

RAPORT DE SUSTENABILITATE 2018

DINCOLO DE RESTAURANTE



S P H E R A

KFC



**TACO
BELL**

CONȚINUT

SPHERA FRANCHISE GROUP

Cadru general de raportare	4
Mesaj de la Directorul General	5

Compania noastră 01

1.1. Profilul companiei	7
1.2. Guvernanță corporativă	9
1.2.1. Consiliul de Administrație	12
1.2.2. Managementul Sphera	15
1.3. Impact economic direct	19
1.4. Lanțul valoric	21
1.5. Analiza Materialității	23
1.6. Implicarea părților interesate	26

Strategia de sustenabilitate 02

Strategia de Sustenabilitate a Sphera Franchise Group - 2025	31
--	----

Produse 03

3.1. Produsele și brand-urile noastre	38
3.2. Trasabilitatea în lanțul de aprovizionare	44
3.3. Co-interesarea / implicarea colaboratorilor din lanțul de aprovizionare	45
3.4. Diversitate în lanțul de aprovizionare	46
3.5. Acuratețea informației și comunicarea	47
3.6. Marketing responsabil, inovare și digitalizare	48

3.7. Inițiative privind calitatea și siguranța alimentului	52
3.8. Achiziții etice în lanțul de aprovizionare	57

Mediu 04

4.1. Amprenta de carbon și schimbările climatice	60
4.1.1. Transportul	62
4.1.2. Consumul de apă	64
4.1.3. Eficiența energetică și Energia regenerabilă	65
4.1.4. Clădiri sustenabile	67
4.1.5. Rețele inteligente de alimentație	68
4.1.6. Sursa emisiilor de gaze cu efect de seră	69
4.2. Valorificarea și reciclarea deșeurilor	70
4.3. Materiale și ambalaje sustenabile	73
4.4. Risipa alimentară	76

Oameni și comunitate 05

5.1. Angajații noștri	80
5.1.1. Dezvoltarea și creșterea competențelor angajaților	82
5.1.2. Satisfacția și starea de bine a angajaților	87
5.1.3. Drepturile omului	90
5.1.4. Sănătatea și securitatea angajaților	93
5.2. Comunitate	95
5.2.1. Implicarea și impactul asupra comunități	95
5.2.2. Satisfacția clienților	100

Indexul de conținut GRI	102
-------------------------------	-----

Disclaimer	105
------------------	-----

Cadru general de raportare

Excelență și transparență în tot ceea ce facem

Odată cu dezvoltarea strategiei de sustenabilitate a Sphera Franchise Group ne-am angajat să oferim în mod transparent, o privire de ansamblu asupra activității Grupului și a companiilor acestuia, cu punctarea obiectivelor noastre strategice încadrate pe patru piloni, în linie cu o mare parte din obiectivele de dezvoltare durabilă adresate de Agenda 2030. Prin aceasta ne-am asumat poziția de promotori ai sustenabilității la nivelul piețelor în care activăm și dorim să dăm un exemplu pozitiv tuturor părților interesate și să contribuim activ la o comunitate prosperă, considerând îndeaproape responsabilitatea socială și de mediu.

Scopul raportului

Acesta este primul Raport de Sustenabilitate al Sphera Franchise Group privind operațiunile companiilor care activează sub brand-urile: KFC, Pizza Hut, Pizza Delivery și Taco Bell. Raportul oferă o vedere de ansamblu asupra strategiei Grupului și a performanțelor economice, sociale și de mediu a operațiunilor în cele trei arii geografice: România, Moldova și Italia.

Perioada de raportare

Prezentul raport face referire la 2018 (ianuarie - decembrie) evidențiind aspectele cheie ale business-ului, acțiunile, provocările, rezultatele și performanțele companiilor care activează în cadrul Grupului și reprezintă începutul unui ciclu de raportare periodică. Pentru comunicarea performanțelor, acolo unde acest lucru a fost posibil, am furnizat date și din anul precedent, 2017, pentru a evidenția eforturile noastre începute de la constituirea Sphera.

Aria de aplicabilitate a raportului

Aria de aplicabilitate a acestui raport cuprinde operațiunile companiilor: Sphera Franchise Group, USFN România (KFC România), USFN Moldova

(KFC Moldova*), USFN Italia (KFC Italia*), American Restaurant System (Pizza Hut România, Pizza Hut Delivery România*), California Fresh Flavours (Taco Bell România*), în cadrul unei abordări integrate.¹

Referințe și linii directoare de raportare

Raportul a fost elaborat de către reprezentanții Sphera Franchise Group cu sediul în București, Calea Dorobanților nr. 239, în conformitate cu liniile directoare de raportare a sustenabilității conform GRI Standards 2016. Indexul GRI sintetizează modul în care am abordat toate cerințele privind indicatorii și comunicarea informațiilor.

Asigurarea externă

Acest raport nu a fost verificat de o companie independentă de audit extern.

Mulțumiri

Raportul a fost elaborat sub coordonarea specialiștilor în Relații Publice ai Sphera Franchise Group cu sprijinul consultantului extern calificat în domeniul Sustenabilității, denkstatt România.

Mulțumim tuturor celor care au contribuit la realizarea acestui raport, incluzând aici toate părțile interesate, atât din organizație, cât și din exteriorul acesteia. Sugestiile și implicarea activă a acestora constituie pentru noi elemente de dezvoltare care vor conduce la creșterea sustenabilă a business-ului nostru.

Contact

Pentru informații despre raport, vă rugăm să ne scrieți la: contact@spheragroup.com

DINCOLO DE RESTAURANTE

Mesajul Directorului General

Pentru Sphera Franchise Group, 2018 a fost memorabil prin aniversarea primului an de la listarea la Bursa de Valori București și creșterea business-ului cu 25%. Pizza Hut Dine-in și Taco Bell au progresat substanțial, pe când KFC a rămas motorul Grupului având o cerere pe piață mare la care noi am scris, atât în România, cât și în Italia.

Pe lângă continuarea dezvoltării acestui business, avem o responsabilitate crescândă de a acționa în calitate de cetățeni corporativi buni și responsabili. Sunt încântat că lansăm primul nostru “Raport de Sustenabilitate”, pentru a comunica aspecte privind călătoria de până acum, cât și cele mai importante angajamente pe care ni le-am asumat.

O declarație cheie în această privință a fost angajamentul nostru în trimestrul patru din 2018 de a înlocui paiele din plastic începând cu aprilie 2019 în restaurantele Grupului din România și Moldova. Este important, cu astfel de brand-uri de top în portofoliu, ca Sphera să fie unul dintre liderii din România și Europa Centrală care generează strategii și urmăresc un impact pozitiv asupra mediului.

Responsabilitățile noastre constau nu numai în practici de mediu mai bune, ci și în nevoia noastră de a dezvolta și susține inițiative care au un impact pozitiv asupra produselor noastre, a angajaților noștri și a comunităților în care suntem prezenți.

În organizația noastră oamenii reprezintă principala resursă. Creșterea business-ului este în măsură să ofere oportunități de angajare și dezvoltare celor care lucrează în cadrul Grupului. Trebuie să ne asigurăm că Sphera se încadrează natural în viețile lor, astfel încât să facem apel la un număr cât mai mare și mai variat de angajați și potențiali angajați, să le oferim un loc de muncă stabil, flexibilitate, oportunități de creștere a carierei, motivație, într-un mediu sigur și plăcut.

Continuăm să lucrăm în comunități diverse cu un număr de parteneri care sprijină inițiativele axate



Mark Hilton,
Director General, Sphera Franchise Group

pe educație, sănătate și tot mai mult pe minimizarea impactului asupra mediului. Fiind un grup de restaurante în creștere, trebuie să ne asigurăm că gestionăm cât mai eficient alimentele, ingredientele și ambalajele. Dezvoltăm programe de donare de hrană pentru a crea un impact social pozitiv și a preveni risipa alimentară.

În afară de oameni, unul dintre factorii diferențiatori sunt produsele noastre, pe care vom continua să le îmbunătățim, într-un mod echilibrat.

O serie de inițiative menționate în acest raport ilustrează progresul pe care ne străduim să-l facem în toate aceste domenii, precum și obiectivele noastre de bază, pe măsură ce ne concentrăm atenția asupra lor în anii următori.

Suntem norocoși să avem în portofoliu astfel de brand-uri iconice, precum KFC, Pizza Hut, Pizza Hut Delivery și Taco Bell. Acest lucru înseamnă și o mare responsabilitate și încercăm constant să îmbunătățim viața echipelor și a clienților noștri, comunitățile și planeta. Puterea business-ului nostru și a brand-urilor a fost dobândită prin încrederea angajaților noștri, a acționarilor și a consumatorilor și vom continua să lucrăm în fiecare zi pentru a o valida, oferind nu numai o experiență deosebită în restaurante, ci și produse de calitate deservite de echipe minunate, asigurându-ne totodată că jucăm rolul de cetățeni corporativi responsabili cu aceeași pasiune și angajament.

Vă mulțumim pentru sprijinul și angajamentul față de Sphera!

¹ Menționăm că denumirile prescurtate ale companiilor vor fi evidențiate în prezentul raport (*)



Compania
noastră



1.1

Profilul companiei

Sphera Franchise Group SA a fost înființată în anul 2017 ca societate pe acțiuni, având sediul social în România, București, Calea Dorobanților, nr. 239, fiind cel mai mare grup din industria de food service din România.

Sphera deține companiile care operează în sistem de franciză brand-urile Kentucky Fried Chicken (KFC), Pizza Hut, Pizza Hut Delivery și Taco Bell și furnizează servicii precum: management, suport de marketing, dezvoltare, suport în vânzări și resurse umane. Companiile Grupului își desășoară activitatea pe trei segmente, și anume: restaurante cu servire rapidă (KFC și Taco Bell), restaurante cu servire completă (Pizza Hut Dine-In) și livrare la domiciliu (Pizza Hut Delivery și KFC Delivey).

POZIȚIA ȘI PREZENȚA PE PIAȚĂ

Sphera Franchise Group SA este societatea-mamă pentru companiile:

- **US Food Network SA**, care deține drepturi de franciză pentru operarea restaurantelor sub brand-ul **KFC** în România;
 - **Sediul social:** B-dul. Gheorghe Magheru nr. 28-30, București, sectorul 1
- **American Restaurant System S.A.**, care deține drepturi de franciză pentru operarea restaurantelor sub brand-urile **Pizza Hut** și **Pizza Hut Delivery** în România;
 - **Sediul social:** Calea Dorobanților nr. 5-7, parter, corp C, D și terasă, camera 79, București, sectorul 1

- **California Fresh Flavors S.R.L.**, care deține drepturi de franciză pentru operarea restaurantelor sub brand-ul **Taco Bell** în România;
 - **Sediul social:** Calea Dorobanților nr. 239, etaj 2, camera 11, București, sectorul 1
- **U.S. Food Network S.r.l.**, care deține drepturi de franciză pentru operarea restaurantelor sub brand-ul **KFC** în anumite regiuni din nordul Italiei;
 - **Sediul social:** Via Pietro Paleocapa 6, CAP 20121, Milano
- **U.S. Food Network SRL**, care operează restaurantele sub brandul **KFC** în Republica Moldova;
 - **Sediul social:** Str. Mitropolit Bănulescu-Bodoni 45, Chișinău MD-2005

Structura acționariatului Grupului Sphera la 31.12.2018 este:

Acționari	Procent din dreptul de vot, %
Tatika Investments Ltd.	27,33%
Computerland Romania SRL	20,00%
Wellkept Group S.A	16,34%
Anasa Properties S.R.L.	10,99%
Acționari publici	25,34%
Total	100,00%

Entitățile sub care companiile din grup operează sunt înregistrate și funcționează conform cerințelor legale în vigoare locațiilor geografice pe care le deserveșc.

Creșterea rapidă a cererii din piață a condus la o dezvoltare rapidă a Grupului ajungând la un număr de **138 de restaurante** prezente în România, Italia și Republica Moldova.

