



תיאבון

לאוכל טוב יותר

תקציר דוח קיימות 2019





תיאבון

לאוכל טוב יותר

תקציר דוח קיימות 2019



מכתב יו"ר קבוצת שטראוס

דו"ח הקיימות המתפרסם היום, זו השנה ה-12 ברציפות, משקף את ההשפעות החברתיות, כלכליות וסביבתיות שלנו בשנת 2019. את הדו"ח תכננו לפרסם בחודש מרץ, כבכל שנה, אולם כבר אז היה לנו ברור שאנחנו בתחילתו של אירוע שיטלטל את העולם ויוביל לשינויים מרחיקי לכת באופן בו נתנהל כחברה. שורות אלו נכתבות בעיצומו של אירוע הקורונה, מהמשרד המאולתר בביתי, עקב השינויים שאירוע זה כפה עלי, כמו גם על מיליוני אנשים ברחבי העולם. ההשלכות העתידיות של המשבר עדיין לא ברורות, אבל כבר עכשיו אפשר ללמוד מהאירוע על חשיבות התפקיד שלנו, קבוצת שטראוס, ביצירת עתיד טוב יותר. כחברת מזון, האמון והנאמנות להם נזכה מהציבור תלויים, בין היתר, בהחלטות שנקבל ברגעים אלו ממש. היום ברור, יותר מתמיד, שתעשיית המזון היא חלק אינטגרלי ובלתי נפרד מסקטור הבריאות הציבורי. להתנהגות שלנו, לשרשרת הייצור שלנו, למוצרים שלנו ולאופן בו אנחנו דואגים לספק אותם לציבור, יש קשר ישיר לבריאות. הריצה אל רשתות המזון בתחילת משבר הקורונה וההצטיידות חסרת התקדים של הציבור במוצרי צריכה בסיסיים, הדגישו את הקשר בין מזון לחוסן הגופני שלנו, ובעיקר לחוסן הנפשי

שלנו - מזון הוא הצורך הבסיסי ביותר של האדם, בימים רגילים ויותר מכך בעתות משבר. היכולת שלנו להמשיך לספק את המוצרים והמותגים שלנו, מאפשרת לציבור לסמוך עלינו ומספקת לו תחושת בטחון ויציבות.

לא רק ציבור הצרכנים מגביר את ציפיותיו מאתנו בעקבות מגפת הקורונה, גם ציבור המשקיעים מצפה מאתנו לעמוד בסטנדרטים חדשים. התנהלות תאגידית בזמן משבר - האופן בו אנחנו פועלים מול העובדים והלקוחות, כמו גם הדרך בה אנחנו משפיעים על החברה ועונים על צרכיה - גוררת השלכות ארוכות טווח, לטוב ולרע. לצד יעדי שיפור שלקחנו על עצמנו בשגרה, אנחנו מבינים כי בתקופה זו למגזר העסקי, יש חלק חשוב בשיקום הכלכלה ובחיזוק קהילות שנפגעו באופן משמעותי מהשלכות הקורונה.

המשבר הנוכחי הטיל עלינו משימה נוספת - עלינו לראות איך לא משאירים מאחור אוכלוסיות שלמות שנפלטו ממעגל התעסוקה ולסייע להן להשתלב מחדש. בזמן זה, יותר מתמיד, על החברות הגדולות לקבל החלטות שיתרמו לשיקום הכלכלות שאנחנו חלק מהן. אין לנו תשובות פשוטות לשאלה כיצד עלינו לאזן את הצרכים של העובדים, קהל הלקוחות, בעלי מניות וכל בעלי העניין. העתיד תלוי במשתנים רבים ועלינו להיות דרוכים וקשובים כדי שנהיה מוכנים ומסוגלים לקבל את ההחלטות הנכונות בזמן הנכון. זה זמן רב שמשקיעים בוחנים חברות דרך עדשה סביבתית, חברתית וכזו השמה דגש על התנהלות ממשל תאגידי (ESG), אבל עכשיו יותר מתמיד חלה עלינו החובה להסתכל מסביב, לראות את האחר ולפעול באופן שמסייע לחיזוק כל האקו-סיסטם. בכנס הפודטק האחרון שקיימנו, דיברתי על החשיבות של המעבר מאגו לאקו, על הצורך שלנו להבין עד כמה כולנו תלויים האחד בשני וכיצד עלינו לפעול כקהילה אחת לטובת הכלל. מגפת הקורונה הדגישה עד כמה אפקט הפרפר הוא אמיתי, איך אירוע שמתחיל בנקודה אחת בעולם, מתפתח ומגיע במהירות לכל פינה ונוגע בכולנו. בשנים האחרונות נדמה היה כי הדגש המרכזי הוא על ההיבט הסביבתי, אבל היום אנחנו מרגישים שמגפת הקורונה מאירה את זרקורה על

חשיבות ההיבט החברתי של המשואה - ההחלטות החברתיות שנקבל היום, יעצבו לנו את המחר. קבוצת שטראוס מבינה את תפקידה המשמעותי והעמוק ביצירת ערך ובטחון בחיי החברה, ואנחנו מחויבים להצליח במשימה העומדת לפנינו. גם בזמנים לא שקטים, עלינו להמשיך ולהעמיק את ההשקעה בצד המדעי של המזון כדי להביא פתרונות אוכל טובים יותר, לציבור ולסביבה.

כולי תקווה שנצלח את המשבר וכי השפעתו הכלכלית חברתית תהיה קצרת טווח. כולנו בקבוצת שטראוס, מחויבים לקחת חלק פעיל בתהליכי ההחלמה מהמשבר וגם בכניסה למציאות החדשה. בספטמבר האחרון, מיליוני אנשים יצאו לרחובות וקראו לשינוי המדיניות במאבק נגד משבר האקלים, גם בעת משבר הקורונה לא נשכח את זעקתם. נמשיך לפעול בשקיפות ולעמוד ביעדים שהצבנו לעצמנו. קיימות מהווה סמן לאיכות והיא מזמינה אותנו לבחון את עצמנו, ללמוד ולהשתפר באופן מתמיד, כפי שתמיד עשינו ותמיד נעשה.

כמו שאני תמיד אומרת, אמון הציבור תלוי בכך שנעמוד בציפיות שלו מאתנו, אבל חשובה מכך, היא יכולתנו לעמוד בציפיות שלנו מעצמנו. הלקוחות שלנו הם הסיבה לקיומנו, ועלינו להיות מאוחדים במאמץ לתמוך ולהגן על בריאות הציבור, ובמקביל לחזק את היכולות ואת המוכנות שלנו לעמוד בפני אתגרים שהעתיד יציב בפנינו.

לסיום, ארצה למסור את תודתנו והערכתנו העמוקה לעובדי החברה העומדים הפעם בחזית המאבק, מודעים לחיוניותם לבריאות הציבורית. תודה על המאמץ האדיר ועל המסירות חסרת הפרשות שהפגנתם בימים לא פשוטים אלו. קבוצת שטראוס ואני מוסרים איחולי רפואה שלמה ובריאות לכל העוסקים במלאכה, לקהל לקוחותינו ולכלל הציבור. עוד נדע ימים טובים מאלו, ונהיה נכונים להם.

בברכה,

עופרה שטראוס



מכתב ממנכ"ל קבוצת שטראוס

מאז ומעולם בחרנו בשטראוס לייצר אימפקט. אנחנו פועלים מתוך אמונה פנימית שהאחריות שלנו היא לשפר את חיי האנשים ולהציע להם אפשרויות בחירה טובות יותר. עיקר ההשפעה במשך השנים התמקדה באיכות האוכל שאנחנו מייצרים. אין ספק שזה בסיס לאמון של כל מחזיקי העניין בנו. אבל אין בזה די. הציפיות מתפתחות וגדלות. אנשים וקהילות מצפים מאתנו שנראה אותם, שנכיר את צרכיהם ושנחולל אימפקט שיהיה הרבה מעבר לאוכל שאנחנו מייצרים. הם מצפים מאתנו לקדם פתרונות לאתגרים מורכבים שהעולם מתמודד איתם, שנשמיע קול בנושאים חברתיים - כלכליים ונתרום לפתרון בעיות ולקדום אג'נדה שתביא ערך לבעלי עניין שונים.

את ההשפעה שלנו אנחנו שואפים לייצר בכמה תחומים מרכזיים:

בגזרת המוצרים - פיתוח פלטפורמות שמאפשרות להתאים את האוכל שלנו לצרכים מגוונים. מענה לצרכים מיוחדים של אנשים וקהילות לצד שיפור מתמיד של ההרכב התזונתי של מוצרינו.
תעסוקה מגוונת והוגנת - כחברה שמעסיקה אלפי

עובדים בעולם, אנחנו שמים דגש על סביבת עבודה מגוונת ומכילה שמעודדת אנשים לצמוח ולהתפתח. בתחום הסביבתי, אנחנו פועלים לצמצום השפעות סביבתיות מזיקות ומשקיעים בפיתוח משאבים בתחום הפודטק כדי לפתח פתרונות מזון לעתיד שיאפשרו לנו לייצר אוכל בדרך מקיימת.

ובתחום הכלכלי - אנחנו מנהלים חברה תוך הקפדה על סטנדרטים גבוהים של משילות וחתירה ליצירת חוסן כלכלי עבור כל מחזיקי העניין שלנו.

בעולם של היום, אין לעסקים באופן כללי ולחברות מובילות בפרט, פריבילגיה להסתכל רק על מדדים פיננסיים כמצפן. היכולת להסתכל 360 מעלות ולהבין שהפעילות העסקית של חברות משפיעה חברתית, כלכלית, סביבתית ועסקית היא קריטית כדי לזכות באמון וברישיון החברתי לפעול. השוק הגלובאלי משתנה בצורה דינאמית ותכופה. עם העלייה בציפיות של אנשים, כך גם גדלים ההזדמנויות והאיומים על המגזר העסקי כמו גם הציפיות מהם.

העולם חווה בימים אלה טלטלה על רקע מגפת הקורונה אשר פוגעת גם בבריאותם של אנשים וגם בחוסן של כלכלות, מדינות ועסקים, אירוע שמשנה את המציאות של כולם, ומחייב חישוב מסלול מחדש.

את דו"ח הקיימות היינו אמורים להשיק בצמוד לדו"ח הכספי השנתי שלנו, אולם בשל מה שמתרחש השנה בעולם ומשבר הקורונה החלטנו לדחות את הפרסום. כעת אנחנו שבים ומפרסמים את הדו"ח יחד עם הדו"ח הכספי. מבחינתנו, זו אמירה משמעותית. קיימות היא נדבך משמעותי וחלק בלתי נפרד מהיעוד ומהאסטרטגיה העסקית שלנו. היא חלק מליבת העסק והדרך שבה אנחנו פועלים. קיימות היא הדרך שלנו להסתכל על אנשים סביבנו, להבין מה מצפים מאתנו ולהשתנות בהתאם. קיימות זה לייצר אוכל טוב יותר, ליצור הזדמנויות תעסוקתיות טובות יותר ולהיות חלק מתנועה ששופתה ביצירה של מחר טוב יותר.

עכשיו כשהעולם, ואנחנו חלק ממנו, מתמודדים עם משבר משמעותי זו שעת מבחן עבורנו כעסק ועבורנו כבני אדם. זה הרגע שלנו להסתכל על אנשים ולהבין שיש פה אחריות קולקטיבית שהיא הרבה מעבר לחברה שאנו מנהלים. המשבר הוא גלובאלי, אבל ההשפעה שלו היא לוקאלית ומקיפה מהפרט ועד העולם כולו. דווקא עכשיו זה הזמן להסתכל על כל האוכלוסיות שאנחנו בקשר איתם - העובדים, הצרכנים, הספקים, הלקוחות, המשקיעים, הקהילות ושאר מחזיקי העניין שלנו. עכשיו זה הזמן להיות אנשים, להסתכל על אנשים, להושיט יד, להביט סביב ולהוביל ערבות הדדית.

מאז פרוץ מגפת הקורונה הקבוצה מקדישה משאבים ייעודיים כדי לסייע לקהילות שנמצאות בחזית המשבר. הדוח אמנם עוסק בשנת 2019 אבל כיוון שהוא מתפרסם בעת הזו, מצאנו לנכון לעדכן אודות התוכנית החברתית המקיפה שהקבוצה מקיימת החל מפרוץ המשבר [באתר האינטרנט שלנו](#).

