם להבין את סימון המוצרים שלנו. אנו מקיימים את חוקי

סימון המוצרים בכל המדינות בהן אנו פועלים. בנוסף, אנו שואפים

שהסימון שלנו יהיה ברור ככל האפשר וכן להבטיח שהיבטים

בולטים הקשורים לתכולת המוצר ייראו בבירור. אנו קשובים לכלל

הרגולציה החדשה הנוגעת לסימון מוצרים ומוודאים שכל העובדים

הרלוונטיים מיודעים ושהשינויים מבוצעים בהתאם.

G4-LA1

עובדים חדשים לפי גיל	2012		2013		2014		שיעור עובדים חדשים ב-2014 (נשים)	שיעור עובדים חדשים ב-2014 (נשים)	שיעור עובדים חדשים כולל (%)
	גברים	נשים	גברים	נשים	גברים	נשים			
מתחת לגיל 30	1,272	975	1,585	1,115	1,388	911	10.9%	7.1%	18.0%
גילאי 30–50	837	513	972	554	836	494	6.5%	3.9%	10.4%
מעל גיל 50	50	23	77	42	58	50	0.5%	0.4%	0.8%
סה"כ עובדים חדשים לפי מגדר	2,159	1,511	2,634	1,711	2,282	1,455	17.8%	11.4%	29.2%
סה"כ עובדים חדשים	3,670	4,345	3,737						

עובדים חדשים לפי אזורים	2012		2013		2014		שיעור עובדים חדשים ב-2014 (נשים)	שיעור עובדים חדשים ב-2014 (נשים)	שיעור עובדים חדשים כולל (%)
	גברים	נשים	גברים	נשים	גברים	נשים			
אירופה	219	112	244	153	266	129	2.1%	1.0%	3.1%
ישראל	757	687	955	813	936	804	7.3%	6.3%	13.6%
ארה"ב	228	193	319	277	48	98	0.4%	0.8%	1.1%
שאר העולם	955	519	1,116	468	1,032	424	8.1%	3.3%	11.4%
סה"כ עובדים חדשים לפי אזורים	2,159	1,511	2,634	1,711	2,282	1,455	17.8%	11.4%	29.2%

עובדים שעזבו לפי גיל	2012		2013		2014		שיעור תחלופת עובדים ב-2014 (גברים)	שיעור תחלופת עובדים ב-2014 (נשים)	שיעור תחלופת כולל (%)
	גברים	נשים	גברים	נשים	גברים	נשים			
מתחת לגיל 30	1,343	974	972	1,137	1,107	799	8.7%	6.2%	14.9%
גילאי 30–50	907	728	722	987	922	502	7.2%	3.9%	11.1%
מעל גיל 50	70	91	124	205	127	82	1.0%	0.6%	1.6%
סה"כ עובדים שעזבו לפי מגדר	2,320	1,793	1,818	2,329	2,156	1,383	16.9%	10.8%	27.7%
סה"כ עובדים שעזבו	4,113	4,147	3,539						

עובדים שעזבו לפי אזורים	2012		2013		2014		שיעור תחלופת עובדים ב-2014 (גברים)	שיעור תחלופת עובדים ב-2014 (נשים)	שיעור תחלופת כולל (%)
	גברים	נשים	גברים	נשים	גברים	נשים			
אירופה	253	195	222	135	267	156	2.1%	1.2%	3.3%
ישראל	799	917	921	1,138	850	788	6.6%	6.2%	12.8%
ארה"ב	209	177	291	235	127	72	1.0%	0.6%	1.6%
שאר העולם	1,059	504	384	821	912	367	7.1%	2.9%	10.0%
סה"כ עובדים שעזבו לפי אזורים	2,320	1,793	1,818	2,329	2,156	1,383	16.9%	10.8%	27.7%

G4-LA6

פגיעות	מספר פגיעות			שיעור פגיעות			שיעור שינוי
	2012	2013	2014	2012	2013	2014	ב-2014 2014 (%)
אירופה	24	17	22	2.37	1.75	2.29	31%
ישראל	358	254	250	6.33	4.71	4.55	3-
ארה"ב	17	27	6	1.74	2.53	0.88	-65%
שאר העולם	182	231	128	4.48	5.21	2.57	-51%
קבוצת שטראוס	581	529	406	4.96	4.46	3.35	-25%