România

- **KFC** - 76 de restaurante
- **Pizza Hut** - 23 de restaurante
- **Pizza Hut Delivery** - 22 de unități
- **Taco Bell** - 5 restaurante

Italia

- **KFC** - 10 restaurante

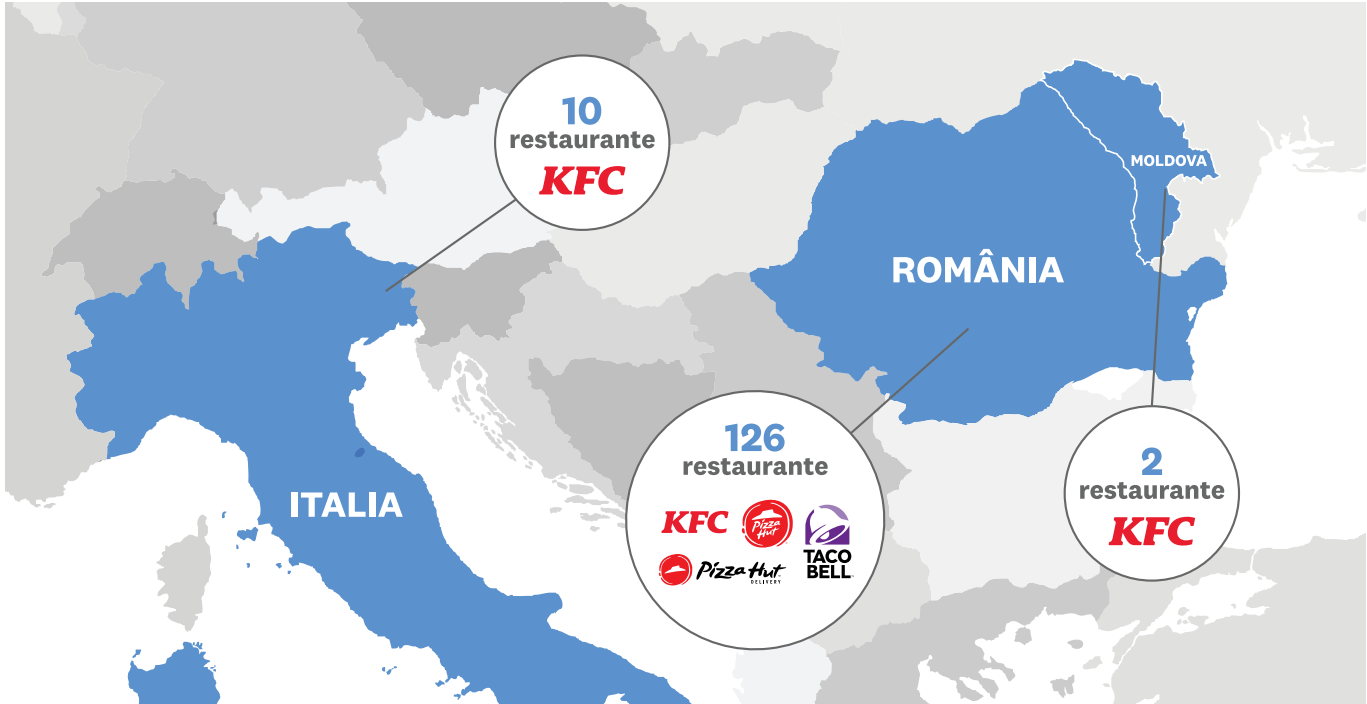
Republica Moldova

- **KFC** - 2 restaurante



La nivelul anului 2018 Grupul Sphera deținea următoarele active:

ACTIVE, mii lei	2018
Active imobilizate	229 173
Active circulante:	122 979
Total active:	352 152
Total capital propriu:	128 826



1.2

Guvernanță corporativă

Considerăm că atingerea succesului este strâns legată de o guvernanță corporativă eficientă. Asigurarea responsabilității clare a managementului este o modalitate esențială pentru atingerea acestui obiectiv. Astfel, societatea noastră a aderat la Codul de Guvernanță Corporativă emis de Bursa de Valori București și aplică principiile de guvernanță corporativă stabilite de către acest Cod.

Societatea a luat și continuă să ia măsurile de natură profesională, juridică și administrativă necesare pentru a asigura conformarea cu prevederile Codului.

POLITICI INTERNE

Organizația guvernează după un set de politici și proceduri interne dezvoltate în vederea oferirii unei transparențe cu privire la operare și raportare.

- Ghid de raportare continuă (Continuous Reports Guidelines – Rapoarte Ad-hoc);
- Politica privind conflictul de interese;
- Politica privind dividendele;
- Politica de prognoză (Forecast Policy);
- Politica privind Adunările Generale ale Acționarilor;
- Politica privind remunerarea personalului;
- Politica de raportare financiară;
- Politica privind operațiunile eficiente (lanțul de aprovizionare, operațiunile restaurantului).

CONFORMARE ȘI MANAGEMENTUL RISCURILOR

Ne supunem legilor și reglementărilor care vizează exploatarea business-ului nostru, legislației Uniunii Europene, legilor și reglementărilor naționale și locale privind siguranța și igiena alimentară, securitatea și bunăstarea la locul de muncă, protecția mediului înconjurător și a consumatorilor sau ocuparea forței de muncă, precum și cerințelor de autorizare și regulilor impuse de numeroasele autorități de reglementare și de aplicare a legii.

RISC PENTRU BUSINESS

Riscul de neconformare cu legislația

Grupul asigură respectarea legislației aplicabile în materie de alimentație și sănătate publică, sănătatea și siguranța angajatului, legislația de mediu, legislația privind personalul, legislația financiară, legislația cu privire la operarea entităților deținute, controlând în mod corespunzător riscurile la nivelul tuturor operațiunilor sale și tuturor unităților sale comerciale.

Sphera Franchise Group și companiile sale au stabilit reguli stricte de conformitate cu toate reglementările interne și externe relevante, depunând în mod constant toate diligențele pentru minimizarea riscului de neconformare. Suntem conștienți de aceste riscuri, însă le gestionăm prin informare constantă cu privire la cerințele legale aplicabile, monitorizarea conformării stricte pe diferite aspecte operaționale ale business-ului și recurgem la instruirea intensivă a angajaților și evaluarea periodică.

De asemenea, potențialele noi Directive Europene tot mai stricte pot impacta business-ul prin creșterea unor taxe și impozite sau obligativitatea schimbării unor materiale secundare în cadrul operațional care pot conduce la creșteri de costuri semnificative. Pentru aceasta suntem informați cu privire la potențiale schimbări care ne-ar putea afecta și lucrăm din timp la soluții fezabile care să diminueze potențialul impact.

Riscul de piață

Industria globală a serviciilor de fast-food depinde de factori externi, precum situația economică generală, comportamentul consumatorului și deciziile privind politica comercială. Acești factori duc la o dezvoltare ciclică a afacerilor, care pot afecta în mod negativ așteptările acționarilor, cât și situația ocupării forței de muncă. Grupul Sphera lucrează în mod consecvent la stabilizarea unor factori externi și diminuarea riscurilor privind piața.

Riscul de branding

Sphera Franchise Group și companiile acesteia depun în mod constant diligențe în scopul protejării brand-urilor din portofoliu, respectiv în scopul minimizării oricăruia dintre riscurile asociate drepturilor de proprietate intelectuală.

RISC OPERAȚIONAL

Riscul de sănătate și securitate în muncă

Există riscul rănirii pentru angajați și contractori la locul de muncă pentru companiile care activează în Grup. Programul nostru intern de evaluare a riscurilor este supervizat de către o companie de consultanță și împreună reușim să luăm măsuri de precauție și formare extinsă pentru a evita aceste riscuri.

Riscul de securitate alimentară

Întrucât activăm într-un mediu de reglementare foarte strict, ne străduim să menținem standarde înalte de servicii, igienă și consecvență în cadrul operațiunilor noastre. Există riscuri și suntem conștienți de acestea, dar în conformitate cu standardele industriale, restaurantele Grupului operează în conformitate cu documentele analizei riscurilor și punctelor critice de control (HACCP – Hazard Analysis Critical Control Point) care sunt aplicabile la nivel regional. Pentru a se asigura respectarea standardelor de brand și a celor operaționale, desfășurăm audituri la nivelul întregului portofoliu. Rezultatele sunt înregistrate de către echipa de audit relevantă și sunt utilizate pentru a stimula performanța locațiilor.

Grupul a instituit procese de audit proprii pentru a asigura conformitatea cu aceste cerințe legale și face, de asemenea, obiectul unor audituri periodice ale partenerilor de franciză ai Grupului. Activitatea este, de asemenea, inspectată de diferite autorități naționale și locale de reglementare în cursul activității uzuale pentru a asigura conformitatea cu reglementările aplicabile.

Riscuri de mediu

Din punct de vedere al activităților operaționale nu există riscuri importante de mediu, activitățile desfășurate nu sunt încadrate la activități cu impact semnificativ asupra mediului. Suntem conștienți de aspectele de mediu ale operațiunilor noastre și suntem consecvenți în respectarea legislației în vigoare ținând sub control acele aspecte care ar putea genera un potențial risc, precum generarea de deșeuri sau consumul excesiv de energie.

CULTURĂ, PRINCIPII, VALORI ȘI STANDARDE DE OPERARE

Sphera a dezvoltat o cultură internă care promovează o conduită corectă pentru toți angajații și membrii din conducerea companiei și apreciază efortul colectiv al tuturor pentru a atinge performanța. Ne luăm angajamentul unor acțiuni în conformitate cu principiile unui business responsabil, onest și etic, precum și cu legile și reglementările aplicabile.

Ne bazăm pe o viziune sustenabilă a business-ului dezvoltată prin relevanță și încredere.

PRINCIPIILE pe care le urmăm reliefează **valorile noastre** de bază, și anume:

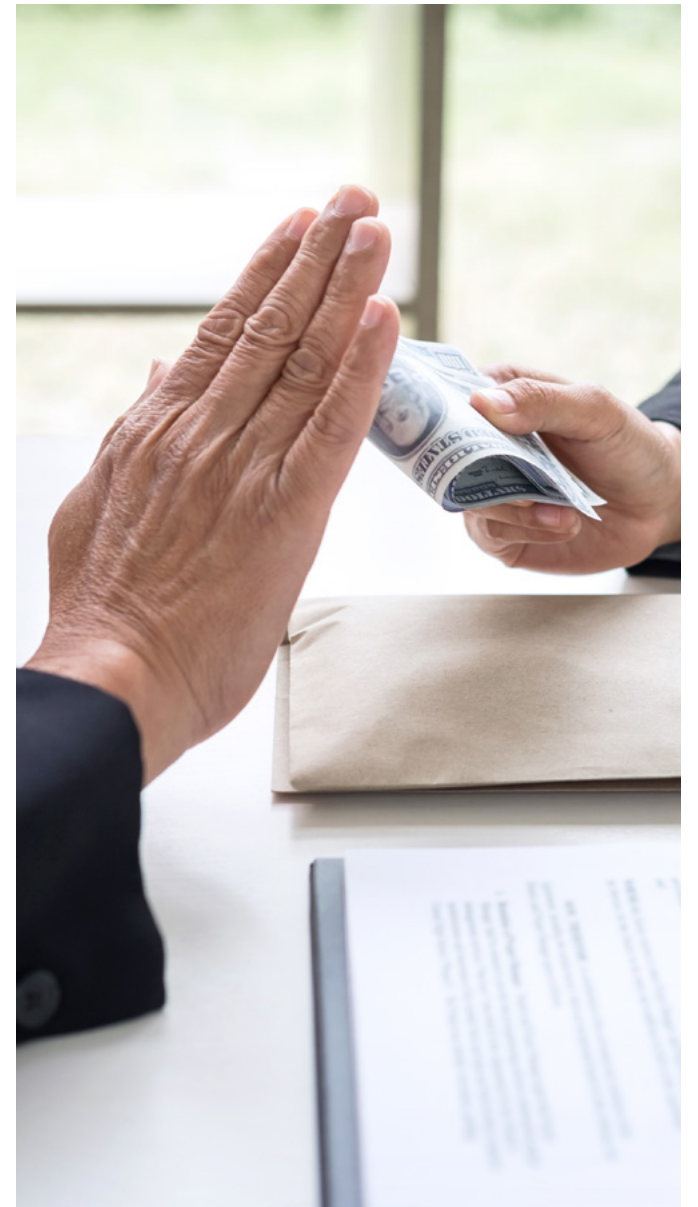
- ➔ Furnizarea de excelență în tot ceea ce facem: produse, servicii și experiență extraordinară;
- ➔ Încrederea în angajații noștri, care ne diferențiază la nivel de brand: sprijinind, cultivând, îndrumând, dezvoltând, responsabilizând, recompensând și recunoscând performanța;
- ➔ Suntem un business care activează în domeniul HoReCa, având în portofoliu unele dintre cele mai renumite brand-uri din lume, un privilegiu care ne onorează. Să avem încredere în ceea ce facem și să lucrăm cu pasiune și plăcere.

CONFLICTUL DE INTERESE

În cadrul organizației noastre există o politică privind conflictul de interese, în care sunt stipulate obligațiile care revin membrilor Consiliului de Administrație și directorilor executivi. Astfel, aceștia au datoria de loialitate față de Grup și trebuie să evite conflictul de interese, definit ca situații în care interesul lor personal sau profesional, direct sau indirect, face dificilă acțiunea imparțială și independentă în interesul superior al companiei și al tuturor acționarilor săi.

COMBATEREA CORUPȚIEI ȘI A MITEI

Guvernarea companiei într-un mod responsabil reprezintă temelia culturii noastre organizaționale. Astfel, Grupul urmează să aprobe și să implementeze în 2019 un Manual de Conformitate și o Politică Anti-Mită. Chiar dacă aceste principii și angajamente nu au fost documentate anterior, cerințele în vederea respectării legislației anti-corupție și anti-mită aplicabile au fost îndeaproape și cu diligență observate, astfel încât valorile Grupului să fie respectate și reputația acestuia să fie protejată. Nu au existat cazuri de corupție la nivelul organizației și suntem foarte atenți în preîntâmpinarea apariției acestora.