דו"ח הקיימות זו הדרך שלנו לספר את הסיפור מהעניינים של הספקים, הצרכנים, הלקוחות, העובדים, בעלי המניות ושאר מחזיקי העניין שלנו. המהלכים שאנחנו מובילים בימים אלו - בהם בניית אסטרטגיית קיימות חוצה, ריענון הקוד האתי ויצירת סט אמנות המהוות כלי ליישום הערכים שהגדרנו - ימתחו אותנו בשאיפה להיות חברה מובילה תוך שיפור מתמיד. אנחנו מחויבים לבצע קפיצת מדרגה בתחום הקיימות ומשוכנעים שהשנים הקרובות יובילו אותנו להמשך השיפור כבסיס מרכזי לפיתוח וניהול חברה שראויה לאמון לאורך זמן.

קריאה מהנה,

ניר ברדעה,

נשיא ומנכ"ל קבוצת שטראוס



חליל סואעד, מזון טרי, כרמיאל

מסגרת הקיימות של הקבוצה וחיבור ל-SDGs

קיימים פערים משמעותיים בתחום העיסוק שלנו כדי שנוכל להתמקד ולייצר השפעה מקסימאלי.

בעיקרי דברים אלו אנו מציגים את ששת היעדים העיקריים שזוהו על ידינו כיעדים הרלוונטיים ביותר לפעילותה של הקבוצה. בחירתם נעשתה מתוך הסתכלות משולבת של התאמתם לפעילות הנוכחית והעתידיה המסייעת להשגת היעדים, מההיבט החברתי, הסביבתי והעסקי. אנו ממליצים לקרוא על כלל פעילותנו בדוח המלא באתר המקוון.

החיבור ליעדי האו"ם מסייע לנו לדבר בשפה עולמית ולהעמיק את העשייה המשמעותית במובנים גלובאליים. השנה ביצענו מיפוי מעמיק של פעילות הקבוצה אל מול היעדים הגלובאליים ומטרות המשנה הנגזרות מהם, על מנת לאתר את היעדים הרלוונטיים ביותר עבור הקבוצה. אנו מאמינים כי מיפוי זה יסייע לאתר את ההזדמנויות הקיימות עבורנו להקמת פרויקטים בעלי ערך משותף לנו ולחברה.

אנחנו בשטראוס מאמינים כי החיבור ליעדי הקיימות הגלובאליים מהווה עבורנו הזדמנות עסקית. החיבור הזה מאפשר לנו לזהות מקומות בהם

קבוצת שטראוס מורכבת מארבעה עסקי ליבה: שטראוס ישראל, שטראוס קפה, סברה ואובלה ושטראוס מים. כמו כן, הקבוצה מפעילה זרוע צמיחה וחדשנות אשר מנהלת בין היתר את פעילות חממת ה-FoodTech של שטראוס בשותפות עם הרשות לחדשנות. כחברה גלובאלית, הפועלת בתחומים בעלי השפעה ישירה על קהילות נרחבות ברחבי העולם, בחרנו לאמץ למסגרת הקיימות של הקבוצה את יעדי האו"ם לפיתוח בר קיימא (SDGs). יעדים אלה, אשר אומצו בקרב כל המדינות החברות באו"ם, ובאופן רחב גם במגזר העסקי, מסייעים למקד את המאמצים העולמיים ב-17 יעדי על-169 מטרות משנה הנגזרות מהם.

דוגמאות לפעילויות (המוצגות בהרחבה בדו"ח)	היעד
<ul style="list-style-type: none"> • תכנית בטיחות מזון חדשה למגדלים המכסה את כל היבטי הגידול של פירות וירקות. • חדשנות בבטיחות במזון - פתרונות שפותחו במסגרת The Kitchen - חממת הפודטק של שטראוס, ועוסקים באיתור פשוט ומהיר של חיידקים במזון. • הנגשת מזון לאוכלוסיות שונות כולל פרויקט Plants with a Purpose בברזיל, ותרומת מזון באמצעות ארגון לתת. 	
<ul style="list-style-type: none"> • קידום רכש מקומי ואחראי. • איתור ופיתוח פתרונות ברי קיימא להרחבת היצע המוצרים ללא חלבון מן החי. • מציאת פתרונות לשימוש חוזר בחומרים מסוימים וטיפול מקיים בפסולת. • קידום גישת שיווק אחראי. • עידוד הטמעת נורמות עבודה מקיימות על ידי הספקים שלנו. 	
<ul style="list-style-type: none"> • שיפור הפרופיל התזונתי של המוצרים והוספת מוצרי מזון המתחשבים בשיקולי הבריאות והרגלי התזונה המשתנים כגון מוצרים ללא גלוקן וכדומה. • הטמעת תשעת עקרונות אסטרטגיית התזונה המאוזנת. • בשנת 2019 הושק פרויקט חדש לקידום חינוך לאכילה מודעת בקרב בני נוער עם רשת 'אורט'. 	
<ul style="list-style-type: none"> • חדשנות - חדשנות במותגים - פיתוח והשקת מוצרים חדשים; חדשנות בשיפורים - שימוש בטכנולוגיות חדשניות לשיפור המוצרים הן מהיבט של שיפור הרכבם התזונתי והן מהיבט שיפור אופן האירוז תוך התחשבות בסביבה; חדשנות פתוחה במודל חדש - הקמת והובלת קהילת ה-Foodtech בישראל החל משנת 2011. • The Kitchen: המשך פעילות חממת FoodTech בשותפות עם רשות החדשנות הישראלית. שיתוף בידע ברמה הגלובלית באמצעות כנס FoodTech שנתי, שותפויות עם EIT ופורומים נוספים בתחום. 	
<ul style="list-style-type: none"> • הפחתת פליטות גזי חממה לטון מוצר. • היערכות לשילוב התייחסות לסיכוני שינוי אקלים במסגרת התכניות האסטרטגיות בקבוצה. 	
<ul style="list-style-type: none"> • קידום נשים לתפקידים ניהוליים ומינוי נשים בדירקטוריון, באמצעות הצבת יעדים וקידום פעילות תומכת בקבוצה כולה. • תמיכה בעסקים בבעלות נשים וחתירה פעילה להתקשרויות איתן. • תמיכה בחקלאיות לשיפור פרודוקטיביות ואיכות בעיקר בתחום הקפה כולל חקלאי אזור Rwenzori ופרויקט Florada בברזיל. • פרויקט More than a cup הפועל ב-8 מדינות באפריקה, מרכז ודרום אמריקה ואסיה, ובמסגרתו אנו עובדים על שיפור היכולות של מגדלות הקפה המקומיות, ומסייעים בפיתוח כישוריהן על מנת להגדיל את תרומתן לשגשוג המקומי. 	

נתוני קיימות מרכזיים



בשנת 2019 השקנו
246 מוצרים חדשים
ללא גלוטן בישראל

246

בשנת 2019, הפחתנו 6 טונות של
מלח מהחטיפים המלוחים שלנו.
בארבע השנים האחרונות במצטבר,
הפחתנו 20 טונות מלח ממוצרים אלו

6

100

בשנת 2019,
הפחתנו 100
טונות של סוכר
ממוצרינו. משנת
2011, הפחתנו
6,100 טונות סוכר
במצטבר

בשנת 2019, השקנו
136 מוצרים ללא
לקטוז ו-11 מוצרים
דלי לקטוז

136

1,500

בכנס FoodTechIL השנתי,
שנערך זו השנה השביעית,
לקחו חלק למעלה מ-1,500
איש, מ-45 מדינות עם
55 חברות הזנק שערכו
למעלה מ-600 פגישות עם
משקיעים

מימין: אביגיל מוסאלי,
מזון טרי, שטראוס ישראל;
מזל מצוב, לוגיסטיקה,
שטראוס ישראל;
סאוסן מנאע, מכירות,
שטראוס ישראל

מהדרג הניהולי בשנת
2019 היו מנהלות
45.5%
(לא כולל פעילות משותפת בברזיל)

22
שעות הדרכה
לעובד בשנת
2019 בממוצע

23%
מהעובדים בשטראוס
ישראל הינם עובדים
מהחברה הערבית



5.5
הבאנו ערך כלכלי
של 5.5 מיליארד ש"ח
למחזיקי העניין שלנו
ברחבי העולם

50%
מהדירקטוריון שלנו
מורכב מדירקטוריות

99%
מהעובדים נמצאים בחוזי
העסקה קבועים

4,065
עובדים חדשים הצטרפו אלינו ב-2019,
מתוכם 42% אחוז נשים

5.3
כ-5.3 מיליון ש"ח הושקעו
בתכנית החברתית לעובדי
שטראוס ישראל ב-2019
וכ-37 מיליון ש"ח
בארבע השנים האחרונות
במצטבר



13,300

הרחבנו את מיזם שרשרת אספקת הקפה שלנו "More than a cup" ל-10 שותפויות פעילות, ב-8 מדינות, הכוללות 13,300 מגדלות קפה

Tribos

לקחנו חלק בפרויקט Tribos המעצים מגדלי קפה ילידים משבטים באמזונס

3,630

במסגרת פעילות של סברה בקהילה בארה"ב בשנת 2019 נמכרו כ-3,630 ק"ג תוצרים שונים בשווקי איכרים מקומיים, לעובדי סברה וספקיה

Florada

המשך תמיכה במגדלות קפה ובמשפחותיהן לשיפור פרודוקטיביות ואיכות. פרויקט Florada בברזיל המשיך לשנתו השנייה

14.6 מיליון ₪

בשנת 2019 קבוצת שטראוס תרמה סך של 14.6 מיליון ₪ במוצרים, תרומות כספיות ושווי שעות התנדבות

28,800

בשנת 2019 עובדי קבוצת שטראוס התנדבו סך כולל של 28,800 שעות בקהילה

רפת מקיימת

השקנו את תכנית "רפת מקיימת"
לקידום רווחת הפרות בשרשרת
האספקה של מוצרי החלב ביטבתה

13%

הפחתה בפליטות
גזי חממה לטון מוצר
מאז שנת 2016

88%

מהפסולת מוחזרה
בשנת 2019

10%

הפחתה בצריכת
המים לטון מוצר
מאז שנת 2016

39 מיליון ₪

הושקעו בתכניות לצמצום
ההשפעה הסביבתית בעת ייצור
מוצרינו בשנת 2019

5%

הפחתה בצריכת
האנרגיה לטון מוצר
מאז שנת 2016

על תזונה, אנשים וקהילות

תיאבון לאוכל טוב יותר - אסטרטגיית תזונה וגסטרונומיה

בשנים האחרונות התווינו אסטרטגיית תזונה לקבוצה המבוססת על ההבנה שהאוכל שאנשים אוכלים משפיע על הבריאות ואיכות החיים שלהם. אסטרטגיה זו נשענת על הידע המדעי הקיים בתחום בעולם, הנחיות ודגשים של ארגוני הבריאות השונים ותפיסות הצרכנים לגבי הדרך שבה הם מבקשים לשפר את איכות חייהם בין היתר באמצעות האוכל שהם אוכלים. העקרונות המעצבים באסטרטגיה מגדירים את ההרכב התזונתי של המוצרים. התאמת גודל המנה לאורח החיים וצרכי הצרכנים, איכות חומרי הגלם בהם נשתמש, מחויבות למענה לצרכים המגוונים של הצרכנים והמחירה הוגנת ומידתית. לאור העקרונות הללו שטראוס ישראל התוותה את אסטרטגיית התזונה והגסטרונומיה בישראל. אסטרטגיה זו מבוססת על תשעה עקרונות מעצבים לתזונה טובה. אנו רואים בהטמעתה של אסטרטגיה זו צעד חשוב במסע שלנו ובסיס לזכייה באמון הצרכנים. האסטרטגיה דנה בשלושה תחומים עיקריים הקשורים למהות האוכל; איזה אוכל אנחנו מכינים ומה הוא מייצג, מאילו רכיבים וכיצד אנחנו מכינים אותו.

תשעת העקרונות של אסטרטגיית התזונה המאוזנת שלנו

6. תזונה מאוזנת לכול: תמחור הוגן.
7. קיימות: קבלת האחריות על השפעתנו לאורך כל שרשרת הערך תוך שימת דגש למקור חומרי הגלם, אופן גידולם ועיבודם.
8. שקיפות: הצגה שקופה וברורה של מידע לצרכנים, באמצעות נגישות דיגיטלית, תוויות מוצר, אריזות ומסרים ברורים.
9. תשוקה לאוכל: ההבנה שאנחנו חברת אוכל שתפקידה להאכיל מיליוני אנשים ביום, המודעות לתפקיד האוכל בממדים השונים בחיינו תפקיד שהינו הרבה מעבר לפונקציונאלי.