ימים אבודים	מספר ימים אבודים			שיעור ימים אבודים			שיעור שינוי
	2012	2013	2014	2012	2013	2014	ב-2014 2014 (%)
אירופה	342	633	463	33.76	65.12	48.28	-26%
ישראל	3,744	3,117	3,199	66.16	57.79	58.24	1%
ארה"ב	181	510	53	18.56	47.80	7.78	-84%
שאר העולם	8,520	6,595	4,200	209.90	148.77	84.27	-43%
קבוצת שטראוס	12,787	10,855	7,915	109.24	91.48	65.32	-29%

היעדרויות	מספר ימי היעדרות ב-2014	שיעור היעדרות ב-2014
אירופה	9,123	3.81%
ישראל	67,082	4.88%
ארה"ב	671	0.39%
קבוצת שטראוס	76,876	4.31%

הערות:

- פגיעות משמע פגיעות אשר כרוכות באבדן ימי עבודה. פגיעות קלות אינן נכללות. הפגיעות מחושבות ל-100 עובדים.
- נתונים בהתפלגות לפי מגדר אינם זמינים עבור מרבית אתרי הקבוצה. בנוסף, אין בדינו נתונים לעניין עובדים שאינם מוכרים כעובדי החברה.
- הנתונים המתייחסים לאירופה כוללים את כל אתרי הקבוצה פרט לרוסיה ולאוקראינה.
- מחלות תעסוקתיות ספציפיות אינן מתועדות בקבוצה.
- נתוני 2014 לגבי שאר העולם כוללים את אוכלה באוסטרליה ובמקסיקו.

G4-LA11

עובדים שעברו הערכת ביצועים	2012		2013		2014	
	גברים	נשים	גברים	נשים	גברים	נשים
הנהלה בכירה	21	11	19	7	42	12
מנהלים בדרג ביניים	287	174	727	505	713	466
עובדים שאינם מנהלים	854	699	908	854	1,025	989
סה"כ לפי מגדר	1,162	884	1,654	1,366	1,780	1,467
סה"כ לקבוצה	2,046	3,020	3,247			
אחוז מכלל העובדים	18%	26%	27%			

G4-LA12

עובדים לפי מגדר	2012		2013		2014	
	גברים	נשים	גברים	נשים	גברים	נשים
הנהלה בכירה	67%	33%	73%	27%	77%	23%
מנהלים בדרג ביניים	62%	38%	61%	39%	62%	38%
עובדים שאינם מנהלים	56%	44%	58%	42%	59%	41%
סה"כ עובדים	57%	43%	59%	41%	60%	40%

עובדים לפי קבוצות גיל	2012			2013			2014		
	מתחת לגיל 30	גילאי 30-50	מעל גיל 50	מתחת לגיל 30	גילאי 30-50	מעל גיל 50	מתחת לגיל 30	גילאי 30-50	מעל גיל 50
הנהלה בכירה	2%	71%	27%	2%	58%	40%	0%	73%	27%
מנהלים בדרג ביניים	9%	79%	12%	11%	77%	12%	8%	80%	12%
עובדים שאינם מנהלים	36%	51%	13%	50%	40%	10%	34%	53%	13%
סה"כ עובדים	32%	55%	13%	44%	46%	10%	30%	57%	13%

עובדים מקבוצות מיעוט	2012			2013			2014		
	גברים	נשים	סה"כ	גברים	נשים	סה"כ	גברים	נשים	סה"כ
הנהלה בכירה	5%	9%	6%	9%	15%	10%	7%	0%	5%
מנהלים בדרג ביניים	3%	1%	2%	4%	3%	4%	5%	4%	5%
עובדים שאינם מנהלים	14%	12%	13%	12%	10%	11%	11%	10%	10%
סה"כ עובדים	12%	10%	11%	10%	9%	10%	10%	9%	10%

עובדים בעלי מוגבלויות	2012			2013			2014		
	גברים	נשים	סה"כ	גברים	נשים	סה"כ	גברים	נשים	סה"כ
הנהלה בכירה	2.3%	0.0%	1.5%	2.9%	0.0%	2.1%	4.3%	0.0%	3.3%
מנהלים בדרג ביניים	0.5%	0.3%	0.4%	1.7%	0.7%	1.3%	0.5%	0.3%	0.4%
עובדים שאינם מנהלים	1.4%	1.0%	1.2%	1.8%	1.4%	1.6%	1.0%	0.6%	0.8%
סה"כ עובדים	1.2%	0.9%	1.1%	1.8%	1.3%	1.6%	0.9%	0.6%	0.8%

הערות:

- נתוני עובדם עם מוגבלויות בישראל בשנת 2014 כוללים עובדים עם זכאות ל100% נכות בלבד. 2012 - 2013, הנתונים כוללים כל רמת נכות או מוגבלות. חלק מירידת אחוז העובדים עם מוגבלויות נובע משינוי צורת הרישום הזאת. לא חלה ירידה במספר העובדים עם מוגבלויות בפועל בישראל. במדינות אחרות, היו ירידות במספר העובדים עם מוגבלויות. אנו בודקים את הסיבות לכך.
- נתוני 2013 לגבי מנהלים בדרג ביניים הוצגו מחדש עקב טעות.