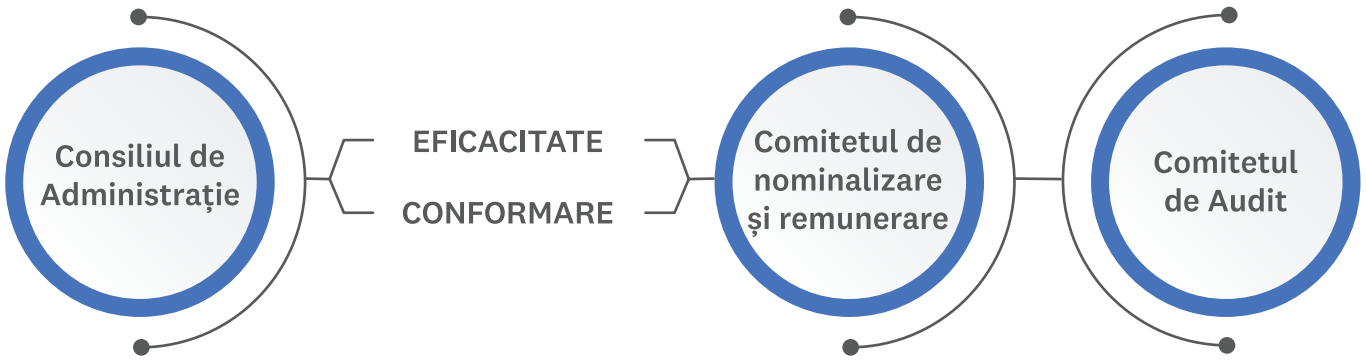
1.2.1

Consiliul de Administrație

Sphera este condusă de Consiliul de Administrație. Membrii acestuia sunt numiți de AGA pentru o perioadă de 4 ani, cu excepția primilor membri care au fost numiți pentru o perioadă de 2 ani. Consiliul de Administrație a delegat conducerea Grupului directorilor executivi, care își îndeplinesc funcțiile pe baza contractelor de mandat.

Consiliul își îndeplinește atribuțiile cu competență și prudență, în conformitate cu legislația și reglementările aplicabile, cu Actul Constitutiv, cu prevederile contractelor încheiate cu fiecare dintre administratori și cu Regulamentul propriu.

Pentru a spori eficacitatea activității sale și în conformitate cu prevederile legale, Consiliul a înființat următoarele Comitete consultative:



Comitetele sunt organe permanente cu funcție consultativă, direct subordonate Consiliului de Administrație al Grupului, cu atribuții specializate, care asistă membrii Consiliului în chestiunile reglementate prin regulamentele interne, evaluează și transmite Consiliului recomandări în legătură cu atribuțiile alocate și facilitează dezvoltarea și implementarea unui cadru solid de guvernare internă.

Activitatea comitetelor este reglementată prin Regulamente interne (Regulamentul Comitetului de Audit și Regulamentul Comitetului de nominalizare și remunerare) și este stabilită pe baza și în conformitate cu legislația aplicabilă în România societăților, în general (Legea 31/1990), cu prevederile Actului Constitutiv al Grupului, precum și cu respectarea Codului de guvernare corporativă al BVB (Bursa de Valori București) și reglementărilor privind piața de capital.

Atât Comitetul de Audit, cât și Comitetul de nominalizare și remunerare sunt compuse din **3 membri** aleși de Consiliu dintre membrii săi, unul dintre aceștia fiind ales președinte.

ADMINISTRAREA GRUPULUI ȘI DELEGAREA AUTORITĂȚII

Administrarea Grupului se realizează în sistem unitar, prin intermediul Consiliului de Administrație, conducerea curentă fiind delegată directorilor executivi din rândul cărora unul a fost numit Director General. Consiliul de Administrație este format din 7 membri, dintre care 2 sunt executivi și 5 sunt neexecutivi.

Membrii Consiliului de Administrație

Cristian Osiac, Președintele CA
Mark Nicholas Hilton, Vice-Președinte CA
Silviu-Gabriel Cârmaciu
Ion Marius Nasta
Stere-Constantin Farmache
Lucian Hoancă
Răzvan Ștefan Lefter

Delimitarea de atribuții dintre Consiliul de Administrație și Directorul General, respectiv directorii Grupului, inclusiv pragurile valorice de competență pentru actele juridice pe care le încheie Sphera, sunt incluse în Regulamentul de organizare și funcționare al Consiliului de Administrație, în contractele care le guvernează activitatea și/sau pot fi stabilite prin decizii ale Consiliului de Administrație.

Conform legii, membrii Consiliului de Administrație au îndatoriri de diligență și loialitate față de Grup, prevăzute în Actul Constitutiv al Grupului și în alte regulamente interne ale acestuia.

Consiliul de Administrație este responsabil pentru îndeplinirea tuturor actelor utile și necesare în vederea realizării obiectului de activitate al Sphera, cu excepția atribuțiilor care sunt prin lege atribuite adunărilor generale ale acționarilor.

Consiliul de Administrație are următoarele atribuții care nu pot fi delegate Directorului General și/sau altor directori:

- Stabilește direcțiile principale de activitate și de dezvoltare ale Grupului;
- Stabilește politicile contabile și sistemul de control financiar și aprobă planificarea financiară;
- Numește și revocă Directorul General și, după caz, directorii Grupului, stabilește competențele și responsabilitățile acestora, supraveghează activitatea lor și decide asupra cuantumului remunerației acestora;
- Întocmește raportul anual, aprobă situațiile financiare individuale/consolidate anuale și interimare ale Grupului, pregătește planul de business și bugetul de venituri și cheltuieli pentru anul următor, organizează adunările generale ale acționarilor și aduce la îndeplinire hotărârile adoptate în cadrul acestora;
- Introduce cererea de deschidere a procedurii de insolvență împotriva Grupului;
- Îndeplinește atribuțiile delegate Consiliului de Administrație de către adunarea generală a acționarilor;
- Hotărăște cu privire la înființarea sau desființarea sediilor secundare ale Sphera în România sau în afara României care nu au personalitate juridică și numește sau revocă directorii acestora;
- Aprobă Regulamentul de organizare și funcționare al Consiliului de Administrație;
- Reprezintă Sphera în relațiile acesteia cu Directorul General și, după caz, directorii Grupului.

Președintele Consiliului are grijă ca lucrările Consiliului să fie executate în mod eficient, iar acesta să își îndeplinească responsabilitățile.

Președintele Consiliului de Administrație are următoarele îndatoriri:

- Coordonează activitatea Consiliului de Administrație și raportează despre aceasta adunării generale a acționarilor;
- Supervizează funcționarea organelor corporative ale Grupului;
- Convoacă ședințele Consiliului de Administrație, stabilește ordinea de zi, supraveghează transmiterea informațiilor în mod adecvat către membrii Consiliului de Administrație referitoare la punctele incluse pe ordinea de zi a ședințelor și prezidează ședințele;
- Orice alte îndatoriri și responsabilități stabilite în Regulamentul de organizare și funcționare al Consiliului de Administrație.

EVALUAREA PERFORMANȚELOR

Evaluarea Consiliului se realizează conform reglementărilor prevăzute în Regulamentul Consiliului de Administrație, sub coordonarea Președintelui Consiliului și în conformitate cu bunele practici.

Consiliul efectuează o autoevaluare anuală a performanțelor sale și ale comitetelor sale și prezintă un rezumat al rezultatelor acestei evaluări AGA care aprobă rezultatele financiare anuale ale Grupului.

Comitetul de nominalizare și remunerare este responsabil cu supravegherea evaluării anuale a Consiliului și poate fi asistat de consultanți externi, dacă este necesar.

Evaluarea managementului operațional se realizează anual de către Managementul executiv în vederea verificării atingerii obiectivelor și țințelor individuale.

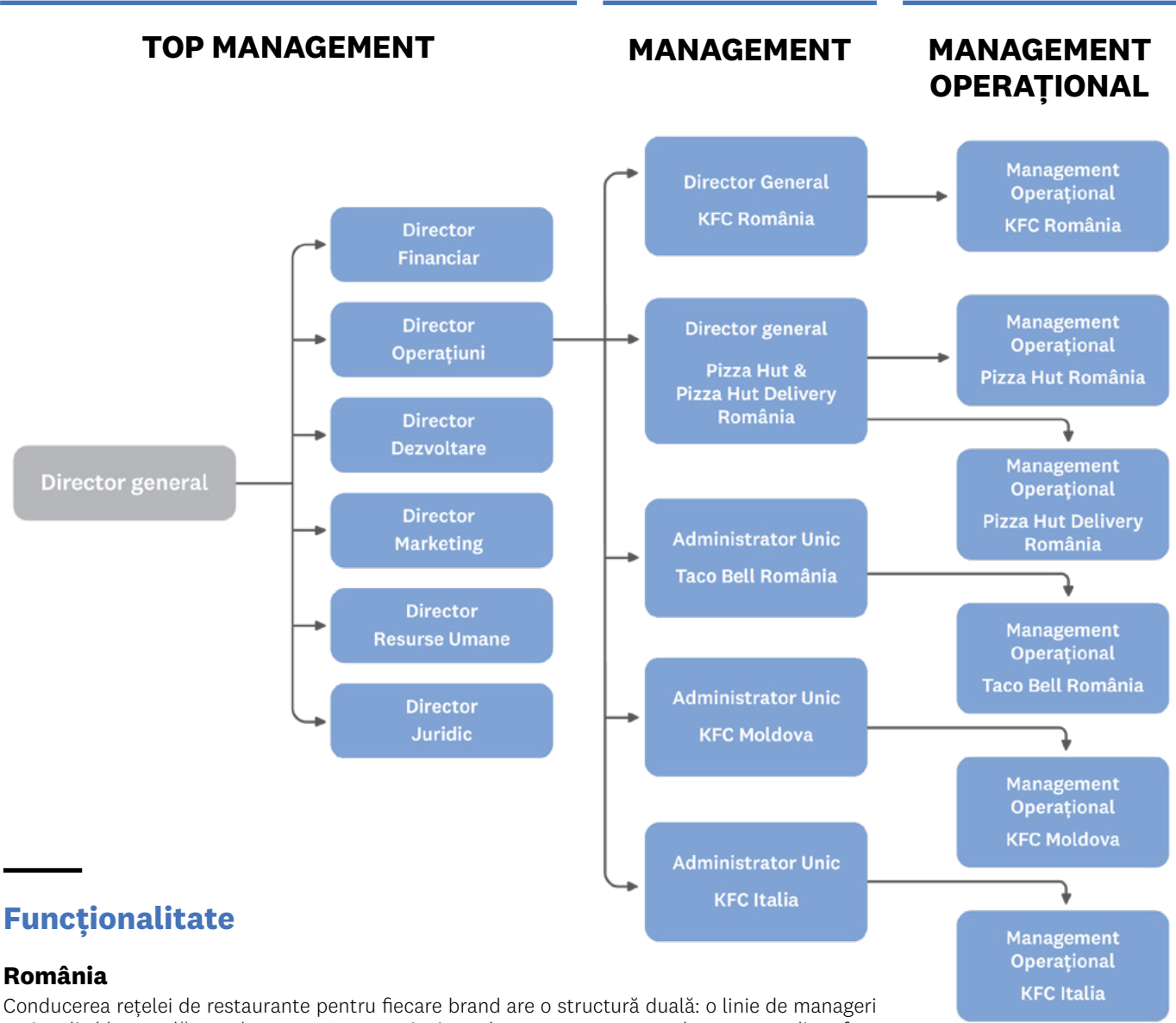
De asemenea, fiecare angajat este evaluat anual cu privire la performanțele personale la nivelul anului anterior, procesul fiind unul constructiv cu crearea de perspective de dezvoltare și susținere a angajatului pentru o continuă dezvoltare personală.



1.2.2

Managementul Sphera

Managementul Grupului Sphera este împărțit astfel:



Funcționalitate

România

Conducerea rețelei de restaurante pentru fiecare brand are o structură duală: o linie de manageri regionali (de regulă, unul pentru București și unul pentru restaurantele noastre din afara Bucureștiului) care conduc coordonatorii zonali.

Moldova

Conducerea celor două restaurante KFC din Moldova este integrată în conducerea restaurantelor KFC din România.

Italia

Responsabilitatea pentru administrarea restaurantelor din Italia revine în prezent Directorului de Operațiuni, acesta conducând o echipă de management dedicată cu sediul la Milano, inclusiv un Manager de Operațiuni care coordonează activitatea și extinderea rețelei în această țară.