1. שיפור מתמיד: שיפור הפרופיל התזונתי של המוצרים הקיימים והצעת חלופות מאוזנות בעת פיתוח מוצרים חדשים.
2. תזונה מאוזנת: עידוד תזונה מאוזנת על ידי הגדלת היצע המוצרים המוצעים בגדלי אריזה מגוונים, וכוללים גם אירוז אישי במנות מדודות.
3. תווית נקייה (Clean Label): הוצאת רכיבים שאינם חלק אינהרנטי מהמוצר ושימת דגש ומאמץ למעבר לחומרים טבעיים בלבד בכל המוצרים שלנו.
4. חיזוק הטוב: הרחבת היצע המוצרים המכיל יתרונות תזונתיים מובהקים.
5. תזונה נגישה: פיתוח מוצרים עבור צרכנים בעלי צרכים תזונתיים יחודיים, משיקולי בריאות או העדפה אישית, ע"י השקת מוצרים חדשים או התאמה של קווי ייצור קיימים.

בשטראוס, אנשים הם המפתח לכל מה שאנחנו עושים. הם האחראים להצלחה שלנו, ולמענם אנחנו רוצים להמשיך ולהתפתח בכל יום. לכן, אנו שואפים לשפר את תשתיות ההעסקה והידע הן בקרב העובדים שלנו והן למען הקהילות שבהן אנו פועלים.

קהילת הצרכנים שלנו היא אנחנו. המשפחה שלנו, החברים שלנו, השכנים שלנו. לכן אנחנו מאמינים בשיפור מתמיד ובשאיפה התמידית ליצור אוכל טוב יותר, בכל תחומי פעילותנו. זאת באמצעות תהליכי פיתוח וחדשנות, אפשרויות בחירה טובות יותר לצרכנים שלנו, תמיכה בשרשרת האספקה שלנו, שימוש בחומרי הגלם הטובים ביותר, שמירה על רווחת הקהילה והסביבה ובדרכים רבות נוספות.

בהמשך לזאת, אנו מאמינים שאוכל הוא חוויה הוליסטית המשלבת תזונה נכונה ובריאה יחד עם התחושה החיובית שהוא מספק לנו. אנו רואים אוכל כתרבות, כמסורת שעוברת מדור לדור, משהו שמחבר בין אנשים ובין תרבויות. לכן אנו מאמינים שחשוב לפתח תיאבון לאוכל טוב, טעים ומהנה יותר.



**אנו רואים ברפורמה מהלך חשוב וראוי
ושמחים לספר כי מהלכי שיפור שבצענו
בעשור האחרון, עוד בטרם נהגתה
הרפורמה, אפשרו לנו להגיע למועד
הסימון עם רוב מוחלט של מוצרים
שעומד בתקנים החדשים.**

הזכות, המחויבות והאחריות להכין אוכל טוב יותר

אנחנו עובדים כבר שנים רבות על שיפור האוכל שאנחנו מכינים על מנת להציע אפשרויות טובות יותר לקהל הצרכנים. לעשייה הזאת נוסף לאחרונה חוק סימון המוצרים, בשמו המלא, "תקנות הגנה על בריאות הציבור (מזון) (סימון תזונתי)", התשע"ח-2017", אשר משתלב באופן מלא איתה ועודד אותנו להעמיק ולהאיץ את תהליכי השיפור השוטפים שלנו, מתוך אחריות והבנה שזו הדרך הנכונה.

החוק הינו חוק חדש שחוקק על ידי משרד הבריאות ונכנס לתוקף ב-1.1.2020. ושאיפתו היא לעזור לכולנו לאכול טוב יותר ולבחור בצורה נבונה ומועדת יותר את האוכל שאנחנו אוכלים. החוק חל על כל המוצרים הארוזים שנמכרים בישראל ומחייב יצרנים ויבואנים לסמן את אריזות כל מוצרי המזון והמשקאות הארוזים בעיגול אדום בחזית המוצר המסמן תכולה גבוהה של נתרן, שומן רווי או סוכר, כאשר החוק מגדיר סף לתכולת רכיבים אלו ל-100 גר' מעליה נדרש סימון.

אנו רואים ברפורמה מהלך חשוב וראוי ושמחים לספר כי מהלכי שיפור שבצענו בעשור האחרון, עוד בטרם נהגתה הרפורמה, אפשרו לנו להגיע למועד הסימון עם רוב מוחלט של מוצרים שעומד בתקנים החדשים.

פאדי גמגום, לוגיסטיקה, שטראוס ישראל

יעל ויצמן,
חטיבת הממתקים,
שטראוס ישראל

האתגר העיקרי העומד בפנינו הוא הרצון לשנות את ההרכב התזונתי של המוצר, לדוגמה על ידי הפחתת סוכר, נתרן, שומן ועוד, לצד השמירה על הטעם והמרקם המוכרים והאהובים על קהל הצרכנים שלנו. פעלנו ועודנו פועלים על מנת להוציא חומרים משמרים, להפחית סוכר, נתרן ושומן ולהחליפם ברכיבים טובים יותר. התוויות על מוצרינו נגישות ומאפשרות לצרכן להבין את הרכיבים ולהכיר את המזון שהוא צורך. השינויים והשיפורים שבצענו התאפשרו הודות לעבודה מאומצת ומקצועית של אנשי הפיתוח והטכנולוגיה של החברה, הפועלים מסביב לשעון למציאת מתכונים טובים יותר, תוך שמירה על טעם מצוין והמחירה הוגנת. אנו ממשיכים לשפר מתכונים קיימים ומפתחים פתרונות טכנולוגיים חדשים - בין היתר בחממת הפוד-טק שלנו, על מנת לייצר בסיס איכותי לפיתוח עתידי של אוכל טוב יותר.



מרבית מוצרי שטראוס* לא סומנו במדבקה האדומה:

100%

ממוצרי מותג "טעם הטבע"
אינם מסומנים
במדבקות

91%

מקטגוריית המלוחים
אינם מסומנים
במדבקות

85%

מקטגוריית מוצרי יטבתה
אינם מסומנים במדבקות

7%

מקטגוריית המתוקים והמאפים
אינם מסומנים במדבקות

100%

מוצרי מוצג אחלה
אינם מסומנים
במדבקות

91%

מקטגוריית החלב
אינם מסומנים
במדבקות

* למעט הממתקים

מענה לציפיות צרכנים והרחבת פתרונות למגוון קהלי היעד

יחסית, אנו שואפים להעניק לכולם מבחר של מוצרים המתאימים להם.

בשנת 2019 השקנו מוצרים רבים עם מאפיינים ייחודיים: 246 מוצרים ללא גלוקן, 136 מוצרים ללא לקטוז, 11 מוצרים דלי לקטוז ומוצר חלב אחד נטול לקטוז. דוגמאות לחלק ממוצרים אלה הם מעדן הטחינה SOOM, משקאות ONLY - יוגורט פרוביוטי ללא חלב וטעמים חדשים למוצרי היוגורט, תפוצ'יפס אפוי ופריכות מועשרות בחלבון - כל מוצר תואם לקהל יעד צרכני ייעודי.

זמינים ונגישים לתזונתם היום יומית. במהלך השנים האחרונות אנחנו מעמיקים את הדיאלוג שלנו עם הצרכנים, כמו גם עם עמותות וארגונים המאגדים אוכלוסיות עם צרכי תזונה ייחודיים. שיח זה הוביל אותנו להבנה שעלינו להרחיב את היצע המוצרים הנתנים פתרון למגוון צרכנים, להשקיע בכך משאבים גדולים מבעבר ולראות בכך מיקוד עסקי.

אנו מאמינים כי חשוב לנקוט גישה של הכלה, כך שאפילו אם השוק למוצרים מסוימים קטן

המטרה שלנו היא שכולם יוכלו ליהנות מהמוצרים שלנו. כיצרי מזון יש לנו אחריות לוודא שהמזון שלנו בטיחותי לא רק לצריכה כללית אלא גם עבור אנשים עם צרכי מזון ייחודיים, ביניהם אוכלוסיות המתמודדות עם אי סבילות למזונות שונים כגון גלוקן, לקטוז ומגוון אלרגנים. לא רק האדם המתמודד עם רגישות מזון נדרש להתאמת התזונה שלו, אלא גם שאר בני הבית, כמו גם מעגלים חברתיים נוספים דוגמת הסביבה החינוכית בקרב ילדים. על כן, מדובר בעשרות אלפי צרכנים המצפים מאתנו להציע פתרונות

246 מוצרים ללא גלוקן, 136 מוצרים ללא לקטוז, 11 מוצרים דלי לקטוז ומוצר חלב אחד נטול לקטוז



אנשי שטראוס

העובדים הם אלו שאחראים להצלחה שלנו, מרכז החיים והלב הפועם של פעילות החברה. אנו רואים חשיבות רבה ברווחת העובדים שלנו ומשפחותיהם, ושואפים לספק מקום עבודה בטיחותי, אכפתי, מכיל ומעצים לעובדינו ברחבי העולם. קליטה, פיתוח ושימור של עובדים בעלי היכולות, המיומנויות והמוטיבציה הנדרשים הם קריטיים להמשך ההצלחה ולצמיחה העסקית שלנו. אנחנו מציעים תנאים תחרותיים, עבודה מלאה משמעות עם הזדמנויות לצמיחה ולהתפתחות אישית, תוך שמירה על זכויותיהם של האנשים שלנו בכל הפעילויות. אנו שואפים להעניק לעובדינו מקום עבודה יציב בעל אופק ארוך-טווח, לספק לעובדינו מגוון הכשרות והזדמנויות פיתוח, וכן ליצור סביבת עבודה מגוונת ומכילה באופן הרחב ביותר. אכפת לנו מאנשים ומאוכל - ולכן אנו שואפים להטיב עם העובדים שלנו, ובכך לספק איכות בלתי מתפשרת ללקוחות שלנו.

4,065

עובדים חדשים הצטרפו
אלינו ב-2019, מתוכם
42% נשים

לורן לוי, אסטרטגיה,
מטה קבוצת שטראוס



הדרכות ופיתוח עובדים

בשנת 2019, ביצענו הערכה נוספת של ההתקדמות, ולאחריה התאמות שיעודדו את העובדים להפיק את המרב מההטבות שלהם, בייחוד בנושא החיסכון לטווח ארוך וכן שיפור והרחבה של ביטוח הבריאות הקיים. בנוסף, בחנו את שכר הבסיס אל מול המטרות שלנו והענקנו העלאות היכן שרלוונטי, כמו גם בנוס מיוחד לשנת 2019 כמענק לעובדים מתמידים.

בסביבת העבודה הדינמית שלנו, חשוב שלעובדינו יהיו הידע והמיומנויות ההכרחיים לביצוע תפקידים. אנו מספקים הדרכה והזדמנויות פיתוח לעובדים בכל חטיבות הארגון בשלל הדיסציפלינות השונות, החל מהפעלה, הנדסה ואחזקה וכלה בטכנולוגיות פיתוח וייצור, מכירות, רכש ושיווק. בנוסף, מתקיימות הדרכות והכשרה חוצות-ארגון בתחומים הבאים: איכות ובטיחות, רגולציה, אוריינטציה לארגון וכניסה לתפקיד, וכן כניסה לתפקיד ניהולי ראשון. ההכשרה מתבצעת במגוון שיטות למידה, בשיטות טכנולוגיות ודיגיטליות לצד הדרכות ומפגשים פרונטליים עפ"י אופי הפעילות. בכל תכניות ההכשרה שלנו אנו מתמקדים ב-upskilling של העובדים. פיתחנו תכנית upskilling מפורטת וסדורה, אשר התחלנו ליישם בשנת 2019. דוגמאות מתכנית ה-upskilling הארגונית:

טכנולוגיה

איתור וחיפוש מומחים או ידע, עם מיקוד במעקב אחר טרנדים ומגמות בעולמות המזון

מכירות

קבלת החלטות מבוססות דאטה ואנליזה

הפעלה

ההפעלה להפעלה טכנית - אחריות על הפעלה, תקינות ואמינות הציוד וסביבת העבודה

קשובים לעובדים

סקר עובדים מקיף מתקיים אחת לשנתיים על מנת להקשיב, לקבל משוב ולבחון את השיפור והצמיחה של החברה ביחסה לעובדים, כמו גם לייצר תמונה תרבותית חוצת קבוצה. בשנת 2019, 88% מכלל עובדי שטראוס ענו והשתתפו בסקר. מתוך הסקר עלה כי 87% מכלל העובדים מסכימים על כך שסביבת העבודה שלנו בטוחה עבורם. כמו כן, שיעור גבוה בקרב אנשי שטראוס מאמינים שאנחנו מתייחסים באחריות כלפי הקהילות המקומיות (89%), הצרכנים (88%) והסביבה (86%), ומתחשבים בהם בכל תחום בו אנחנו פועלים. כל פעילות שמתבצעת על ידי עובדינו ומנהליו צריכה לשקף את הערכים בהם החברה דוגלת. בסקר השנתי ניתן לראות כי העובדים סבורים ששטראוס פועלת באופן אתי, כאשר 85% מהעובדים רואים זאת בפעילות הסדירה שלנו, ו-82% מהעובדים מעידים שמנהליהם פועלים באופן שמהווה דוגמה אישית לערכי החברה. אנחנו גאים להיות חברה ש-92% מהעובדים שלה ממליצים על מוצריו, ו-84% ממליצים על הצטרפות לשורתיו.