G4-LA13

יחס שכר בסיס בין גברים לנשים (% שכר הנשים ביחס לשכר הגברים)	2012			2013			2014		
	הנהלה בכירה	מנהלים בדרג ביניים	עובדים שאינם מנהלים	הנהלה בכירה	מנהלים בדרג ביניים	עובדים שאינם מנהלים	הנהלה בכירה	מנהלים בדרג ביניים	עובדים שאינם מנהלים
אירופה	83%	88%		74%	83%		78%	84%	
ישראל	88%	90%	78%	88%	86%	75%	88%	79%	75%
ארה"ב	95%	108%		64%	88%		107%	88%	
שאר העולם		82%		92%	89%	100%	128%	92%	104%

הערות:

- יש לציין כי חלוקת כלל העובדים (אלפים במספר) לשלוש קבוצות - עובדים, הנהלת ביניים והנהלה בכירה - יוצרת קבוצות רחבות והטרוגניות מאוד המכילות מגוון תפקידים השונים מהותית במורכבותם ובבכירותם. מאידך, פילוסופיית התגמול של שטראוס מבוססת בין השאר על השוואת השכר לשכר המקובל בשוק לעיסוק דומה ללא אבחנה מגדרית. מובן כי ממוצע שכר המחושב בקבוצות כה הטרוגניות אינו משקף נכונה את רמות השכר הקיימות בכל עיסוק ובכל דרג ארגוני. לפיכך, ניתוח רמות שכר של נשים וגברים על סמך ממוצע השכר בקבוצה הטרוגנית אינו משקף את המציאות הארגונית ומציג פערים לא מדויקים הנובעים משונות גדולה באופי ובבכירות העיסוקים הכלולים בכל קבוצה ומרמות שכר שוק שונות לכל עיסוק.
- אין בידו נתוני שכר מכל אתרי הקבוצה לשם השוואה. היכן שהנתונים לא היו ברי השוואה ברמת ההנהלה או בקרב עובדים שאינם מנהלים, אותם נתונים לא נכללו.
- שאר העולם מתייחס לברזיל, אוסטרליה ומקסיקו בשנת 2014. ב-2014 הרחבנו את היקף הדיווח על מנת לכלול את פעילותנו החדשה תחת המותג סברה/אובלה באוסטרליה ומקסיקו. בשנים 2012 ו-2013 הנתונים מתייחסים לברזיל בלבד.
- הנתונים אינם כוללים את הפעילות של מקס ברנר בכל השנים עקב בדיקת אמינות הנתונים. נתונים עבור שנת 2012 עודכנו בהתאם.
- הנתונים אינם כוללים את סברה בארה"ב בנושא עובדים שהם לא מנהלים. נתונים אלו בבדיקה.
- נתונים עבור מנהלים בישראל בשנת 2013 עודכנו עקב טעות בחישוב בדוח הקודם.
- ברמה של מנהלים בכירים, בשל המספר הקטן של משרות בפועל ברמה זאת, שינויים קטנים יכולים להשפיע באופן לא פרופורציונלי על היחס שבין שכר נשים/גברים. לדוגמה, בארה"ב, שינוי במספר חברי ההנהלה המורכבת מ-5 מנהלים בשנת 2014 גרמה לשינוי מ-64% שכר נשים בהשוואה לגברים באותה רמה ב-2013 ל-107% בשנת 2014.

משוב לגבי דו"ח זה

ניתן לפנות אלינו:

דניאלה פרוסקי-שיאון

מנהלת קיימות ותקשורת פנים

גלובלית, קבוצת שטראוס

daniela.sion@strauss-group.com

תודה רבה!

אנו מודים לכם על התעניינותכם בדו"ח הקיימות שלנו ומבקשים את המשוב שלכם, שסייע 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 הבאים שסייעו לנו במלאכת ריכוז הנתונים לדו"ח, עיבודם והפקתם:

ביונג ביזנס בע"מ (תכנים וכתביה)

שר יעוץ והדרכה בע"מ (איסוף נתונים סביבתיים)

סטודיו מרחב (עיצוב גרפי)

לינדה ניטר (תרגום ועריכה)



www.strauss-group.com