Rolurile și responsabilitățile Top Managementului Sphera Franchise Group

Director General

- ✓ Coordonează echipa și activitatea Sphera Franchise Group și a subsidiarelor acesteia
- ✓ Concepe planul de management al activității Sphera Franchise Group și subsidiare și se asigură periodic că sunt atinse obiectivele referitoare la organizarea și funcționarea business-ului
- ✓ Concepe și aplică strategii și politici manageriale pentru dezvoltarea și eficientizarea activității Sphera Franchise Group și a subsidiarelor
- ✓ Reprezintă Sphera Franchise Group din punct de vedere legal în fața angajaților, clienților, investitorilor, colaboratorilor, autorităților de stat, forurilor legale, francizorului, instituțiilor publice sau private, media și a altor terți
- ✓ Supraveghează și decide în legătură cu operațiunile bancare, cu dezvoltarea planului de business al Sphera Franchise Group și al subsidiarelor, cu managementul cerințelor de capital și procesele de bugetare
- ✓ Decide asupra planului de investiții Sphera Franchise Group și subsidiare
- ✓ Se asigură asupra existenței unei structuri organizaționale corespunzătoare îndeplinirii obiectivelor de business
- ✓ Asigură funcționarea eficientă a sistemelor de control și de management al riscurilor.
- ✓ Supraveghează și coordonează funcția de raportare financiară în cadrul companiei și monitorizează emiterea situațiilor financiare și a rapoartelor auditorilor
- ✓ Gestionează portofoliul de bănci și instituții financiare și asigură derularea în cele mai bune condiții a relației cu investitorii
- ✓ Identifică și atenuează elementele cheie ale profilului de risc al companiei, construiește și monitorizează implementarea sistemelor de control fiabile
- ✓ Administrează fluxul de numerar și gestionează conturile companiei.

Director Departament Dezvoltare

- ✓ Coordonează activitățile privind achiziția, mentenanța și dezvoltarea rețelelor de restaurante și punctelor de lucru Sphera Franchise Group și/sau subsidiare, a echipamentelor de producție operaționale, precum și echipele implicate
- ✓ Analizează mediul extern, concepe și implementează strategia privind achiziția, mentenanța și dezvoltarea rețelelor de restaurante și punctelor de lucru ale Sphera Franchise Group și/sau subsidiare, precum și a echipamentelor de producție operaționale
- ✓ Verifică conformitatea cu standardele stabilite în acordurile de franciză încheiate de Sphera Franchise Group și subsidiare
- ✓ Aprobă operațiunile de vânzare și cumpărare de bunuri implicate în procesele de dezvoltare ale business-ului
- ✓ Identifică direcții de dezvoltare ale business-ului și propune locații noi de desfășurare a activității
- ✓ Gestionează portofoliul de furnizori de produse și servicii specifice ariei de responsabilitate.

Director Departament Financiar

- ✓ Coordonează activitățile financiare, de contabilitate, achiziții, aprovizionare, planificare strategică, relații cu investitorii și echipele implicate
- ✓ Analizează mediul extern, decide și implementează strategia financiar – contabilă, de aprovizionare și achiziții, de planificare strategică și relații cu investitorii

Director Departament Marketing

- ✓ Coordonează activitățile de marketing și relații publice ale Sphera Franchise Group și/sau subsidiare, precum și echipele implicate
- ✓ Analizează mediul extern, concepe și implementează strategii și politici de marketing pentru dezvoltarea și eficiența activităților de marketing specifice Sphera Franchise Group și/sau subsidiare
- ✓ Verifică conformitatea cu standardele stabilite în acordurile de franciză încheiate de Sphera Franchise Group și subsidiare
- ✓ Identifică direcții de dezvoltare ale business-ului și propune promovarea de produse/soluții noi
- ✓ Organizează campanii integrate de marketing
- ✓ Gestionează portofoliul de furnizori de produse și servicii specifice activităților de marketing și relații publice
- ✓ Implementează soluții optime care contribuie la creșterea susținută a vânzărilor.

Director Departament Operațiuni

- ✓ Coordonează activitățile operaționale specifice Sphera Franchise Group și/sau subsidiare, precum și echipele implicate
- ✓ Concepe și aplică strategii și politici operaționale pentru dezvoltarea și eficientizarea activității Sphera Franchise Group și/sau subsidiare
- ✓ Supraveghează modul de realizare a managementului operațional al Sphera Franchise Group
- ✓ Verifică conformitatea cu standardele stabilite în acordurile de franciză încheiate de Sphera Franchise Group și subsidiare
- ✓ Aprobă operațiunile de colectare și plată ale Sphera Franchise Group și subsidiare și a operațiunilor de vânzare și cumpărare de bunuri
- ✓ Asigură gestionarea executivă și operațională zilnică a Sphera Franchise Group și/sau subsidiare.

Director Departament Resurse Umane

- ✓ Coordonează activitățile de resurse umane specifice Sphera Franchise Group și/sau subsidiare, precum și echipa implicată
- ✓ Concepe și implementează strategia de resurse umane a Sphera Franchise Group și/sau subsidiare
- ✓ Gestionează programele de atragere a forței de muncă, procesele de recrutare, selecție și integrare a noilor angajați, procesele de instruire, procesele de dezvoltare a talentelor și a competențelor, în acord cu nevoile de business ale Sphera Franchise Group și/sau subsidiare
- ✓ Stabilește o strategie și programe specifice de compensații și beneficii pentru angajați
- ✓ Urmărește creșterea gradului de retenție a personalului și creșterea gradului de satisfacție a angajaților
- ✓ Implementează programe și proiecte care susțin cultura Sphera Franchise Group și/sau subsidiare
- ✓ Gestionează portofoliul de furnizori de servicii specifice ariei sale de responsabilitate.

Director Departament Juridic

- ✓ Coordonează activitățile specifice funcțiunii juridice și ale echipei implicate
- ✓ Este responsabil pentru afacerile juridice ale Sphera Franchise Group și/sau ale subsidiarelor
- ✓ Furnizează consiliere juridică Consiliului de Administrație și Președintelui acestuia, Directorului General și Top managementului Sphera Franchise Group și/sau subsidiarelor
- ✓ Dezvoltă și conduce strategia juridică a Sphera Franchise Group și/sau subsidiarelor pentru promovarea și protejarea obiectivelor companiei
- ✓ Dezvoltă și conduce programele interne de conformitate corporativă

- ✓ Furnizează servicii și resurse juridice pentru realizarea obiectivelor, strategiilor și priorităților Sphera Franchise Group și/sau ale subsidiarelor
- ✓ Menține interacțiuni adecvate cu autoritățile locale și de stat relevante, legiuitorii și comunitatea în general, cu francizorii oricărui brand sau marcă de operare.

Rolurile și responsabilitățile Managementului

Directori Generali / Administratori Unici

US Food Network SA d/b/a (KFC România), American Restaurant System SA d/b/a (Pizza Hut România și Pizza Hut Delivery România), California Fresh Flavours SA d/b/a (Taco Bell România), U.S. Food Network S.r.l. (KFC Italia), U.S. Food Network SRL (KFC Moldova)

- ✓ Coordonează activitățile specifice dezvoltării business-ului și coordonează echipele implicate
- ✓ Analizează mediul extern, stabilește strategia de business potrivită fiecărei francize și o aplică
- ✓ Alcătuiește și implementează planul de business în scopul dezvoltării și eficientizării activității
- ✓ Verifică conformitatea cu standardele stabilite în acordurile de franciză încheiate de subsidiarele Grupului
- ✓ Gestionează portofoliul de parteneriate strategice
- ✓ Dezvoltă în mod constant servicii și produse în acord cu tendințele pieței împreună cu funcțiunile de suport relevante
- ✓ Asigură gestionarea operațională zilnică a subsidiarelor Sphera Franchise Group.

Fiind o companie listată la bursă, în cadrul Sphera există, de asemenea, departamentul Relații cu Investitorii. Atribuțiile **Directorului Planificare Strategică și Relații cu Investitorii** sunt:

- ✓ Coordonează activitățile specifice planificării strategice și a funcțiunii Relații cu Investitorii și echipa implicată a Sphera Franchise Group și/sau subsidiare
- ✓ Promovează în numele companiei un mesaj de investiții aplicat în mod constant comunității investitorilor
- ✓ Gestionează relațiile cu investitorii în cadrul companiei cu scopul dezvoltării portofoliului de investitori
- ✓ Asigură monitorizarea continuă a evoluției prețurilor acțiunilor și propune planuri de acțiuni în vederea dezvoltării business-ului
- ✓ Analizează mediul extern, monitorizează componența portofoliului acționarilor și stabilește strategia potrivită pentru a gestiona portofoliul de investitori și a atrage investitori noi
- ✓ Gestionează procesul de bugetare, urmărește evoluția lui și ia măsuri pentru alinierea acestuia la nevoile de business
- ✓ Gestionează procesul de planificare strategică și propune planuri de acțiuni specific atingerii obiectivelor de business.

1.3 Impact economic direct

Contribuim direct la dezvoltarea comunităților locale, atât prin colaborarea cu o serie de furnizori locali de produse și servicii, cât și prin dezvoltarea de restaurante care conduc la crearea de locuri de muncă. Impactul economic direct este generat și de stabilitatea și performanțele financiare ale Grupului nostru.

INDICATORI FINANCIARI*, mii lei	2018 01.01.2018-31.12.2018					
	Sphera Franchise Group SA	US Food Network SA (KFC România)	American Restaurant System SA (Pizza Hut România)	California Fresh Flavors SRL (Taco Bell România)	US Food Network SRL (KFC Italia)	US Food Network SRL (KFC Moldova)
Venituri nete	88.312	586.460	122.820	12.033	38.613	9.764
Taxe și impozite (excluzând costurile sociale, prezentate mai jos)	474	5.634	2.636	194	(1.773)	217
Costuri cu salariile și beneficiile pentru angajați (incluzând costurile sociale)	20.681	108.857	36.302	3.208	12.043	1.464
Profit /(pierdere), net	39.538	50.489	(7.241)	(3.327)	(5.916)	1.025

*datele financiare sunt prezentate pe baza individuală, incluzând tranzacțiile între subsidiarele Grupului.

RECUNOAȘTERE ȘI PREMII

KFC România, Francizatul Anului la Convenția Internațională a Francizaților Yum! Brands din Orlando, SUA

Anul 2018 a adus recunoașterea performanțelor KFC România în cadrul Convenției Internaționale a Francizaților Yum! Brands aflată la cea de-a 10-a ediție. S-au reunit peste 1 100 de participanți din întreaga lume, respectiv Europa, Asia, America Latină, America Centrală, America de Nord, Australia și Noua Zeelandă. Evenimentul este organizat o dată la doi ani și se desfășoară în diferite orașe și țări din întreaga lume, precum Las Vegas, Beijing, Praga sau Hawaii. Cea de-a 10-a ediție a avut scopul de a reuni reprezentanți KFC și Pizza Hut pentru o săptămână în cadrul unor sesiuni de workshop-uri și prezentări de brand. Participanți din toată lumea s-au întâlnit ca o echipă unită pentru a discuta despre strategiile și planurile de viitor. KFC România a fost nominalizat la patru categorii: **Francizatul Anului**,

Resurse Umane, Operațional și Marketing. În cadrul galei, KFC România a primit premiul **Francizatul Anului**, o categorie în care au intrat în competiție sute de participanți din întreaga lume. Acest premiu este oferit francizatului care demonstrează excelență constantă în toate activitățile de business și este un ambasadur autentic al brand-ului.



1.4

Lanțul valoric

Lanțul valoric reprezintă un punct cheie al business-ului nostru. Pornind de la alegerea fermelor care ne furnizează materii prime și ajungând până la reciclarea deșeurilor ce provin de la consumatori, încercăm să ne bazăm pe o colaborare intensă în toate etapele lanțului valoric cu foarte multe grupuri de părți interesate.

Modelul de business se bazează pe o colaborare intensă în toate etapele lanțului valoric.

Analiza și evaluarea lanțului valoric a pus în evidență oportunitățile și riscurile pentru organizație din perspective economice, de mediu și sociale. Analiza a condus la identificarea subiectelor materiale cu potențial impact în comunitate pe care am considerat să le adresăm din prisma nevoii și relevanței pentru părțile interesate ale organizației.



PAȘI ÎN LANȚUL VALORIC

Ferme și procesarea primară

O mare parte din produsele și materiile prime sunt produse alimentare care provin din diferite ferme. Furnizorii noștri trebuie să fie pre-aprobați de Yum! Brands Inc., auditând în fiecare an operațiunile acestora. Pentru KFC, furnizorii principali de carne de pui sunt Agrisol Internațional S.A. (România), Agricola International S.A. (România), Safir S.R.L (România) și Pilco Ltd (Bulgaria). Băuturile nealcoolice sunt furnizate de Coca-Cola HBC România direct către restaurante.

La Pizza Hut furnizorii principali sunt: Ceres (Belgia) pentru furnizarea făinei, Indlacto Mureș S.R.L (România) și International Food Link Ltd (Marea Britanie) pentru diferite tipuri de brânză și Coca-Cola HBC România pentru băuturi nealcoolice.