אנחנו שמחים וגאים לשתף בכך שדורגנו במקום החמישי בדירוג החברות "שהכי טוב לעבוד בהן" על במדד מקומות העבודה הכי טובים בישראל, על פי דירוג חברת המידע BDIcode, כמקום עבודה אטרקטיבי ופורץ דרך ביחסי העבודה בישראל, וכמעסיק היחיד מהסקטור, מתוך רשימה ארוכה ומכובדת של מעסיקים.

התוכנית החברתית של שטראוס בישראל - 8 שנים של פעילות עקבית לחיים של רווחה כלכלית לעובדינו

אנו בשטראוס מאמינים באנשים. העובדים שלנו הם המפתח להצלחת החברה, ואנו שואפים לסייע לעובדינו לחיות ברווחה. משנת 2012, שטראוס ישראל מרעננת ומשפרת בשיטתיות את חבילות התגמול וההטבות הסוציאליות המוצעות לעובדים, ובייחוד לעובדים בעלי הכנסה נמוכה, במטרה לשפר את איכות חייהם ולסייע להם לחסוך לעתיד. אנו קוראים למהלך זה - "התכנית החברתית". התכנית נשענת על מספר עקרונות, ביניהם - הימנעות מהעסקת עובדים בשכר מינימום בחברה וקביעת "שכר מינימום שטראוס" (גבוה ב-300 ש"ח משכר המינימום בישראל); טיוב ובנייה של תמריצים; השתתפות בהוצאות על מעונות ובתכניות לחיסכון ארוך-טווח. זאת בנוסף על כל ההטבות הסוציאליות הבסיסיות הניתנות לעובדים.

5.3

מיליון ₪

השקיעה שטראוס ישראל בשנת 2019 בהטבות במסגרת התכנית החברתית לעובדים, וכ-37 מיליון ₪ בארבע השנים האחרונות במצטבר

74

ילדי עובדים קיבלו מלגת לימודים להשכלה גבוהה ב-2019, ובתמורה התנדבו למען הקהילה

קידום האיזון המגדרי

כחלק מאסטרטגיית הגיוון וההכללה, קבוצת שטראוס בחרה כיעד משותף לכלל החברות את נושא האיזון המגדרי, מתוך הבנה שזוהי מטרה עולמית, חוצת תרבויות וטריטוריות. במהלך 13 השנים האחרונות אנחנו פועלים לקידום איזון מגדרי, כאשר המחויבות שלנו לקדם שוויון הזדמנויות לנשים קיבלה ביטוי גם בפעילות מחוק לחברה. לשם זאת, בשנתיים האחרונות הרחבנו את ההשקעה בגיוון הן בתוך החברה והן בסיוע לחברות הבנות. בשנת 2011, 36% מהתפקידים הניהוליים אוישו ע"י נשים, ובשנת 2019 עלה שיעור זה ל-45.5% (41% כולל פעילות משותפת בברזיל). לכן, אנו ממשיכים בפעולות להשגת היעד ומכוונים להגיע לשיעור של 50% נשים בתפקידי ניהול עד לשנת 2024. כמו כן, בשנת 2019 שיעור הנשים בדירקטוריון הקבוצה עמד על 50%. בשנת 2019, המשכנו לתמוך בתכניות לשוויון מגדרי בישראל והשקענו רבות גם במאמצים חוץ-ארגוניים בעולם, כגון המשך קידום מיזם (MTAC) More than a cup להעצמת חוואיות קפה בטריטוריות שונות ברחבי העולם ופרויקט Florada להעצמת מגדלות קפה בברזיל (להרחבה אודות מיזמים אלו ראה פרק "מעמיקים את הקשר עם הקהילות" באתר הדוח המלא).

תרבות של הכלה

המשימה שהגדירה לעצמה קבוצת שטראוס היא לשפר חיים של אנשים ברחבי העולם בעזרת כל השותפים שלנו. כדי לעשות זאת, אנו נדרשים לפעול באחריות בכל תחום בו אנו נוגעים. אנו מחויבים לנהוג באחריות, בהוגנות ובשקיפות, מתוך תפיסה של קיימות, כלפי כל מחזיקי העניין הבאים עמנו במגע במסגרת פעילותנו העסקית. מעבר לפעילויות כלליות להגדלת ההכלה, ומעבר ליעד המגדר הגלובלי, בוחרות היחידות השונות להתמקד ולקדם אוכלוסיות גיוון שונות. כך למשל, בנוסף לפעילות מוסדרת לקידום העסקה מגוונת בחברה, באתרי סברה ברחבי העולם מכירים בבסיס העובדים המגוון על ידי חגיגת ימים נוספים המשמעותיים לאוכלוסיות שונות במהלך השנה. בין היתר, מציינים את חודש ההיסטוריה השחורה (Black History Month), יום החמישי במאי (Cinco de Mayo), חודש הגאווה, חודש המודעות לסרטן השד, וחודש המורשת ההיספנית (Hispanic Heritage Month).

איוש תפקידים ניהוליים ע"י נשים (41% כולל פעילות משותפת בברזיל)



דוגמאות לפעילויות לקידום שוויון באתרים ברחבי העולם ב-2019:

- **רומניה:** פעילויות קהילתיות המעודדות לחינוך והעצמת נשים בסביבת מפעל הקפה.
- **פולין:** יוזמת חונכות (mentoring) במחלקת הייצור במפעל הקפה אשר מעודדת ומאפשרת לנשים לעסוק במשרות בהן אחוז הנשים נמוך. בסוף 2019 הועסקו שמונה ממשותפות התכנית במשרות שלא היו פתוחות להן בעבר.
- **ישראל:** קיום תוכנית "אישה לאישה" - מודל מנטורינג ייחודי של נשים מנהלות לנשים טרום תפקיד ניהולי. התכנית כוללת חמישה מפגשים של חמש נשים, אשר עוסקים בקריירה, בהתפתחות, במגדר, ועוד.

קידום הזדמנויות לעובדים מהחברה הערבית

כדי לקדם את השוויון החברתי בישראל ולסייע לקרב בין האוכלוסיות השונות, בשלוש השנים האחרונות אנו פועלים ליצירת הכלה נרחבת יותר של העובדים מהחברה הערבית בארגון שלנו. החברה הערבית מהווה 21% מאוכלוסיית מדינת ישראל ושילוב שלה בכוח העבודה הינו קריטי לכלכלה הישראלית, לפריון המשק ולחיזוק יחסי האמון בין כלל האזרחים והאזרחיות. בשטראוס יש ייצוג של 23% עובדים מהחברה הערבית (יותר מחלקם באוכלוסייה, כאמור) והמאמצים המרכזיים שלנו הינם בגיוס וקידום עובדים לתפקידים ניהוליים ומקצועיים. בשנת 2019 הגדלנו את כמות העובדים מהחברה הערבית בתפקידים מקצועיים וניהוליים בשטראוס ישראל מ-48 בשנת 2018 ל-64.

בכל קבוצת שטראוס אנו פועלים ליצירת תרבות תומכת, התאמת תהליכים וכלים לאוכלוסיות הגיוון

מיקודי שטראוס ישראל בתחום לשנים 2018-2020:

עובדים עם מוגבלויות

גיוס ושימור עובדים עם מוגבלויות

חברה ערבית

גיוס וקידום עובדים מהחברה הערבית לתפקידים ניהוליים וכאלו הדורשים תואר אקדמאי

חברה חרדית

גיוס חרדים לכלל התפקידים בארגון

נשים*

גיוס, קידום ופיתוח נשים לתפקידי ניהול

* יעד גלובלי

23%

בשטראוס יש ייצוג של 23% עובדים מהחברה הערבית

סאוסן מנאע, מכירות, שטראוס ישראל



עוד בשנת 2019, המשיכו שטראוס ישראל ושטראוס מים בשיתופי הפעולה עם מיזם קו-אימפקט, שותפות חוצת-מגזרים שהוקמה בשנת 2013 במטרה להשיג פריצת דרך בתעסוקת עובדים מהחברה הערבית בישראל ולשפר את הכלכלה המקומית והסולידריות החברתית. בשטראוס שמנו לנו למטרה ליצור תפיסות ארגוניות חדשות אודות גיוון, רב-תרבותיות והכללה, ולהוביל תהליך יציב של שינוי תרבותי. בשנת 2019 גובש נוהל ותהליך גיוס מותאם לעובדים מהחברה הערבית עם מיקוד במשרות שפוטנציאל ההצלחה בהן הוא גבוה, גויסה רפרנטית מהחברה הערבית לטובת איתור מועמדים פוטנציאליים לגיוס, הותנעה תכנית Bootcamp להכשרת מועמדים מהחברה הערבית לתפקידים פיננסיים, והשתתפות בירידי תעסוקה בחברה הערבית במהלך השנה.

יצירת ערך לקהילות סביבנו

אנו רואים חשיבות רבה בקידום ובשמירה על חוסן הקהילות המושפעות מפעילותנו והמשפיעות עליה, בישראל וברחבי העולם. המשימה שלנו היא לשפר את חייהם של אנשים, ובכלל זה, הקהילות במקומות שבהם אנחנו עושים עסקים.

אנו שואפים לשמור על קשר חזק עם הקהילות המקומיות, הן באופן שבו אנחנו פועלים והן באמצעות היוזמות שאנחנו מקדמים. אנחנו יוצרים מעורבות בקהילות מתוך האמונה שקהילות חזקות מטפחות עסקים חזקים. תמיכתנו בקהילות היא מגוונת, ובאה לידי ביטוי החל בסיוע בהכשרות ומתן כלים עסקיים ומקצועיים, דרך מתן תשומת לב לאיכות התוצר, מתן סיוע מידי לצרכים ספציפיים, והנעת מיזמים ארוכי-טווח שיביאו להשפעה ושיפור משמעותיים באיכות החיים בקהילות שלנו, לאורך שרשרת האספקה. פעילותנו כוללת: תרומות, התנדבות עובדים או שיתופי פעולה חברתיים אסטרטגיים.

14.6

מיליון ₪

השקענו בשנת 2019
בתרומות כספיות, תרומות
מוצרים והתנדבות עובדים

28,800

בשנת 2019 התנדבו
עובדינו קרוב ל-28,800
שעות בקהילה

שרה סילוק, חשבות,
שטראוס ישראל



פרויקט פלורדה זכה בשנת 2019 בפרס ODS ברזיל והוצג באו"ם

בתמונה: חקלאית קפה בברזיל הלוקחת חלק
בפרויקט Florada

מהלכים מובילים בקהילות

פרויקט Florada

פרויקט פלורדה (Project Florada) החל את פעילותו בשנת 2018 ע"י חברת הקפה הברזילאית 3corações (שותפות בין שטראוס קפה וסאו מיגל הולדינגס), עבור נשים מקומיות המגדלות קפה והקהילות התומכות שלהן. זוהי תכנית חברתית בת-קיימא המאפשרת פיתוח שרשרת אספקה פרודוקטיבית ומעודדת ייצור והפקה של קפה איכותי. מטרת התכנית היא להעשיר את הידע של מגדלות הקפה בברזיל ולאפשר להן להרחיב את האופק התעסוקתי שלהן, על ידי שימוש מיטבי בפרקטיקות המקובלות בתחום.