Transport, distribuție, livrare

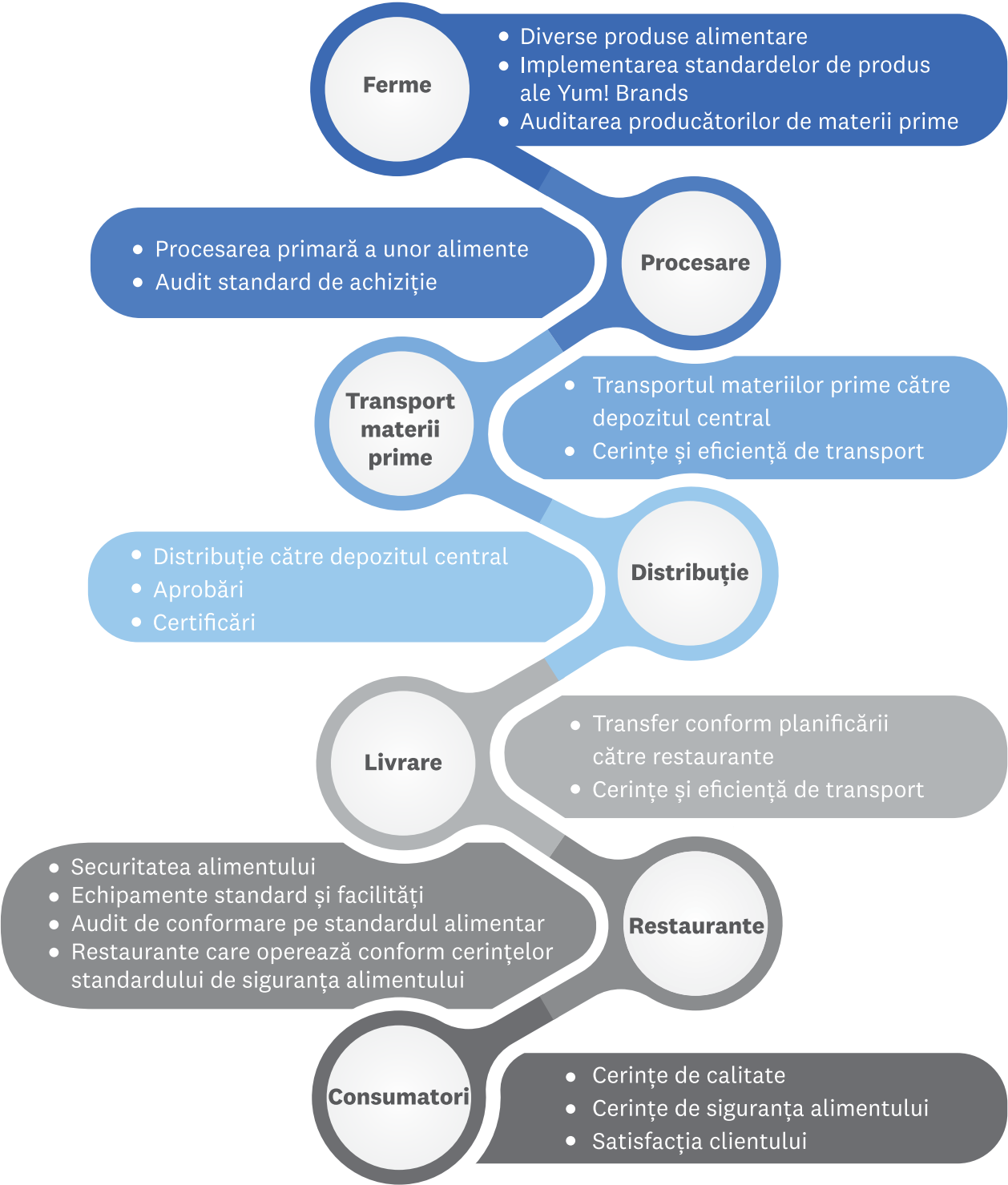
Începând din noiembrie 2016, activitățile de depozitare și transport au fost externalizate către Havi Logistics, care este filiala din România a furnizorului de servicii logistice din Statele Unite, HAVI Group, cu o prezență semnificativă în Europa.

Transportul, distribuția și livrarea în România și Moldova este realizată de Havi și are la bază orare de livrare prestabilite către toate restaurantele.

Distribuția și livrările de produse în Italia se realizează cu compania Quick Service Logistics Italia S.r.l.

Restaurante și consumatori

Avem grijă ca toate produsele noastre să fie la standarde de calitate ridicate, punând tot mai mult accentul pe satisfacția consumatorilor. În lanțul valoric, ne îndreptăm eforturile și în segmentul gestionării deșeurilor. Astfel am luat o serie de măsuri în vederea diminuării impactului potențial generat de acestea.



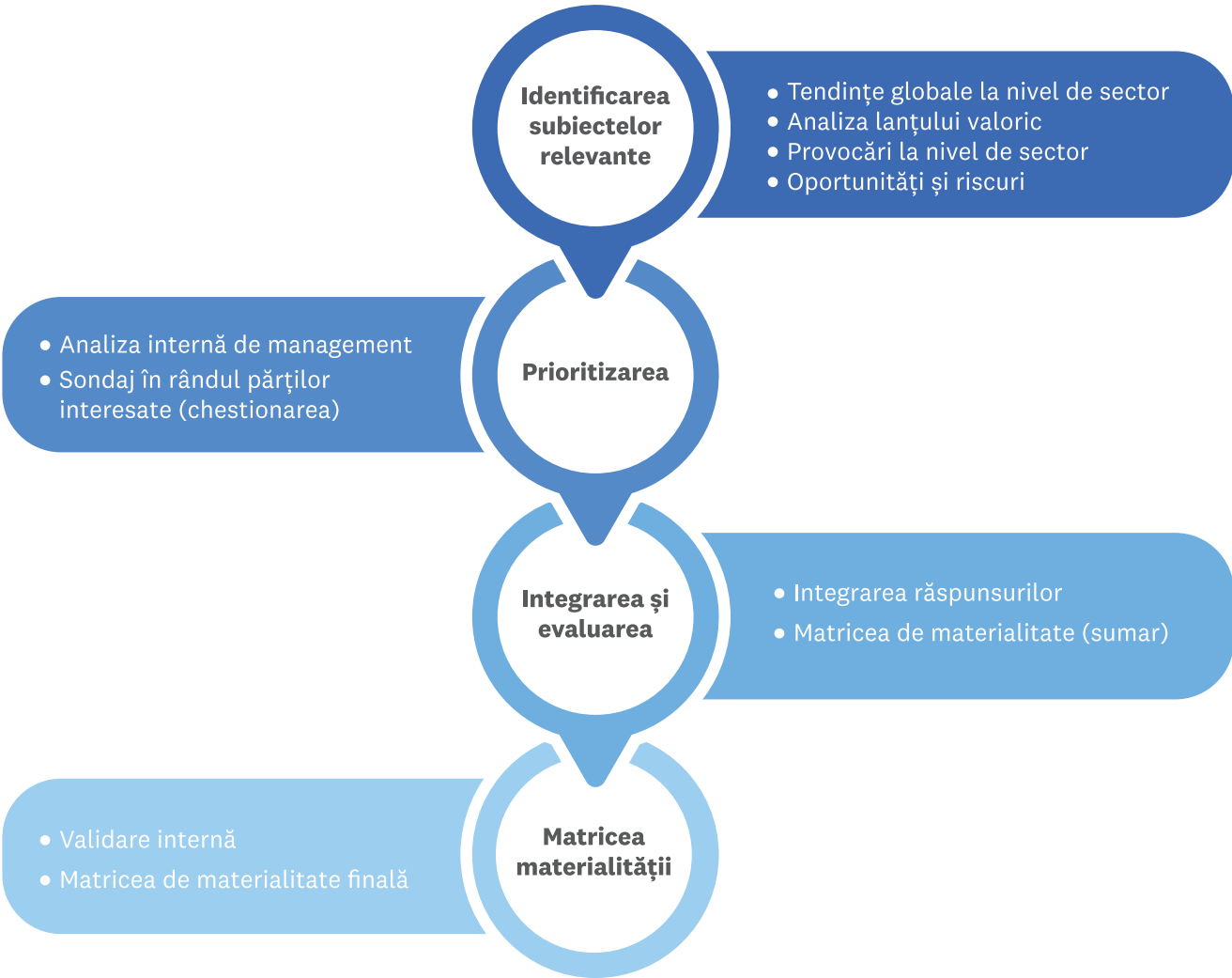
1.5

Analiza Materialității

Analiza subiectelor materiale, evaluarea și dezvoltarea matricei de materialitate a parcurs patru pași esențiali, care au fost realizați atât la nivel intern, cât și în strânsă colaborare cu părțile interesate.

În prima etapă s-au identificat o serie de subiecte relevante pentru sectorul de activitate ca o cercetare și compilare a tendințelor și provocărilor globale din sectorul de alimentație cu servire rapidă. În paralel s-a realizat o analiză a lanțului valoric al Grupului și subsidiarelor sale. Informațiile colectate de-a lungul

acestor activități au contribuit la definirea unei liste de subiecte relevante care au fost supuse unei prioritizări inițiale la nivel de management, urmată de o sondare prin chestionare pe un eșantion mare de respondenți din cadrul a 10 grupuri de părți interesate. Au fost evaluate și integrate **1 683** de răspunsuri, validate de către managementul Grupului Sphera, obținându-se varianta finală a matricei de materialitate.



Nr.	Orientare strategică (B=business P=Produce M=Mediu O=Oameni)	Subiect material
1	M	Eficiența energetică
2	M	Energia regenerabilă
3	M	Clădiri sustenabile
4	M	Amprenta de carbon și schimbările climatice
5	M	Valorificarea și reciclarea deșeurilor
6	M	Materiale și ambalaje sustenabile
7	M	Risipa alimentară
8	P	Trasabilitatea în lanțul de aprovizionare
9	B	Guvernare corporativă
10	B	Conformarea și managementul riscului
11	B	Inovarea și digitalizarea
12	B	Co-interesarea / implicarea colaboratorilor din lanțul de aprovizionare
13	B	Diversitate în lanțul de aprovizionare
14	M	Rețele inteligente de alimentație
15	P	Acuratețea informației și Comunicarea
16	O	Dezvoltarea și creșterea capabilității angajaților
17	O	Satisfacția și starea de bine a angajaților
18	P	Marketing responsabil
19	O	Implicarea și impactul asupra comunității
20	O	Drepturile omului
21	P	Inițiative privind calitatea și siguranța alimentului
22	P	Achiziții etice în lanțul de aprovizionare
23	O	Sănătatea și securitatea angajaților
24	O	Satisfacția clienților



Conform analizelor efectuate, sfera de aplicare internă și externă a subiectelor materiale este diferită considerând că nevoia și interesul unor grupuri de părți interesate au avut unele limitări. Conținutul prezentului raport a fost definit considerând aceste limitări și interese.

Subiectele materiale și interesul părților interesate interne și externe

Nr.	Subiect material	Relevanța și importanță (scor evaluare)		Domeniul de aplicare /Limitări			
		pentru companie	pentru părțile interesate	INTERN	Limitări	EXTERN	Limitări
1	Eficiența energetică	1,17	4,00	SFG	✓	YUM, F, AP, AUTP, U, ONG, C, M	
2	Energia regenerabilă	1,17	1,87	SFG	✓	YUM, F, AP, AUTP, U, ONG, C, M	
3	Clădiri sustenabile	1,87	1,35	SFG	✓	YUM, F, AP, AUTP, U, ONG, C, M	
4	Amprenta de carbon și schimbările climatice	2,74	1,52	SFG	✓	YUM, F, AP, AUTP, U, ONG, C, M	✓
5	Valorificarea și reciclarea deșeurilor	3,61	4,83	SFG		YUM, F, AUTP, C, M	
6	Materiale și ambalaje sustenabile	3,61	4,13	SFG		YUM, F, AP, AUTP, U, ONG, C, M	
7	Risipa alimentară	5,00	3,96	SFG		YUM, F, AUTP, C, M, ONG	
8	Trasabilitatea în lanțul de aprovizionare	5,00	3,26	SFG		YUM, F, AP, AUTP	✓
9	Guvernare corporativă	5,00	4,20	SFG		YUM, F, AP, AUTP, M, I	
10	Conformarea și managementul riscului	3,61	3,80	SFG		YUM, F, AP, AUTP, C, M, ONG, I	
11	Inovarea și digitalizarea	3,26	3,91	SFG		YUM, F, AP, C, M, I	
12	Co-interesarea / implicarea colaboratorilor din lanțul de aprovizionare	2,57	2,74	SFG		YUM, F, AP, ONG, I, M	
13	Diversitate în lanțul de aprovizionare	2,57	1,17	SFG	✓	YUM, F, AP, C	✓
14	Rețele inteligente de alimentație	1,70	2,39	SFG	✓	YUM, F, C	
15	Acuratețea informației și Comunicarea	2,57	3,09	SFG		YUM, F, AUTP, C, M, ONG, AP	
16	Dezvoltarea și creșterea capabilității angajaților	5,00	3,61	SFG		YUM, U, AP, C, AUTP	
17	Satisfacția și starea de bine a angajaților	5,00	3,43	SFG		YUM, AUTP, AP, C	✓
18	Marketing responsabil	5,00	2,70	SFG		YUM, C, F, M, I, ONG, AUTP, AP	
19	Implicarea și impactul asupra comunității	3,26	2,57	SFG		YUM, C, F, U, AP, ONG, AUTP, M, I	
20	Drepturile omului	4,20	3,78	SFG		YUM, C, F, AP, ONG, AUTP, M, I	✓
21	Inițiative privind calitatea și siguranța alimentului	5,00	5,00	SFG		YUM, C, F, AUTP, AP	✓
22	Achiziții etice în lanțul de aprovizionare	1,70	4,48	SFG	✓	YUM, F, AUTP, AP, I, ONG, M, C	
23	Sănătatea și securitatea angajaților	5,00	4,65	SFG		YUM, F, AUTP, AP	✓
24	Satisfacția clienților	1,70	4,30	SFG	✓	YUM, C, F, AUTP, AP	

Legenda: Grupe de părți interesate și partiția răspunsurilor (%) din totalul celor **1 683 înregistrate și validate**

1.	Sphera Franchise Group: SFG	17,77 %
2.	Yum! Brands: YUM	0,18 %
3.	Furnizori: F	2,85 %
4.	Asociații Profesionale: AP	0,01 %
5.	Universități/Școli: U	8,79 %
6.	ONG-uri: ONG	0,53 %
7.	Autorități publice: AUTP	0,30 %
8.	Consumatori: C	68,39 %
9.	Media: M	0,83 %
10.	Investitori: I	0,35 %

SFG - Sphera Franchise Group include angajații, managementul companiilor US Food Network SA (România), American Restaurant System SA (România), California Fresh Flavours SRL (România), U.S. Food Network SRL (Moldova), US Food Network S.r.l. (Italia) și acționarii

F - Furnizorii includ: Furnizor de materii prime (food), Furnizor de materii prime / materiale (non-food), Furnizor de servicii, Furnizor de servicii externalizate

Notă: Având în vedere că este primul nostru raport nu sunt schimbări la nivelul subiectelor materiale abordate și limitele acestora.

1.6

Implicarea părților interesate

Am identificat o serie de grupe de părți interesate importante, nevoile și interesele lor și ne asumăm o serie de interacțiuni cu acestea în vederea comunicării și angajării lor constante, fiind conștienți de importanța construirii unei relații de colaborare pe termen lung. Am interacționat de-a lungul timpului în diferite

moduri și ne dorim să rămânem constructivi în abordările interne și externe, acestea conducând la identificarea unei îmbunătățiri constante a business-ului nostru în spiritul sustenabilității.

Părți interesate		Nevoi și interese		Angajarea și managementul acestora	
				Modalitate de interacțiune	Măsuri realizate
INTERNE	Angajați	- Oferirea de beneficii salariale atractive, stabilitatea financiară a angajaților - Crearea unui mediu de lucru corespunzător, flexibilitate, volum de lucru, echilibru între viața profesională și viața personală - Muncă în echipă, apreciere, respect - Asigurarea nevoilor de formare prin intermediul training-urilor și a unor programe de dezvoltare		- Ședințe - Instruiri - Platforme de comunicare internă - Chestionare de evaluare a satisfacției angajaților - Evaluarea performanței - Inițiative interne - Evenimente interne	
	Management (Sphera)	- Profit la nivel Sphera Group - Dezvoltarea portofoliului de produse - Creșterea reputației brand-ului - Creșterea și extinderea Sphera Group - Atragerea de investitori - Avantaj comercial - Conformare cerințe Sphera Group și Yum! Brands - Conformare cu cerințele legale în vigoare		- Ședințe - Conferințe telefonice sau teleconferințe - Audituri - Sesiuni de lucru - Evenimente interne/networking - Evaluarea performanței	
	Acționari	- Creșterea reputației brand-ului - Evoluția pozitivă a prețurilor acțiunilor - Continuitatea business-ului - Înregistrarea unui profit ridicat - Competitivitate		- Ședințe - Conferințe telefonice sau teleconferințe - Audituri - Sesiuni de lucru - Evenimente - Rapoarte	
EXTERNE	Yum! Brands	- Conformare cerințe YUM! Brands - Creșterea reputației brand-ului - Evoluția pozitivă a pieței - Continuitatea business-ului		- Studii (ex. studii de piață) - Conferințe telefonice sau teleconferințe - Audituri - Evenimente - Rapoarte	

Furnizori	- Parteneriate între Sphera Group și furnizori - Continuitatea contractelor Etică în afaceri - Conformare cerințe Sphera - Group & Yum! Brands și conformare cu cerințele legale în vigoare	- Întâlniri - Audituri - Evenimente - Lucrul în parteneriat pentru abordarea unor probleme relevante	- În colaborare cu Havi Logistics a fost realizat un studiu intern pentru optimizarea continuă a activităților de transport în lanțul de aprovizionare - Investiții în identificarea unor producători certificați PEFC și PSC pentru ambalaje - Două audituri ale Yum! Brands realizate la doi dintre furnizorii de carne de pui
Asociații Profesionale	Afilieri la diverse asociații profesionale în domeniu	- Lucrul în parteneriat pentru abordarea unor probleme relevante - Susținerea unor inițiative legislative	Asociația H.O.R.A - întâlniri trimestriale și anuale
Universități/ Școli	- Susținerea unor inițiative prin asistență financiară: sponsorizări, burse - Parteneriate public-privat	- Studii - Evenimente	Investiții în comunitate și colaborare cu diverse organizații pentru finanțarea unor programe în vederea susținerii unor elevi cu posibilități financiare reduse
ONG-uri	- Creșterea reputației prin asocierea brand-urilor cu numele anumitor organizații nonguvernamentale - Susținerea unor inițiative prin asistență financiară sau prin programe de voluntariat în care sunt implicați angajații	- Parteneriate pentru diverse acțiuni - Întâlniri - Evenimente - Social media	- Investiții în comunitate și colaborare cu diverse organizații pentru susținerea diverselor programe anuale previzionate - Donarea de produse – Programul Harvest
Autorități publice	- Conformare legală - Plata taxelor și impozitelor - Parteneriate public-privat	- Întâlniri - Evenimente - Rapoarte anuale	Evenimente formale
Consumatori	- Produse calitative, conform cerințelor standardelor, cu raport bun calitate/preț - Inovații la nivelul produselor - Gamă de produse tradiționale în mod permanent - Conformare cu reglementările de marketing și comunicare comercială - Comunicare proactivă în domeniul consumului responsabil de alimente de tip fast food	- Etichetele produselor - Afișe restaurante - Clipuri publicitare - Social media - Publicații informative și rapoarte - Evenimente - Activități de responsabilitate socială, economică și de mediu	- Inițiative de dezvoltare tehnologică implementate în restaurantele KFC (sisteme kiosk și meniuri digitale) - Audituri de două ori pe an la nivelul restaurantelor pentru respectarea standardelor de siguranță alimentară și a cerințelor de reglementare locale - Informarea și conștientizarea clienților cu privire la colectarea selectivă a deșeurilor și etichetarea corespunzătoare a recipientelor din restaurante - Înlocuirea pungilor de plastic cu pungi biodegradabile
Media	- Informare transparentă - Conformare cu reglementările de marketing și comunicare comercială	- Interviuri - Conținut editorial - Articole - Întâlniri - Acțiuni de marketing - Evenimente - Social media	Plan editorial pe trei paliere: Corporate, brand-uri și CSR (Responsabilitate Socială) - Oportunități editoriale - Comunicate de presă corporate, din sfera de CSR și de brand - Evenimente corporate, de brand și de CSR
Investitori	- Profitul în urma investițiilor - Tendința de creștere a business-ului - Evoluția prețurilor acțiunilor Sphera Group	- Ședințe - Conferințe telefonice sau teleconferințe - Sesiuni de analiză - Evenimente - Rapoarte	- Conferințe telefonice trimestriale - Participări la conferințe interne și internaționale - Întâlniri / convorbiri directe cu investitorii - Roadshow al companiei

De-a lungul analizei subiectelor materiale și a sondării nevoilor și intereselor părților interesate am fost apreciați de mulți dintre colaboratorii și consumatori noștri. De asemenea, ne bucură importanța importanța pe care o manifestă părțile interesate pentru

subiecte care sunt relevante și pentru noi. În acest sens menționăm câteva aspecte care au fost deja considerate de către noi, venite ca sugestii din partea acestora.

Sugestii considerate în abordările și strategia noastră	✓ Transparență în comunicare
	✓ Beneficii pentru angajați și clienți
	✓ Produse de calitate, materii prime selectate, rețete sigure
	✓ Utilizarea ambalajelor reciclabile
	✓ Mai puține materiale plastice, utilizarea materialelor biodegradabile
	✓ Donarea de alimente
	✓ Etica în produsele comercializate, colaborarea cu furnizorii locali, încurajarea economiei locale
	✓ Sensibilizarea publicului față de protecția mediului





Strategia de sustenabilitate



Strategia de Sustenabilitate a Sphera Franchise Group - 2025

Odată cu prezentul raport lansăm și strategia de sustenabilitate a Grupului Sphera. Stabilirea obiectivelor cheie a fost precedată de o analiză detaliată a subiectelor materiale efectuată pentru prima dată pentru Grupul nostru. Colectarea datelor și informațiilor necesare pentru raportare ne-a condus la stabilirea unei referințe foarte bune în definirea strategiei noastre, a cărei orientare a fost dată de către managementul organizației.

MISIUNEA NOASTRĂ:

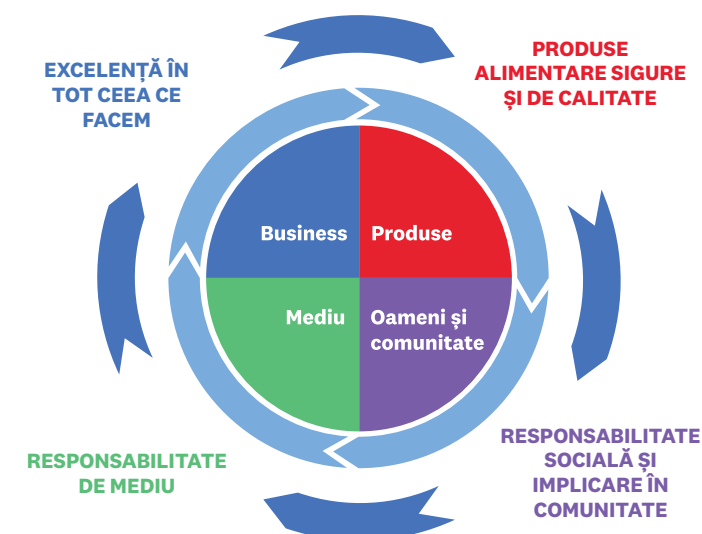
„Excelență în tot ceea ce facem!”

Asigurarea excelenței în business considerând o creștere sustenabilă alături de responsabilitatea față de mediu și societate.

VIZIUNEA NOASTRĂ:

„Dezvoltare prin relevanță și încredere”

Crearea pas cu pas a unui impact pozitiv și a unor beneficii în comunitate, prin intermediul cărora ne vom dezvolta business-ul. Conștientizăm necesitatea unui echilibru între creșterea business-ului, nevoile societății și mediul înconjurător, și ne dorim să fim un promotor al sustenabilității în industria de food service. Vom contribui activ la îmbunătățirea performanțelor de mediu ale operațiunilor noastre și vom susține comunitățile locale prin acțiunile noastre de responsabilitate socială.



Aceasta se bazează pe patru piloni și pe subiectele materiale relevante stabilite împreună cu părțile interesate ale organizației. Ne-am stabilit obiective generale și specifice pe termen mediu și lung, cu ținte până în anul 2025. Ne vom evalua performanțele în anii următori pentru a putea monitoriza continuu progresul.

Subscriem **Obiectivelor de Dezvoltare Durabilă ale Agendei 2030 adoptate de Adunarea Generală a Națiunilor Unite** și ne dorim să contribuim activ la reducerea impactului global.