הפרויקט כולל אלמנטים חינוכיים; סרטוני הדרכה לשיטות עבודה מומלצות וניהול עסקי בתחומי גידול הקפה, הדרכות והכשרות להעשרה ושיתוף עם מגדלות קפה אחרות, מענק כספי בשיתוף עם Brazilian Association of Special Coffees

(BSCA) וקמפיין שיווקי מעורר השראה לעידוד רכישת פולי הקפה של הפרויקט. כל הרווחים מוחזרים למגדלות הקפה על מנת שיוכלו להמשיך ולהשקיע בפיתוח היכולות שלהן. בזכות ההצלחה המרובה שגרף הפרויקט בהשקתו בשנת 2018 והתעניינות מרובה ממשתתפים חדשים, המשיך הפרויקט לשנתו השנייה. גם בשנת 2019 הוצעו מכוון כלים להרחבת הידע ללא תשלום. כמו כן, התחרות לקפה הטוב ביותר של מגדלות הקפה בברזיל, בשיתוף עם BSCA, התקיימה בשנית ואליה נרשמו כ-600 מגדלות. בתחרות זו הצליחה 3corações להציע פרסים ומענקים כספיים גדולים יותר ביחס לשנה הקודמת, כאשר מעל ל-100 מהמשתתפות זכו בפרסים בהיקפים שונים - והעסק הטוב ביותר זכה בחבילת טיסת הכשרה זוגית לקוסטה ריקה.

PROJETO



הקפה של קפה פלורדה זמין לרכישה, והוא מאפשר לצרכנים חווית קנייה ייחודית וכוח להשפעה חיובית וקידום שרשרת אספקה בת קיימא, בה הצרכן יכול להתחקות אחר תהליך ייצור הקפה אותו הוא רוכש.

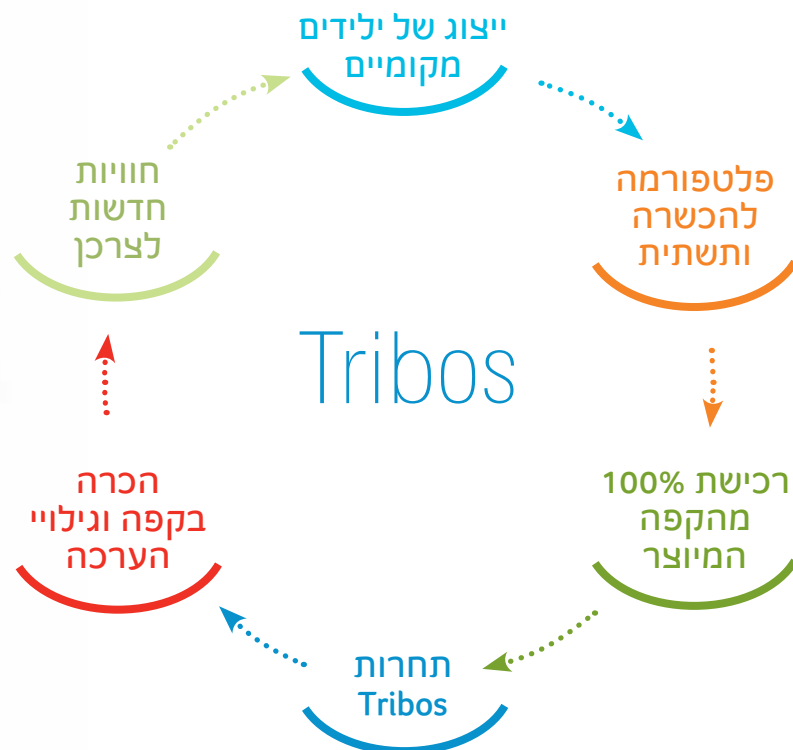
קהילות האמזונס - Tribos

בשנת 2019 החל את פעילותו פרויקט נוסף ע"י חברת 3corações - פרויקט טרייבוס (Tribos). הפרויקט מתמקד בשבטים הילידים שבשמורת האמזונס בברזיל. בשל קשיי המחיה שבשטחי האמזונס, בין אם בעקבות מגמת העיור ובין אם בשל הפגיעה בסביבה ושינויים בשטחי המחיה שלהם, השבטים המקומיים מוצאים עצמם מתקשים להתפרנס ולכלכל עצמם באופן בסיסי. כתוצאה מכך, אוכלוסיית הילידים באמזונס פונה לפתרונות תעסוקה חדשים. מטרת הפרויקט היא לספק לשבטים אלה אמצעי פרנסה דרך התמחות בגידול פולי קפה.

פרויקט טרייבוס נשען על שלושת עמודי התווך בהם אנו מאמינים - סיוע לקהילה, הגנה על הסביבה והפקת מוצר איכותי בצורה הוליסטית. בכך, הפרויקט מאפשר לאוכלוסיות השבטיות שבאמזונס לרכוש כלים חדשים, ציוד וידע כאחד, לגידול קפה באופן מקצועי ואיכותי. בתקופה זו, התכנית מתמקדת בשבטים של מדינת

רונדוניה שבברזיל וחולשת על מעל ל-200 דונם ביערות האמזונס. כדרך להבעת אמון באיכות ובהשפעה החיובית, הכריזה חברת 3corações בתחילת השנה כי כל הקפה שתרכוש בשנת 2019 יגיע מגידולים שמקורם בפרויקט.

בספטמבר 2019 התקיימה תחרות נושאת פרסים בין יצרני הקפה בה השתתפו למעלה מ-400 חקלאים ילידים ומשפחותיהם. התחרות התקיימה בשיתוף עם ארגונים חברתיים, חברות טכנולוגיה, נציגים ממשלתיים, חברות ממשלתיות ורשויות מקומיות. בתחרות הוצגו 64 דגימות קפה איכותיות והוענקו פרסים כספיים משמעותיים לזוכים, כאשר שלושת המקומות הראשונים זכו בפרס וברכישת שקים של התוצר שהפיקו. נוסף על המקומות הראשונים המסורתיים, מקומות 4 ו-5 הרשימו את השופטים בתחרות ולאור הרמה הגבוהה של התוצר, זכו גם הם בפרס כספי. בתחרות הראשונה של טרייבוס השתתפו 400 מגדלים והוצגו 64 דגימות קפה איכותיות.



400 מגדלים

השתתפו בתחרות הראשונה של טרייבוס והוצגו 64 דגימות קפה איכותיות

יצירת ערך ארוך טווח למגדלות הקפה - More than a cup

כאחת מקנייניות הקפה הירוק הגדולות בעולם, שטראוס משקיעה מאמצים בחיזוק שרשרת הערך לאורכה, ובכלל זה מתן תמיכה בקהילות מגדלי קפה באפריקה, באסיה ובאמריקה הלטינית. באמצעות שיפור היכולות של קהילות מגדלי הקפה ובפרט מגדלות הקפה המקומיות, אנחנו מסייעים בפיתוח כישוריהן של נשים ובתרומה לשגשוג מקומי, פרויקט אחר פרויקט. שטראוס קפה השיקה את יוזמת More than a cup (MTAC) בשנת 2016, כמחויבות אסטרטגית. היוזמה מתרחשת בשיתוף עם עובדים ומנהלים בשטראוס קפה, שיתופי פעולה עם ארגוני סיוע מקצועיים ושמירה על קשר הדוק עם נשות חוות הקפה. מטרת הפרויקט היא לתמוך בחקלאיות קפה על ידי שיפור התשתיות בחווה, השקעה בציוד מקצועי ומתן הדרכות מקצועיות, ניהוליות ופיננסיות לחקלאיות.

השותפויות המקומיות הן ישירות מול קבוצות מגדלי קפה וקואופרטיבים מקומיים. אנחנו מתקשרים מול כל קבוצה בנפרד, במטרה להעניק את תמיכה מותאמת לצורך המקומי. בסוף שנת 2019, MTAC כוללת כבר 10 שותפויות פעילות ב-8 מדינות, והיא מגיעה לכ-13,300 מגדלות קפה ומשפחותיהן, ומסייעת להן ליצור לעצמן פרנסה מכובדת לתמיכה במשפחותיהן ובקהילות שלהן. בשנת 2019 הקמנו שתי שותפויות חדשות; שותפות בטנזניה הכוללת 400 משקי בית החברים בקואופרטיב מגדלי קפה ושותפות נוספת באתיופיה הכוללת 1,500 משקי בית בשתי קהילות מגדלי קפה בדרום המדינה. שתי תכניות אלו פועלות להעצמת הנשים: באתיופיה ע"י הקלה במשימות היומיומיות המבוצעות על ידיהן, בטנזניה ע"י סיוע וטיפול בסוגיות מגדריות, ובאוגנדה הצלחנו להציע הכשרה חקלאית, ציוד וחומרים חקלאיים ומימון תכנית לשוויון מגדרי ל-8,500 נשים.

לקריאה נוספת על הפרויקט והשפעתו על הקהילה ראה פרק "יצירת ערך למגדלות הקפה" באתר הדוח המלא.



דוד ניני, צמיחה וחדשנות,
מטה קבוצת שטראוס



יעל גטחון, מזון טרי, כרמיאל



חידושים בנושא פרויקט Plants with a purpose

בנושאי איכות חיים, אירועי התנדבות לקהילה והדרכות על גינון נכון. נוסף על כך, השנה שיתפנו פעולה עם הגן הבוטני לואיס גינטר (Lewis Ginter Botanical garden) בארה"ב ותרמנו כסף לבתי ספר בריצ'מונד, וירג'יניה וניו סאות' ויילס, אוסטרליה.

במסגרת פעילות נוספת של סברה בקהילות בארה"ב, בשנת 2019 נמכרו כ-3,630 ק"ג תוצרים שונים בשווקי איכרים מקומיים, למבקרים בשוק ולעובדי סברה וספקיה ששמעו על הפרויקט הגיעו לקנות אוכל טרי, כאשר לאחר המכירה תרמנו את התוצרים שנותרו. סך הכל נתרמו כ-78.4 ק"ג של תוצר מקומי טרי לבנק המזון של צ'סטרפילד. באוסטרליה הושקעו 23 אלף דולר אוסטרלי בפרויקט, נשתלו 780 זרעים והשתתפו 940 תלמידים בפרויקט.

2019 היא השנה השלישית ליוזמת Plants with a purpose, הפרויקט הקהילתי של סברה, בשיתוף ארוך שנים עם Richmond Renew, ארגון ללא מטרת רווח העוסק בקידום מודעות לתזונה בריאה וגידול מזון באמצעות חקלאות עירונית. מטרת הפרויקט היא לעזור לתושבים בארה"ב לנהל מערכת יחסים מודעת ובריאה יותר לאוכל, על ידי הצעת סט כלים ללמידה כיצד לגדל באופן עצמאי מזון טרי ואיכותי. בסיס הפעילות של הפרויקט הוא הקמת גינות ירק במוקדים עירוניים מרכזיים, קמפוסים וגני ילדים, על מנת לחזק את הקשר בקהילות המקומיות ולתת תוצר לעשייה משותפת.

החל ממאי 2019 קיימנו 22 אירועים, בהם לקחו חלק 66 מתנדבים בסך כולל של 460 שעות. האירועים כללו: הרצאות

22

אירועים התקיימו החל ממאי 2019
בהם לקחו חלק 66 מתנדבים בסך
כולל של 460 שעות

3,630

ק"ג תוצרים שונים נמכרו
בשווקי איכרים מקומיים
בארה"ב ב-2019

מחויבים לשמירה על הסביבה

חשוב לנו להעלות את מודעות העובדים שלנו לחשיבות תחומי הסביבה. עובדים שלתפקידיהם יש השפעה על הביצועים הסביבתיים שלנו עוברים הדרכות ייעודיות, שמסייעות להם למלא את תפקידיהם תוך שימור משאבים וצמצום למינימום של הפסולת. המנהלים הרלוונטיים בכל האתרים של קבוצת שטראוס אחראים לוודא את ההטמעה של המדיניות ושיטות העבודה הסביבתיות, ולהשגיח על ההתקדמות והביצועים בנושא.

בדוח המלא ניתן לקרוא בהרחבה על פרויקטים נבחרים בנושא סביבה, הפעילות שלנו בשרשרת האספקה והחדשנות אותה אנו מפתחים.

ומחזיקים באישור לתקן איכות סביבתי ISO1400, ובאתרים שאינם מחזיקים באישור, אנו שואפים לעבוד לפי אותם תקנים של ניהול סביבתי. אנו מאמינים כי הקשר שלנו עם החקלאים המקומיים, המשתמשים בשיטות גידול איכותיות ונהלי עבודה ובטיחות מזון שהנחלנו יחדיו, מאפשר לנו להשתמש בירקות ובפירות הטובים והאיכותיים ביותר שבנמצא. תפיסת החקלאות המקיימת מייצרת לנו חומרי גלם איכותיים, המהווים בסיס למוצרים טובים, איכותיים וטעימים יותר ללקוחותינו. ההשפעה החיובית של קנייה מספקים מקומיים מסייעת לכלכלה המקומית, מגוונת את שרשרת האספקה ומפחיתה את הפגיעה בסביבה, למשל ע"י צמצום הובלת חומרי גלם מרחוק.