Obiectivul 1:

Fără sărăcie



Obiectivul 2:

Zero foamete



Obiectivul 4:

Educație de calitate



Obiectivul 5:

Egalitate de gen



Obiectivul 7:

Energie accesibilă și curată



Obiectivul 8:

Muncă decentă și creștere economică



Obiectivul 10:

Inegalități reduce



Obiectivul 12:

Consum și producție responsabile



Obiectivul 13:

Acțiunea climatică



OBIECTIVELE NOASTRE GENERALE SUNT:



ȚINTE CHEIE ȘI OBIECTIVE SPECIFICE

BUSINESS

- ✓

Transparența acționarilor și accesul egal la informații. Consolidarea politicilor și procedurilor interne. Creșterea nivelului politicilor și orientărilor corporative până în 2025 pentru a ne asigura că Sphera Franchise Group și subsidiarele sale rămân transparente și funcționează la cele mai înalte standarde de guvernanță corporativă
- ✓

Sisteme de comandă tip kiosk în toate restaurantele (unde suprafața și designul permit)
- ✓

Panouri digitale pentru meniuri în toate restaurantele (KFC & Taco Bell)
- ✓

Îmbunătățirea experienței membrilor echipei prin oferirea de training specializat online
- ✓

Operațiuni în bucătărie (Kitchen Display System – KDS – sistem de optimizare a preparării și livrării comenzilor, tehnologie pentru echipamente de bucătărie)
- ✓

Dezvoltarea de programe de loialitate pentru clienți pentru a oferi o experiență personalizată
- ✓

Dezvoltarea ghidului privind principiile de operare în lanțul de aprovizionare.
- ✓

Asigurarea faptului că toți furnizorii produselor de bază folosesc politici etice și metode sustenabile
 - Menținerea abordării etice în relațiile cu clienții, angajații și furnizorii
 - Implementarea unor politici interne în vederea verificării furnizorilor referitor la existența unui program de sustenabilitate / Auditarea furnizorilor prin utilizarea criteriilor de sustenabilitate și asigurarea faptului că implementează programe de management sustenabil
- ✓

Continuitate în respectarea codului de etică în comunicările de marketing
 - Excluderea copiilor din campaniile publicitare
 - Excluderea mesajelor antisociale din campaniile publicitare
 - Limitarea utilizării imaginilor produselor în campaniile publicitare
- ✓

Încurajarea consumului responsabil
 - Creșterea publicității online / digitale în vederea reducerii consumului de hârtie
 - Promovarea ambalajelor sustenabile și a reducerii utilizării pailor din plastic

PRODUSE

- ✓

Informații transparente și de încredere cu privire la produse
 - Implementarea platformei care va permite trasabilitatea ingredientelor din produsele noastre
- ✓

Implementarea produselor / ambalajelor sustenabile
 - Ambalaje sustenabile, înlocuirea pailor din plastic
- ✓

Extinderea programelor de CSR ale organizației

MEDIU ÎNCONJURĂTOR

- ✓ Utilizarea iluminatului eficient (LED) în toate locațiile noi și la renovarea celor existente
- ✓ Creșterea utilizării bicicletelor și vehiculelor electrice pentru serviciile de livrare de la KFC Delivery & Pizza Hut Delivery
- ✓ Utilizarea ambalajelor reciclabile pentru produse alimentare
- ✓ Utilizarea frigiderelor cu o amprentă redusă de CO2
- ✓ Utilizarea tot mai frecventă a sistemului Quality Product Management (QPM) pentru optimizarea producției în restaurante cu trafic intens.



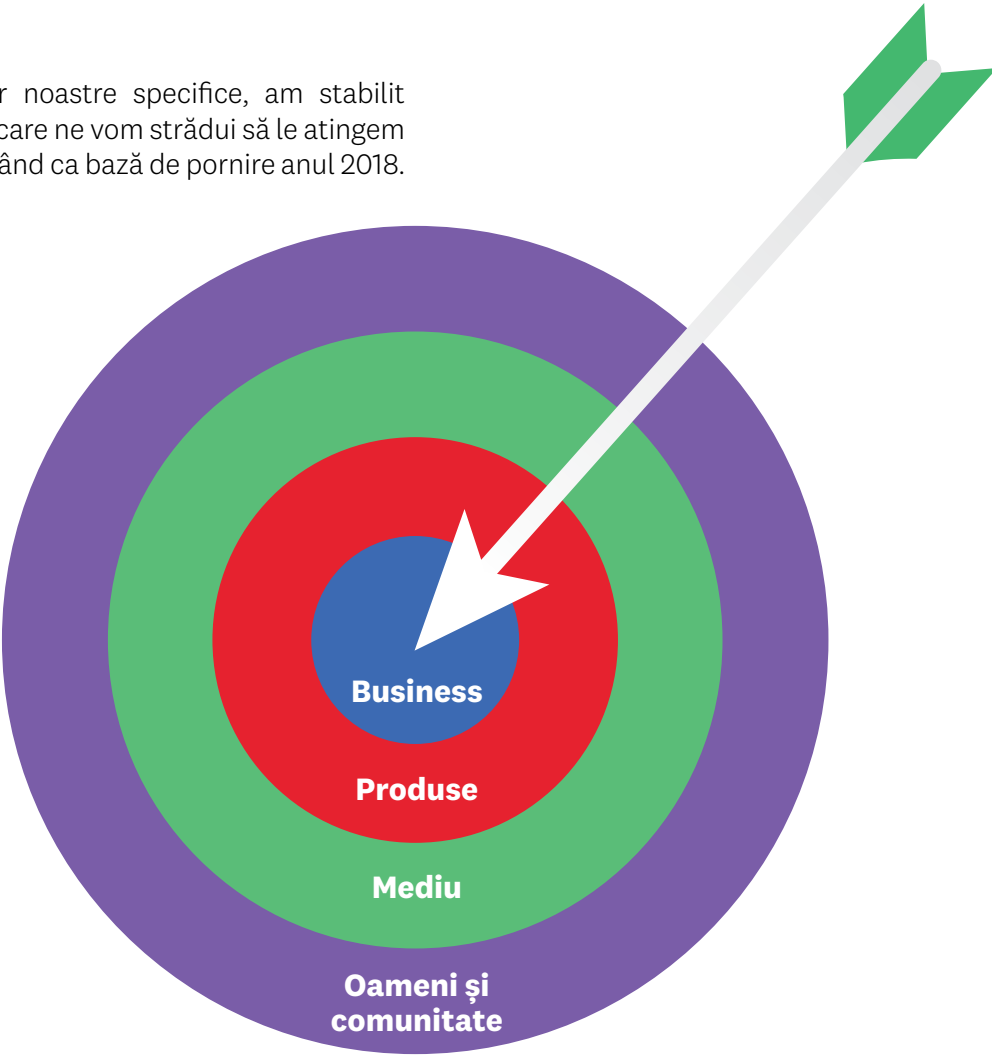
OAMENI ȘI COMUNITATE

- ✓ Toleranță zero față de discriminarea de gen, religioasă, orientare politică etc.
- ✓ Cursuri de leadership pentru funcțiile manageriale
- ✓ Implementarea programului de recunoaștere a meritelor angajaților
- ✓ Implementarea de noi programe în vederea instruirii continue a angajaților în domeniul sănătății și securității în muncă
- ✓ Audituri eficiente în ceea ce privește sănătatea și securitatea în muncă
- ✓ Facilități de recreere pentru noile restaurante deschise începând cu 2020
- ✓ Implicarea în campanii comunitare
- ✓ Continuarea parteneriatelor cu instituțiile de învățământ pentru a sprijini diferite generații în ceea ce privește accesul pe piața muncii, în carieră și dezvoltare profesională.



ȚINTE PENTRU 2025

Pe baza obiectivelor noastre specifice, am stabilit câteva ținte clare pe care ne vom strădui să le atingem până în anul 2025, având ca bază de pornire anul 2018.



Ținta 1

Auditarea furnizorilor de produse de bază conform Codului de etică și conduită și Abordarea Sustenabilității până în 2025

Ținta 2

100% restaurante echipate cu **sisteme de comandă tip kiosk** (unde suprafața și designul permit), până în 2021

Ținta 3

100% restaurante echipate cu panouri digitale pentru meniuri în toate restaurantele KFC și Taco Bell, până în 2022

Ținta 4

100% ambalaje de consum pe bază de plastic recuperabil sau reutilizabil, până în 2025

Ținta 5

100% iluminat eficient energetic (iluminat LED), până în 2024

Ținta 6

2% personal angajat provenind din comunități vulnerabile sau persoane cu handicap, precum și naționalități diverse, până în 2023

Ținta 7

50% din programele de instruire din operațiuni să fie disponibile pe aplicații / format digital sau folosind metoda jocului (gamification), până în 2022

Ținta 8

80% rată de promovare internă pentru rolurile manageriale aferente restaurantelor, până în 2025

Ne menținem în topul pieței prin excelența produselor și serviciilor noastre

Produsele noastre sunt aliniate preferințelor consumatorilor și cerințelor lor de calitate, iar siguranța în alimentație este principala noastră prioritate. Promovarea produselor noastre implică transparența în comunicare și informarea corectă referitoare la conținut.

Suntem inovativi și furnizăm consumatorilor noștri excelență în tot ceea ce facem: produse, servicii și experiență extraordinară.



Produse



3.1

Produsele și brand-urile noastre

BRAND-URILE NOASTRE

SPHERA Franchise Group este cel mai mare grup din industria food service din România, care deține companiile care operează în sistem de franciză brand-urile KFC, Pizza Hut, Pizza Hut Delivery și Taco Bell.

KFC

KFC este cel mai mare lanț de restaurante cu servire rapidă specializat în produse de pui din lume din punct de vedere al numărului de restaurante, administrând peste 22 000 de unități în peste 135 de țări și teritorii sub denumirea „Kentucky Fried Chicken” și/sau „KFC”, fiind unul dintre cele mai cunoscute branduri comerciale din lume.

Și în România, KFC reprezintă cel mai mare lanț de restaurante care servește produse din carne de pui, atât din punct de vedere al vânzărilor totale, cât și al numărului de restaurante.

În aprilie 1997 a fost deschis primul restaurant KFC din România, în București, iar la finalul anului 2018, rețeaua număra 76 de restaurante la nivel național. KFC este prezent pe teritoriul României în orașe cu o populație sub 100 000 de locuitori, cea mai mare prezență fiind în București.

În 2008 a fost deschis primul restaurant KFC din Republica Moldova, iar în prezent, Grupul operează două restaurante în Chișinău. În 2017 au fost deschise primele două restaurante ale Grupului în Italia, în Verona, respectiv Mestre, iar la finalul lui 2018, rețeaua KFC din Italia, deținută de Sphera număra 10 unități.



Număr de restaurante KFC

2017 TOTAL 72

KFC România 68
KFC Moldova 2
KFC Italia 2



2018 TOTAL 88

KFC România 76
KFC Moldova 2
KFC Italia 10



Pizza Hut este un lanț american de restaurante, precum și o franciză internațională, înființat în anul 1958 de frații Dan și Frank Carney. Meniul este format din produse cu specific italian și american, printre care pizza, paste, garnituri și deserturi.

În România, Pizza Hut este cel mai mare lanț de restaurante cu servire la masă din punct de vedere al vânzărilor totale și al numărului de restaurante. În anul 1994 a fost deschis primul restaurant Pizza Hut, în București, iar la finalul anului 2018 număra 23 de restaurante în principalele orașe din România.

Număr de restaurante Pizza Hut (Dine in) în România

2017
22
restaurante

2018
23
restaurante



În București, primul restaurant Taco Bell a fost deschis pe 12 octombrie 2017. Lansarea a marcat și intrarea brandului sud-californian în Europa Centrală și de Est, fiind prima locație pe o rază de 1 208 kilometri în regiune. Meniul Taco Bell este format din produse de inspirație mexicană, iar sloganul „Live Mas” reprezintă filosofia brand-ului, bucuria de viață și distracție. În prezent sunt peste 360 de restaurante Taco Bell în peste 27 de țări din afara Statelor Unite, iar compania și francizele sale operează peste 7 000 de restaurante din care 5 restaurante în România ca parte a Grupului Sphera.



Primul restaurant Pizza Hut Delivery cu livrare la domiciliu din România a fost deschis în 2007 în București urmat de un alt restaurant în afara Bucureștiului, ajungând la un număr de 22 de unități în 2018. Pizza Hut Delivery utilizează sistemul de livrare la domiciliu a produselor din portofoliul restaurantelor proprii.

Venind în întâmpinarea nevoilor consumatorilor, precum și urmând planurile de dezvoltare a segmentului de livrare, am dublat numărul unităților cu livrare la domiciliu în ultimii 2 ani.

Număr de restaurante Pizza Hut Delivery în România

2017
17
restaurante

2018
22
restaurante

Număr de restaurante Taco Bell în România

2017
2
restaurante

2018
5
restaurante

PRODUSELE NOASTRE

Produsele noastre sunt conforme Codurilor de Practică intern instituite, fiecare furnizor fiind verificat periodic atât intern, cât și extern în cadrul auditurilor anuale independente.

Fiecare dintre produsele noastre este disponibil spre vânzare doar pentru o anumită perioadă de timp conform standardelor și bunelor practici ale Yum! Brands Inc. pentru a ne asigura că doar cele mai proaspete dintre acestea sunt cumpărate de clienții noștri.