כיצרנית אחראית של מזון ומשקאות, בעלת טביעת רגל גלובלית, אנחנו נוהגים בכבוד כלפי סביבתנו הטבעית ושואפים למזער את השפעותינו על שינויי האקלים ועל צריכת המשאבים הגלובלית. אנחנו מאמינים שנוכל להמשיך להגדיל את הפעילות שלנו ולתת מענה לצרכים של הצרכנים שלנו למוצרים בריאים ומזינים תוך בקרה ושליטה על ההשפעות הסביבתיות שלנו. הצרכנים שלנו, העובדים שלנו ומחזיקי עניין נוספים, מצפים מאתנו, כארגון תאגידי אחראי, לדאוג לכדור הארץ כדי שהדורות הבאים יוכלו להמשיך ולשגשג. כבר למעלה מעשור שאנחנו נושאים באופן ציבורי באחריות לפעילות הסביבתית שלנו, ונמשיך לעשות כך. אנחנו פועלים בהתאם למערכת ניהול סביבתי

5%

הפחתה בצריכת
המים לטון מוצר
בשנת 2019

3%

הפחתה בפליטות
גזי חממה לטון
מוצר בשנת 2019

3%

עלייה בצריכת
האנרגיה לטון מוצר
בשנת 2019

רותם דרמון, שובל שושני,
יחידת התקשורת והקיימות,
מטה קבוצת שטראוס



39
מיליון ₪

הושקעו בתכניות לשיפור ההשפעה
הסביבתיות בשנת 2019

88%

מהפסולת בשנת 2019
מוחזרה או נעשה בה
שימוש חוזר

אביגיל מוסאלי,
מזון טרי, שטראוס ישראל

מהלכים נבחרים לשמירה על הסביבה

חידושים בנושא פעילות בת קיימא ברפתות - רפת מקיימת

לצרכנים שלנו חשוב לדעת שאנו נוהגים באחריות ובאופן מוסרי בעת שאנו מייצרים את המוצרים האהובים עליהם, מוצרים שהנם חלק מתזונתם היומיומית.

אנו בשטראוס לוקחים אחריות על הנעשה ברפתות שלנו. בשנת 2017, מיפינו את התהליכים בשרשרת אספקת מוצרי החלב שלנו ובנינו את תכנית "רפת מקיימת" - תכנית לשיפור תנאי המחיה של הפרות וצמצום ההשפעה הסביבתית של פעילות הרפתות בקרב יצרניות החלב השותפות. תכנית זו כללה פרמטרים ליישום שמומשו בהדרגה בלמעלה מ-50 רפתות המספקות חלב למחלבת שטראוס בצפון, ובלמעלה מ-20 רפתות המספקות חלב למחלבת יוטבתה בדרום. התכנית נובעת מתפיסת האחריות 360 של המחלבה על המתרחש ברפתות ספקי החלב שלה. במסגרת התכנית נדרשות הרפתות נדרשות הרפתות לעמוד במספר קריטריונים המציבים סטנדרט חדש ומוביל בקנה מידה בינלאומי, הכוללים בעיקרם הגדרת תנאי מחיה וטיפול בפרות לשם דאגה לרווחה מקסימלית במסגרת החיים ברפת תעשייתית, זאת לצד ליווי והדרכה קבועים. בשנת 2019 השקענו למעלה ממיליון שקלים בשיפור תשתיות ובהדרכה לרפתנים, תוך שימת דגש על הרחבת היקף היישום בקרב ספקי החלב של יוטבתה. אנו שמחים כי הצלחנו להגיע ליישום של למעלה מ-90% מהקריטריונים, בהם גם המורכבים ביותר, בקרב כלל רפתות יצרני החלב של יוטבתה.

עוד השנה, בחרנו לשתף את הצרכנים באופן נרחב במהלך, והקמנו אתר ייעודי המציג בשקיפות את הפרמטרים, אחוז היישום שלהם וכן הגדרנו יעדים להמשך. בנוסף, הזמנו את הצרכנים לבוא ולבקר ברפתות שלנו על מנת לחוות בשטח את הנעשה.

**אנו שמחים כי הצלחנו להגיע
ליישום של למעלה מ-90%
מהקריטריונים והרחבנו את דרכי
השקיפות להיכרות עם התכנית**



בין הפרמטרים של תכנית רפת מקיימת:



שדרוג הטיפול הרפואי לפרות

ייבוש הדרגתי של תפוקות החלב כאשר לא בחליבה

הפסקת סימון בכווייה קרה ומעבר לענידת קולרים חכמים

רכישת כלים לניהול שגרת היום ליום לפי נורמות של "רפתנות מודעת", בליווי מקצועי ע"י ד"ר סיון לאקר, מקימת חברת רפתנות מודעת

צימצום השימוש באנטיביוטיקה

תזונה ייעודית

הגברת תדירות צינון הפרה

טילוף בעתו כול פרה

צמצום זמן בידוד עגלים

הגברת תדירות הטיפול במרבצי הפרות

טיפול בשפכים, גזי חממה ומעבר לאנרגיה סולארית



- **רווחת הפרה** - בשנת 2021 אנו עתידים להתחיל פיילוט ברפת אחת הנוגע לאי הפרדת עגלות ומחייה משותפת של הפרה עם העגלה עד שלב הגמילה
- **סביבה** - עד סוף שנת 2020 אנו נחל בפייילוט הפקת חשמל וייצור אנרגיה באופן עצמאי מפסולת חקלאית ופסולת רפתות, לטובת איכות הסביבה
- **שקיפות** - הצבת מצלמות "און ליין" ברפתות. עד סוף שנת 2020 אנו צפויים להתחיל פיילוט לפעילות שקופה לציבור במחלבות על ידי צילום ושידור הרפתות בזמן אמת

למידע נוסף ראה פרק "הרפת המקיימת" באתר הדוח המלא או באתר הרפת המקיימת.

כלל הפרמטרים מבוססים על מחקרים בינלאומיים, על נורמות המומלצות על ידי האו"ם וכן על ידי איגודי יצרניות חלב בינלאומיות המובילות שינוי במתחולל ברפתות התעשייתיות. בעת יישום הקריטריונים נוכחנו לדעת כי השינוי לא רק מאפשר לנו לעמוד באחריותנו המוסרית לעשייה מקיפה לטובת רווחת הפרה וצמצום ההשפעה הסביבתית, אלא גם מביא תועלת עסקית ליצרני החלב, שכן הפרות בריאות יותר ואף בזכות חלק מהקריטריונים מניבות יותר חלב.

אנו רואים את תכנית "רפת מקיימת" כהליך שמצריך שיפור כל הזמן. הצגנו שיפור תהליכים יוצא דופן מעת התחלת הפעילות, ואנו מחויבים להעמקת והפעילות כמה מתכניות העתיד שלנו הן:

טיפול באריזות

אריזה אשר מחד ישמור על האוכל טעים וטרי ויסייע במניעת בזבז מזון, ומאידך יורכב מחומרים ברי מחזור וידידותיים לסביבה; צריכה ורכישה אחראית של אוכל, ועוד. בקרב הצרכנים אנו שמחים לזהות מודעות הולכת וגדלה לחשיבות המחזור, מודעות המסייעת לנו לעבוד יחדיו למען מחזור האריזות אצל צרכן הקצה.

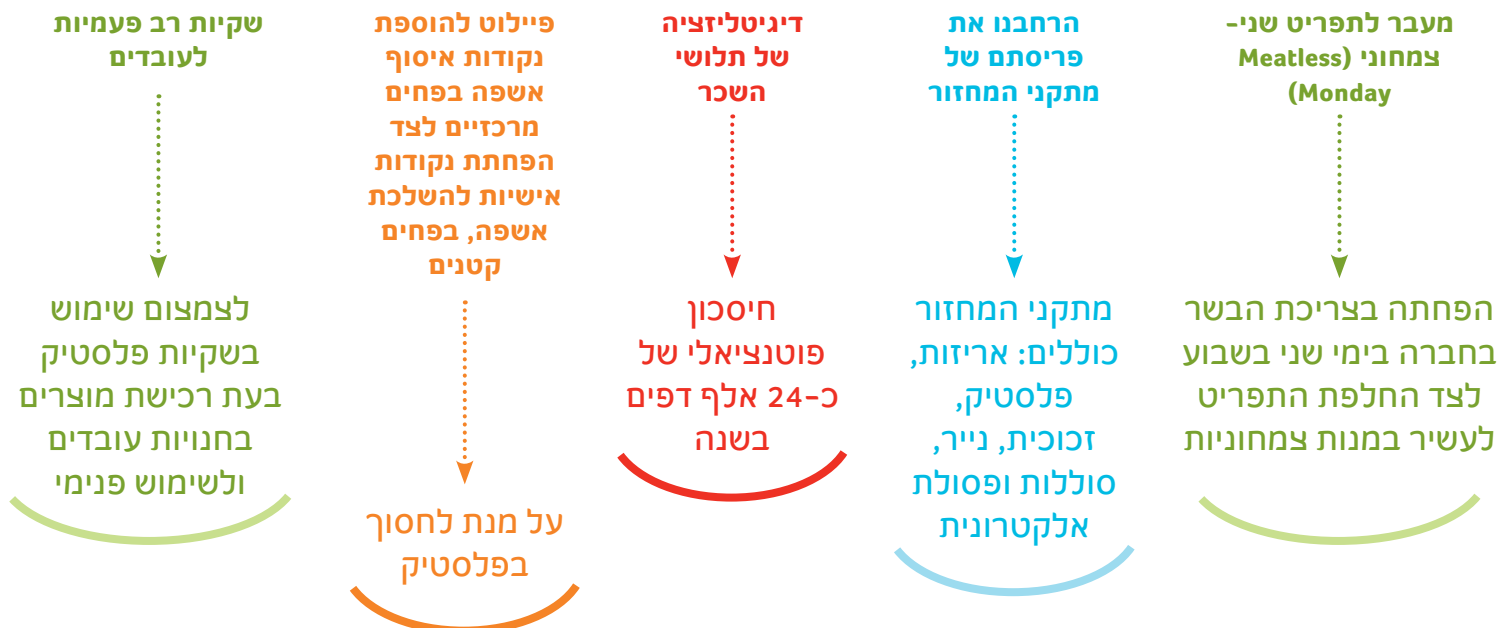
בשנת 2019 הוקם צוות פעולה ייעודי לנושא אריזות והטיפול בהן. צוות זה פועל לבחינת דרכים חדשניות ופורצות דרך להפחתת פסולת אריזות ושיפור הטיפול באריזות במפעלי הייצור וכן, באריזות של מוצרינו.

הסביבה על פסולת האריזות ותומכת בפעילות גוף המחזור המקומי, תאגיד ת.מ.יר, המטפל בפסולת זו. אנו מקפידים להתעדכן בהתפתחויות הטכנולוגיות הקיימות והעתידות לבוא, על מנת להיות מסוגלים לשפר אף יותר את האופן הטיפול בפסולת, בהנתן תשתיות טיפול משופרות. אתגר נוסף מולו אנו עומדים הוא הרצון לשמור על היחס בין גודל האריזה וכמות הצריכה הנאותה. הגדלתה של האריזה עשויה לסייע בצמצום בפסולת האריזות, אך עשויה להביא לבזבז רב יותר של מזון. לכן אנו מבינים כי יש צורך במתן מענה הוליסטי, אשר יביא בחשבון שיקולים כגון גודל האריזה אל מול מנת צריכה מומלצת; חומר

אנחנו מכירים באחריות שלנו לגבי פסולת האריזות. מתוך הכרה בחשיבות הנושא, אנחנו פועלים ומתעדכנים בפורומים בינלאומיים, מקומיים ופנימיים בנוגע לשיטות בעזרתן נוכל להתייעל ולצמצם אף יותר את השפעותינו. פסולת האריזות והטיפול בה טומנת בחובה אתגרים רבים. אנו פועלים על מנת לפצח את האתגרים הללו, הן ברמת הפיתוח והן ברמת הטיפול. כיום, אנחנו פועלים בהתאם לרגולציה ולאפשרויות הטיפול בפסולת אריזות הקיימות במדינות בהן אנו פועלים. בישראל, למשל, החברה מדווחת באופן סדיר בהתאם לדרישות המשרד להגנת

משרד ירוק - Strauss goes green

אנו בשטראוס מעוניינים להוות דוגמה לעובדינו באמצעות הנחלת תרבות עבודה מקיימת במסגרת הפעילות היום-יומית. בשנת 2019 ביצענו מספר שינויים בשיטות העבודה לטובת רווחת העובדים והסביבה:



מעבר לשימוש
בספלים רב
פעמיים



הביא לחיסכון
שימוש בכ-245,000
כוסות חד פעמיות
לשתייה חמה בבניין
המטה בלבד

מעבר לנייר
צילום
ממוחזר



הביא לצמצום
שימוש של כמיליון
דפי נייר צילום לבן



איתמר חסקל,
שטראוס מים



תומר יצחק, שטראוס ישראל,
חטיבת הממתקים

ועם הצרכנים שלנו? דוגמאות למהלכים בשטראוס קפה ישראל:

במסגרת מותג Beanz Café נערכו מהלכים לצמצום אריזות (חסכון של 7 גרם קרטון בכל יחידה), החדרת מוצרי אביזרים אקולוגיים וצמצום כמות עותקי המגזין CuPZ.

בנוסף, ביסוס תרבות לקיימות בקרב עובדי חברת הקפה בישראל באמצעות העמקת הידע בתחום כבסיס לעשייה ויישום פתרונות ירוקים בסביבת העבודה. בשנת 2019 החל יישום של תוכנית למידה לעובדי המטה וההנהלות יחד עם ארגון הינם אתגרי קיימות, טיפול בפסולת וההזדמנויות שבאתגרים הסביבתיים.



הקמת קהילת סביבה גלובלית

כחלק ממאמצי החברה לקדם שיפור משמעותי בפעילות הסביבתית שלה, ביצענו בחינה של התהליכים הפנימיים אותם ניתן לשפר כדי להבטיח אימפקט משמעותי ושינוי בתרבות הארגונית, לצד איחוד כוחות של כלל החברות ליצירת קפיצת מדרגה. נמצא כי הקמת קהילת סביבה גלובלית בקרב עובדי החברה תסייע בשיתוף ידע וקידום היעדים המאתגרים אותם מבקשות החברות לקחת על עצמן.

בשנת 2019 החלנו בתכנון קהילת הסביבה של שטראוס, כאשר מטרת התכנית היא לאחד את נציגי הקיימות המקדמים את היבטי הסביבה מכל החברות של שטראוס למען פעילות רוחבית אחידה. תכנון התכנית החל ביולי 2019, ופעילותה השוטפת צפויה להתחיל בשנת 2020. בין היתר, תכלול התכנית פעילות וירטואלית של צוותי עבודה בתחום האריזות, אנרגיה, מים ושפכים. הצוותים יעבדו בדרך של למידה משותפת, שיתוף בידע נצבר, לשם גיבוש מפה ארגונית שתסייע להשגת יעדי הקבוצה. לצד פעילותה של קהילת הסביבה המקצועית והמצומצמת, קהילת הסביבה הרחבה יותר, בה חברים מנהלים נוספים התומכים בהיבטי הסביבה, תהנה מניוזלטר חודשי וקידום פגישות ליצירת דיון ער על קידום החברה בתחומי הקיימות, שיתוף ידע, צמיחה הדדית ועבודה משותפת למען השגת יעדי החברה.

התנהלות עסקית אחראית

על כך, הוגדרו נהלים עבור התנהלות העובדים במדינות החברתיות, מדיניות התרומות עודכנה, וכן מדיניות ההתנדבות בשטראוס ישראל.

למידע נוסף אודות מסמכי המדיניות החדשים ראה "מסמכי מדיניות שטראוס" באתר החברה.

חדשנות FoodTech יוצרת אימפקט

חדשנות היא תפישת עולם בעזרתה אנו מבטאים את הדרך שלנו להביא פתרונות מזון ומשקאות מגוונים שיביאו ערך אמיתי לצרכן ולתעשייה, תוך שמירה על עקרון התחשבות בכדור הארץ ושמירה על משאבי הטבע. בנוסף, חדשנות היא הבסיס לשמירה על קבוצת שטראוס כחברת מזון דינמית ותוססת הממשיכה להתרחב ולהגיע לקהלים חדשים ברחבי העולם, וגם אחד המנועים המשמעותיים להשגת צמיחה עסקית.

לחדשנות פנים רבות בשלבים שונים של מחזור פיתוח המוצר. אנו שומרים על גישה שיטתית המאפשרת לנו לבחון את הצרכים, הפערים והפתרונות האפשריים כדי לקדם תהליכי שיפור מתמיד בפורטפוליו המוצרים הקיימים, זאת לצד פיתוח מוצרים חדשים, תוך התחשבות בהשפעות הסביבתיות של כל שרשת הערך ובמטרה לייצר מוצרים טובים יותר.

לתת מענה מספק לכלל מחזיקי העניין שלנו, ולכן פעלנו לשיפור פעילותנו בכל תחומי העשייה של החברה, וממשל תאגידי בכללן.

בשנת 2019, לא התקבלו פניות בקו החם. אנו עובדים לפי הקוד האתי שלנו, הקיים ב-11 שפות, שמנחה את כל העובדים לגבי ההתנהלות המצופה מהם בהיותם חלק מקבוצת שטראוס. כלל העובדים עוברים הדרכות מדי שנה אודות יישום עקרונות האתיקה בקבוצה.

מסמכי מדיניות חדשים ורענון נהלים

כחלק מתפיסת האמון עם מחזיקי העניין, במהלך שנת 2019 גובשה סדרת מסמכי מדיניות המרחיבים אודות מחויבות החברה בנושאים מהותיים עבור מחזיקי העניין שלנו. מסמכי המדיניות החדשים של החברה מציגים את הצהרות העמדה והעקרונות שלנו במספר נושאי ליבה מהותיים, ובכללם: זכויות אדם, גיוון והכללה, בטיחות המוצר, קיימות סביבתית, שיווק אחראי, חומרי גלם מקיימים, בריאות ובטיחות עובדים, השקעה בקהילה, רווחת בעלי חיים ומדיניות מעודכנת בנושא מניעת שוחד ושחיתות והגנה על פרטיות.

בהתאם, מצאנו מקום לעדכן ולגבש סדרת נהלים תומכים בנושאים כדוגמת נוהל מדיניות הגנת מתריע על חושפי השחיתות בארגון, כפועל משלים לריענון מנגנון הקו החם לדיווח. נוסף

כחברה גלובאלית שמעסיקה למעלה מ-16,000 עובדים ומוכרת מוצרים ביותר מ-22 מדינות אנחנו מחויבים לוודא שהפעילות העסקית שלנו בעולם מתבצעת בהתאם לסטנדרטים האתיים הגבוהים ביותר. אנו מקפידים לעמוד בדרישות כל החוקים והתקנות הרלוונטיים לפעילות שלנו, כמו גם בסטנדרטים הפנימיים של הארגון שלנו, בכל המדינות שבהן אנחנו פועלים.

50%

מחברי הדירקטוריון
בשנת 2019 הן נשים

בסוף שנת 2019, דירקטוריון קבוצת שטראוס מנה 12 חברים, מתוכם שש נשים (50%). חברי הדירקטוריון מעודכנים בכל עת בפעילויותיה של הקבוצה, והם בקיאים בפעילות ובמצב העסקי שלנו, כך שהם יכולים לתרום באופן יעיל ליצירת ערך לקבוצה ולמחזיקי העניין שלה בטווח הארוך. בנוסף לדירקטוריון, בשנים האחרונות קיימנו תהליכי הקשבה מגוונים עם מחזיקי העניין המרכזיים שלנו, במטרה להבין את ציפיותיהם, ונקודת המבט שלהם אודות התחומים המשפיעים על האמון שלהם בנו. שאלנו על נושאים כגון תזונה, אורח חיים בריא, יוקר המחיה והעסקה מגוונת. במסגרת שיח זה, שאלנו אודות ההתנהלות שלנו והאם אנו נותנים מענה הולם לציפיות ולצרכים שלהם. אנו שואפים



מסגרת החדשנות שלנו מורכבת משלושה ערוצי חדשנות מרכזיים:

.1

חדשנות במותגים:

פיתוח מוצרים חדשים במטרה להרחיב ולגוון את היצע המוצרים. חדשנות מוצרית הנה תוצר של הצעות ממומחי המו"פ, העובדים, הצרכנים או הספקים שלנו, לצד התחשבות בטכנולוגיה המשתנה והטרנדים המובילים בעולם המזון.

.2

חדשנות בהתאמות לקהלי יעד:

ערוץ זה מתמקד במתן מענה לצרכים שזוהו אצל צרכנים, כגון שיפור ההרכב התזונתי והתאמת מוצרים לאוכלוסיות יעד ייחודיות על ידי שימוש בטכנולוגיות מתפתחות, חומרי גלם חדשים ושיטות ייצור חדשות.

.3

חדשנות פתוחה במודל חדש:

הקמת והובלת קהילת ה-Foodtech בישראל החל משנת 2011. תחת יוזמה בשם Alpha Strauss - the Foodtech Community יצרנו מערכת קשרים ענפה עם מדענים, יזמים וחברות הזנק.

The Kitchen

החממה, The Kitchen, הוקמה בשנת 2015 בשיתוף המדען הראשי, ומאז הספיקה להיות בית חם וכר פורה למיזמים שונים על כל גוויי ה-FoodTech, החל מתחליפי מזון בריאים וכלה בחומרים חדשניים השומרים על איכות המזון שאנו צורכים. בשנת 2019 ראינו התקדמות והבשלה נוספת בפעילות חממת ה-FoodTech, שסייעה רבות לחברות לפיתוח חדשנות בתחום, עם מיקוד בחברות המפחיתות שימוש בתוצרת מן החי וכאלו המביאות לשיפור באימפקט הסביבתי.



אבירם מקונן,
שטראוס קפה, לוד

Doing Well by Doing Food

בשנת 2019 נערך כנס FoodTechIL השנתי תחת הכותרת "Doing well by Doing food" לקהילת החדשנות הגלובלית. בכנס, שנערך זו השנה השביעית, לקחו חלק למעלה מ-1,500 איש, מ-45 מדינות- יזמים, אנשי עסקים, אנשי אקדמיה, אנשי ציבור, חוקרים וגורמים רבים נוספים. מדובר באחד מאירועי ה-FoodTech הגדולים והמשמעותיים ביותר בעולם בו השתתפו 55 חברות הזנק. במסגרת הכנס נערכו למעלה מ-600 פגישות בין משקיעים וחברות הזנק, מה שהביא לחשיפה משמעותית של טכנולוגיות ישראליות פורצות דרך לקהילה הבינלאומית.

מאפשר לספק מזון בריא וטעים מהצומח, ללא פגיעה בבעלי חיים והשפעה שלילית על הסביבה. יתרה מכך, התחליף הצמחי עומד בתקנים הישראליים של חוזר מנכ"ל משרד הבריאות, ומתאים לתזונה המומלצת לילדים במוסדות החינוך. בשנת 2019 הוקם מפעל בישראל והחל שיווק מסחרי של המוצר.

Better Juice

Better Juice סיימה את תקופת הליווי בחממה בשנת 2019 עם הישגים מרשימים. במסגרת תכנית החממה זכתה להצלחה עם טכנולוגיה יוצאת דופן המאפשרת להמיר את הסוכר במוצרים המכילים פרי (כיום הטכנולוגיה עובדת על מיץ תפוזים) לסיבים תזונתיים וסוכרים שאינם זמינים קלורית, על ידי שימוש בתהליכים טבעיים. בעזרת שיתופי הפעולה שנוצרו בתקופת החניכה של החברה בחממה, Better Juice החלה תהליך הגדלה של נפחי הפעילות בשותפות עם Citrosuco, יצרנית מיצי התפוזים הגדולה בעולם, והיא עתידה להתחיל פיילוט במפעלי החברה בברזיל בשנת 2020.

AlephFarms

AlephFarms היא חברה צעירה ומבטיחה בתחום פיתוח מקורות מזון חדשניים. החברה מייצרת את הסטייק המתורבת הראשון בעולם, על ידי גידול מעבדה של תאים בודדים ללא פגיעה בבעלי חיים, ובאופן המאפשר יצירת נתח עם מרקם זהה לזה של בשר. AlephFarms סיימה את תקופת חניכתה בחממה שלנו ביוני 2019, אך לא לפני שגייסה 11.7 מיליון דולר לטובת הבאת המוצר אל השוק תוך שלוש שנים, כאשר גם אנחנו בשטראוס השקענו במטרה זו.

לקריאה נוספת על The Kitchen, ניתן לפנות לאתר הדוח המלא.

אחד היתרונות של חברות החממה של שטראוס הוא הקשרים הבינלאומיים שזו מסייעת להם לייצר עם השותפויות הבינלאומיות של הקבוצה, לצד מגוון אפשרויות רחב לשותפים ומשקיעים מכל העולם. בכך, החממה פותחת לחברות דלתות לגיוסים והשקעות שלא היו אפשריים אילולא הקשרים הנרחבים ששטראוס מציעה. לראיה. החברות בוגרות החממה מסיימות את תקופתן עם הישגים בגיוס משקיעים, כל אחת בתחומה, וכל אחת מהן בעצמה מהווה סיפור הצלחה מקומי ופורץ גבולות. בשנת 2019, המשיכה חממת The Kitchen ביצירת ערך לחברות הפורטפוליו באמצעות ליווי משקיעים בביצוע השקעות המשך וסיוע לחברות להגעה לשוק. לדוגמה, חברת Zero Egg שפיתחה תחליף נוזל ביצה טבעוני, החלה פיילוט ברשת מזון מהיר גדולה בארה"ב אשר באמצעותו גייסה השקעה. דוגמה נוספת היא Yofix, המייצרת תחליפי חלב צמחיים, אשר קיבלה השקעה מענקית החלב הגרמנית Müller - גם חברת Amai Protein החלה בתהליכי גיוס סכום של 10 מיליון דולר לשם הרחבת העשייה שלה, וכן AlephFarms גייסה 11.7 מיליון דולר לטובת הגעת המוצר לשוק בטווח של שלוש שנים, כאשר גם שטראוס השקיעה למען מטרה זו - ובכלל, לטובת הצמחת חברות הזנק למען אוכל טוב יותר.

להלן דוגמאות מורחבות לשלוש חברות הזנק שצמחו בחממה ופעילותן בשנת 2019:

Rilbite

חברת Rilbite מייצרת תחליף צמחי, טעים ומזין בו ניתן להשתמש במתכונים רבים במקום הבשר הטחון המוכר. המוצר מתהדר ב-Clean Label ועשוי משמונה רכיבים טבעיים בלבד, בעל רמת נתרן נמוכה וללא חומרים משמרים, סוכר או שמן מוסף. המוצר



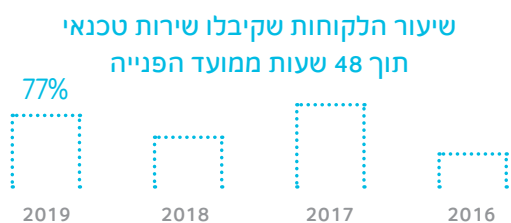
שיפור מתמשך בשירות הלקוחות

בכל שאלה, חשש או תלונה, במגוון דרכים; טלפון, דואר אלקטרוני, צ'ט ישיר, שליחת הודעת טקסט לנציג ומדיה חברתית. כמו כן, בשנת 2019 השלמנו תהליך של סגירת מעגל הטיפול בפנייה מול הצרכנים. כחלק מהתהליך החדש, אנו מעדכנים את מניש הבקשה באופן אישי ושוטף על אופן הטיפול ומודיעים כאשר הבקשה נסגרת. אנחנו ממשיכים למדוד את שביעות הרצון של הצרכנים אשר יוצרים קשר עם מוקדי השירות באמצעות סקר שביעות רצון. להלן תוצאות בולטות לשנת 2019:

בפניותיהם ומשיבים לתלונותיהם ולחששותיהם. אנו שואפים תמיד להעניק שירות ברמה הגבוהה ביותר לכל הלקוחות והצרכנים שלנו. בשנת 2019 התקבלו 1,505,407 פניות לשירותים הללו. במהלך שנת 2019, הקמנו מתחם שירות צרכנים בתוך אתר שטראוס ישראל. באתר ניתן למצוא מענה על מעל ל-500 שאלות נפוצות, עמודי נחיתה מיוחדים לחיפוש מידע על מוצרים, אפשרות לחיפוש מוצרים בנקודות מכירה וטפסי פניה נגישים. לאורך השנים, ניסינו לאפשר לצרכנים שלנו להשיג אותנו בקלות המרבית,

שירות לקוחות אמין ונגיש הוא נדבך חשוב בבניית אמון הלקוחות ובישומורו. החברות השונות בקבוצה עובדות מול קשת רחבה מאוד של לקוחות, החל מסיטונאים גדולים, קמעונאים מקומיים ובינלאומיים, וכלה בחנויות קטנות. כמו כן, בחלק מהתחומים אנחנו משרתים צרכנים באופן ישיר, למשל בדוכנים או חנויות הקפה שלנו בארץ או בעולם ובשטראוס מים - המספקת מוצרים ונותנת שירות ישירות לבעלי ברי המים שלנו. בנוסף, אנחנו מספקים שירות מקיף לצרכנים במוקדי השירות שלנו, בו אנו מטפלים

מדדי שירות, שטראוס מים



מדדי שירות, שטראוס ישראל



לאתר שירות הצרכנים: <https://www.strauss-group.co.il/service/>



אחמד סרחאן,
מזון טרי, כרמיאל

שומרים על בטיחות המזון

נהלי עבודה מורחבים בעבודה עם החקלאים, בעזרת יישומן ייעודי לניהול הקשר עם החקלאי. המידע המנוהל ביישומן מייצר למנהל העבודה ולאגרונום האחראי שולחן עבודה מרוכז, ברור ואינפורמטיבי בו ניתן לצפות בכל המגדלים והירקות ולהבטיח את בטיחות ואיכות התוצר.

לקריאה אודות דוגמאות נוספות בתחום בטיחות המזון ראה פרק "שומרים על בטיחות המזון" באתר הדוח המלא.

עבודה מול המגדלים לשיפור הבטיחות של המזון הטרי: בישראל, אנחנו רוכשים את מרבית הירקות לסלטים הטריים ולתוצרת הטרייה הארוזה שלנו מחקלאים מקומיים. אנחנו שומרים על תקני בטיחות מזון ותקני איכות קפדניים באמצעות ביצוע בדיקות בכל שלבי הגידול, האספקה והעיבוד של הסלטים והירקות ומיישמים הבטחת איכות תלת-שלבית: בשלב הקבלה, בשלב העיבוד ולפני ההפצה. אנחנו עובדים בצמוד למגדלים שלנו כדי להטמיע תקני בטיחות, ובשנת 2019 החלנו

היכולת שלנו להבטיח ללקוחות אוכל טוב יותר נשענת על האחריות שלנו לאיכות ובטיחות ברמה הגבוהה ביותר. כל האוכל שאנחנו מייצרים, מפיצים ומשווקים כפוף לרגולציה בכל המדינות בהן אנחנו פועלים. במשך השנה נערכו בשטראוס ישראל שבעה מבדקי בטיחות מזון ע"י חברה בינלאומית (אותה אנו מזמינים באופן וולונטרי), לפי סטנדרט קבוע מראש. מבדקים אלו כללו בדיקה של הנושאים הבאים: תהליכים תפעוליים, ניקיון, אחזקה והדברה, ומאפשרים שיפור מתמיד של נושאים אלה במפעלים.

אברהם גולעברי,
לוגיסטיקה,
שטראוס ישראל

אודות חוברת זו

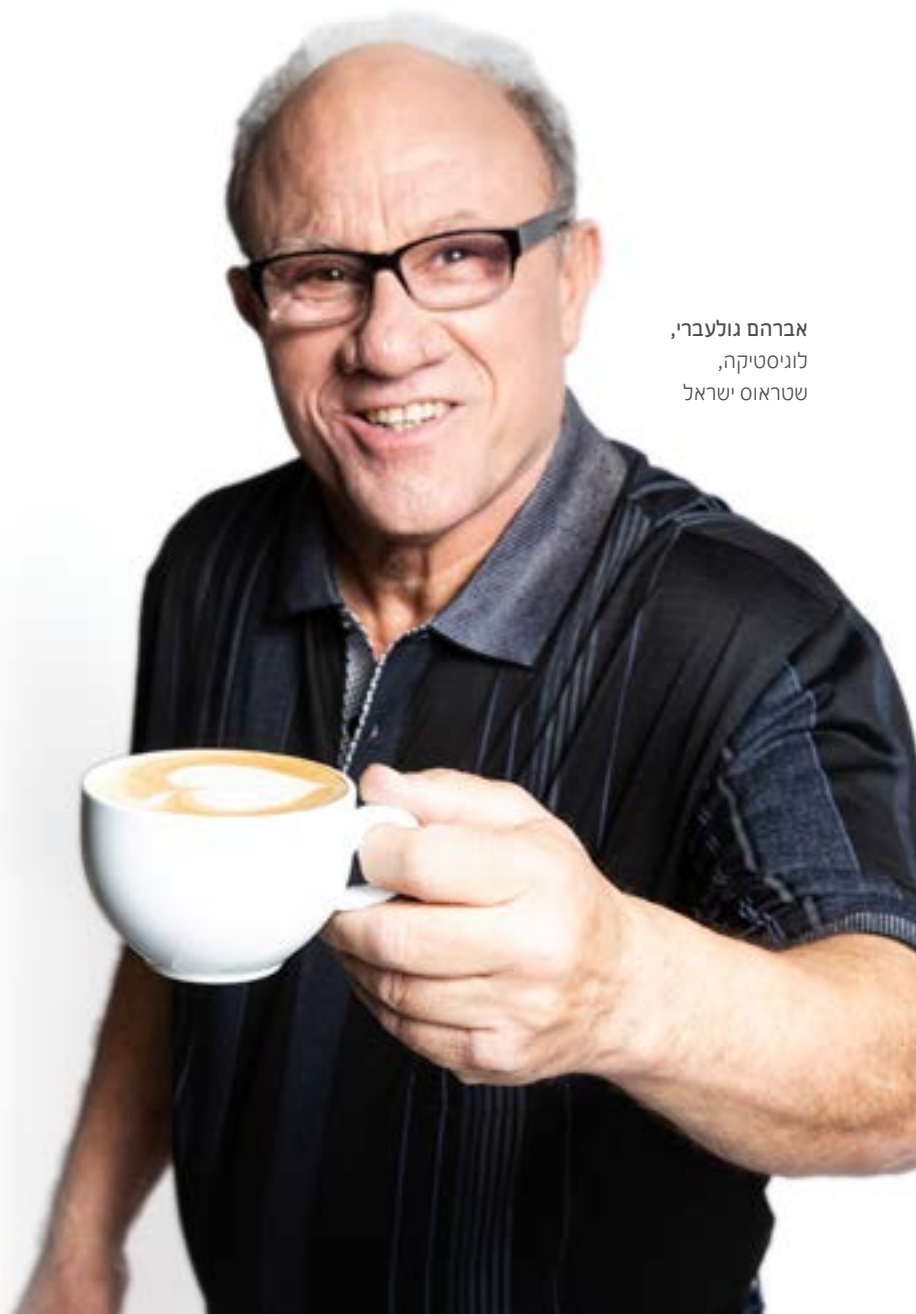
חוברת זו מהווה תקציר לדוח הקיימות המלא לשנת 2019 של קבוצת שטראוס. הדוח המלא מכיל דיווח בהתאם לתקני יוזמת הדיווח העולמית (GRI) Global Reporting Initiative ואת התקשורת השנתית של החברה ליוזמת ה-Global Compact של האו"ם, בה אנו חברים.

עבור מידע נוסף בנושאי הדוח, ניתן לפנות לדוח המלא באתר המקוון. עבור מידע על מדדי הדיווח של ה-GRI הרלוונטיים, אנא פנו לדיווח המרוכז שלנו באתר.

גבולות הדיווח נותרו ללא שינוי - כלל החברות בקבוצת שטראוס הנמצאות בשליטתה התפעולית, ובכלל זה מיזמים משותפים המדווחים כישויות מלאות. לא בוצעה הצגה מחדש מהותית של נתונים. התאמות קלות שנעשו מצוינות ליד הנתונים כפי שהם מוצגים.

תקציר זה וכן דוח הקיימות לשנת 2019 אינם חלק מהדוחות הכספיים, הדוחות המידיים, או הדוחות התקופתיים של קבוצת שטראוס. במקרה של אי-התאמה בין האמור בדוח זה לבין הדוחות המוזכרים לעיל, הנוסח בדוחות הכספיים הוא המחייב.

אנו מודים לכם על התעניינותכם בדוח זה ונשמח לקבל מכם משוב עליו.



אנא צרו קשר עם: אורית ברוורמן מנהלת אמון וקיימות, קבוצת שטראוס
www.strauss-group.com | טלפון: 03-6752400 | Orit.Braverman@strauss-group.com

ייעוץ: KPMG סומך חייקין | עיצוב גרפי: סטודיו מרחב | צילום: ditalles studio, אחיקם בן יוסף



www.strauss-group.com