Toți angajații restaurantelor noastre sunt instruiți în domeniul siguranței și igienei alimentare, iar restaurantele sunt inspectate și auditate periodic de către responsabili noștri interni precum și de auditori externi aprobați de Yum! Brands Inc. Aplicăm principii solide de sustenabilitate în selectarea materiilor prime folosite pentru produsele noastre, cât și în procesul de preparare și de gestionare a deșeurilor rezultate ori de câte ori este posibil.

MATERII PRIME ȘI MATERIALE UTILIZATE

Dezvoltăm parteneriate doar cu producători sau furnizori care pot demonstra standarde ridicate de siguranță a alimentelor, un nivel corespunzător al calității produselor și disponibilitatea acestora. Pentru o serie de alimente și ingrediente care fie prezintă riscuri din punct de vedere al siguranței, care ar putea avea un risc de furnizare sau al căror proces de producție este complex (precum carnea, brânza, unele ingrediente pentru pizza, pasta de tomate, făina și unele mirodenii), furnizorii trebuie să fie pre-aprobați de Yum! Brands Inc., iar în fiecare an operațiunile acestora sunt auditate. Aceste audituri sunt efectuate de companii specializate independente aprobate de Yum! Brands Inc.

Peste 70% din alimentele și ingredientele Grupului provin de pe piața din România, inclusiv categorii importante precum carne, brânză și legume. Unele produse, potențial critice pentru identitatea brand-ului (precum condimente, pasta de tomate, făina pentru pizza) sunt obținute prin intermediul contractelor de aprovizionare ale Yum! Brands Inc.



Uleiul

Produsele noastre nu sunt preparate cu ulei de palmier, acesta fiind eliminat din procesul de preparare a mâncării încă din anul 2016. Eliminarea uleiului de palmier corespunde unor criterii majore de referință în materie de sustenabilitate. Folosim ulei de floarea soarelui sau rapiță, iar uleiul uzat este reciclat în colaborare cu firme specializate în tehnologia producției de biocarburant.

Uleiul folosit la prepararea produselor noastre nu conține grăsimi artificiale de tip trans.

Carnea de pui

Colaborăm cu companii românești în proporție de 80% pentru aprovizionarea cu pui proaspăt, care, în mare parte este livrat direct la restaurante de către furnizori. Carnea este preparată manual în restaurante de către bucătarii noștri special instruiți, iar pentru prosepțime fiecare bucată de pui este prăjită în termen de 5-10 minute de la acoperirea cu făină.

Cafeaua

Cafeaua pe care o vindem clienților noștri deține certificarea Fairtrade și provine 100% din boabe Arabica.

AMBALAJELE PRODUSELOR

La KFC și Taco Bell, toate ambalajele pe bază de hârtie și carton (pungi, cartoane, cutii, pahare) sunt obținute din păduri gestionate în mod responsabil și/ sau din surse reciclate.

La Pizza Hut și Pizza Hut Delivery, cutiile de pizza și pungile de hârtie provin din păduri gestionate în mod responsabil și / sau din surse reciclate. De asemenea, în cele două rețele folosim pungi biodegradabile și compostabile.

Ambalajele produselor noastre provin de la furnizori certificați de Consiliul de Administrare a Pădurilor (FSC), Programul de Avizare a Certificării Forestiere (PEFC) sau Inițiativa pentru o Silvicultură Durabilă (SFI).

Mai puțin plastic

În noiembrie 2018, Sphera Franchise Group a anunțat decizia de a renunța la paiele din plastic, în toate restaurantele KFC, Pizza Hut și Taco Bell din România, începând cu 1 aprilie 2019.

CLIEȚII NOȘTRI PE PRIMUL LOC

În cadrul Grupului, toate sesizările și reclamațiile primite de la clienți reprezintă o prioritate pentru organizație și sunt tratate, pe rând, în funcție de situație.

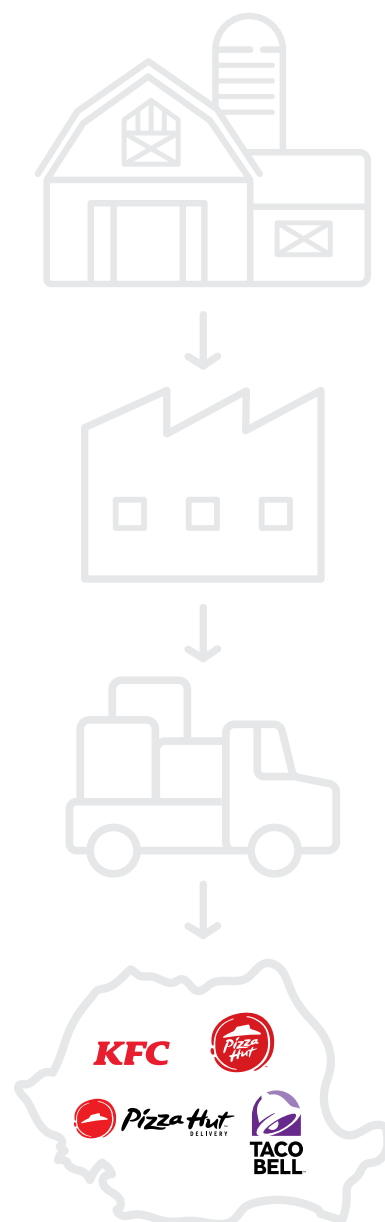
Avem o politica internă de rezolvare a reclamațiilor și ne asumăm evaluarea și identificarea cauzelor care au dus la generarea acestora. Totodată, reclamațiile și sesizările primite conduc către o îmbunătățire a calității serviciilor și restaurantelor noastre și le tratăm cu cea mai mare seriozitate.



3.2

Trasabilitatea în lanțul de aprovizionare

Trasabilitatea este un concept cheie în managementul lanțului de aprovizionare care se referă la urmărirea mărfurilor pe tot parcursul acestora, de la preluarea acestora de la furnizor până la vânzarea către clientul final. Sphera își dorește să promoveze produse sustenabile, iar pentru atingerea acestui obiectiv lucrăm îndeaproape cu furnizorii noștri pentru a ne asigura că cerințele de calitate ale materiilor prime și ale produselor, precum și cerințele de mediu și cele de natură socială sunt respectate pe întregul lanț de aprovizionare.



Trasabilitatea în lanțul de aprovizionare este deosebit de importantă pentru asigurarea produselor necesare clienților finali, răspunzând așteptărilor acestora și reprezintă o componentă importantă în domeniul securității alimentare, precum și în prevenirea și evitarea crizelor de pe piața alimentelor. De asemenea, importanța trasabilității este maximă în lanțul de aprovizionare, deoarece permite identificarea istoricului mărfii, cât și localizarea unui eșanțion de materie primă, în vedere stabilirii acțiunilor de intervenție preventivă pentru menținerea standardelor de calitate, ca de exemplu blocarea unui lot la livrare.

Colaborăm cu firma de logistică HAVI Logitics, pentru optimizarea continuă a activităților de transport în lanțul de aprovizionare. În perioada mai-iunie 2018, HAVI a efectuat un studiu intern folosind software-ul specializat de analiză **Paragon** pentru optimizarea

și implementarea planului de livrare, rezultând în reducerea numărului total de livrări și kilometri parcurși și, implicit, a combustibilului consumat. S-au analizat volumul de marfă, numărul de livrări măsurându-se numărul de paleti pe livrare, greutatea medie pe palet și numărul de kilometri parcurși.

Politica internă din cadrul Sphera privind lanțul de aprovizionare este de a trata cu maximă responsabilitate toate problemele apărute, prin integrarea fiecărui produs (materie primă) în sistemele de management al calității și al siguranței alimentului. Fiecare material/articol, trece printr-un proces de verificare și aprobare, iar fiecare materie primă sau produs recepționat este însoțit de documente suport cu privire la trasabilitatea acestuia.

3.3

Co-interesarea / implicarea colaboratorilor din lanțul de aprovizionare

Sphera promovează transparența în lanțul de aprovizionare și stabilirea de relații pe termen lung cu furnizorii săi și alți colaboratori din lanț, precum și instruirea și îndrumarea acestora spre abordări sustenabile în activitate, pentru a îmbunătăți continuu performanța acestora în relația cu Grupul și, implicit, cu consumatorul final.



Sphera are ca obiectiv principal pe termen mediu și lung extinderea colaborării cu furnizori de materii prime ce îndeplinesc condițiile certificării Global Food Safety Initiative (GFSI), o inițiativă globală ce reunește actorii cheie ai industriei alimentare pentru a contribui la îmbunătățirea continuă a sistemelor de management a siguranței alimentare din întreaga lume, printre care British Retail Consortium Global Standards, International Featured Standards (IFS) și A+ Standards. British Retail Consortium (BRC) a introdus pentru prima dată în anul 1998 Standardul Global pentru Siguranța Alimentelor (GFSI). International Featured Standards (IFS) cuprinde opt standarde alimentare și nealimentare, care acoperă procesele de-a lungul lanțului de aprovizionare.

În perioada de raportare, verificarea trasabilității mărfurilor s-a efectuat prin includerea acestei verificări în programele noastre de evaluare internă ROCC (Restaurant Operations Compliance Check) și FSA (Food Safety Assessment). Rezultatele evaluărilor realizate de terți sunt înregistrate pe platforma electronică Starnet, unde au acces toți furnizorii acreditați Yum! Brands, Inc. din toate țările în care această corporație activează. Datele furnizorilor pentru trasabilitate sunt încărcate de către Departamentele de Calitate și se dorește păstrarea acestor practici la cel mai înalt nivel prin organizarea de auditări structurate și încheierea planurilor de acțiuni corective.

3.4

Diversitate în lanțul de aprovizionare

Sphera promovează diversitatea în lanțul de aprovizionare a bunurilor și contractarea serviciilor prin evaluarea și listarea mai multor furnizori ce întrunesc cerințele companiei, având atât furnizori activi cât și de rezervă pentru asigurarea continuității în desfășurarea activităților în condiții optime și selecția soluțiilor sustenabile. Abordarea managerială este de dezvoltare a bazei de date cu producători sau furnizori de produse și servicii de aprovizionare, astfel încât să se asigure soluții alternative și să se evite situațiile critice.



Achiziția de produse și servicii

Diversitatea în lanțul de aprovizionare constituie o garanție privind continuitatea și disponibilitatea produselor pentru toate restaurantele aflate sub umbrela Sphera Franchise Group.

Având mulți furnizori/producători înregistrați pentru produse sau servicii putem asigura desfășurarea activității în condiții optime și, în același timp, beneficia de prețuri competitive.

Abordarea noastră în procesul de achiziții are un impact major atât în cadrul companiei, cât și în afara ei, pe întregul lanț de aprovizionare. În mediul competitiv în care activăm avem parteneriate atât cu producători/furnizori locali, cât și cu cei externi la nivel internațional. Diversitatea este un avantaj competitiv din două direcții: afacerile mici locale, ne ajută în situațiile în care este necesară o adaptare la

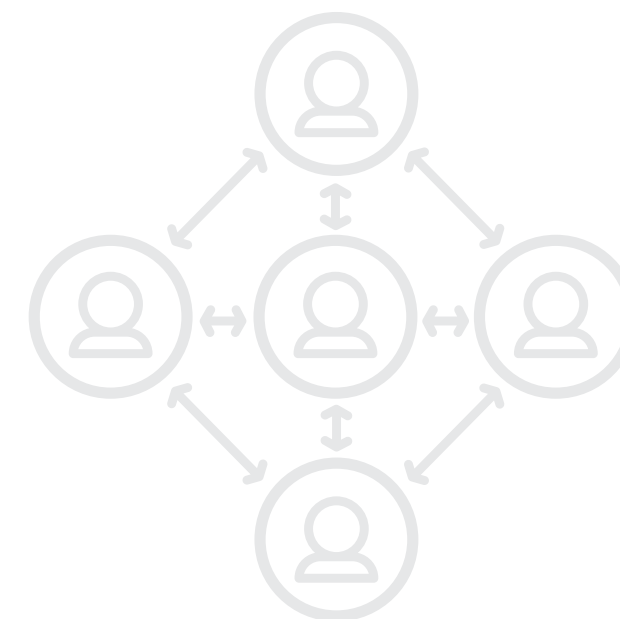
schimbările rapide din piață, iar afacerile de mărime medie și mare oferă suportul necesar asigurării continuității companiei.

Diversitatea producătorilor/furnizorilor reprezintă fundamentul succesului companiei noastre și ne ajută în achiziția eficientă de produse și servicii, în același timp cu menținerea profitului, creșterea numărului de clienți, îmbunătățirea economiei și încurajarea inovației. Politica internă de achiziții a grupului este bazată pe negocieri active cu producătorii/furnizorii de produse și servicii în vederea eficientizării activității. Aprovizionarea și eficiența ei depind de organizarea și dezvoltarea relațiilor cu producătorii/furnizorii din etapele pre-contractuale, contractuale și post-contractuale.

3.5

Acuratețea informației și comunicarea

Sphera și companiile din grup asigură o comunicare responsabilă și eficientă cu toate părțile interesate implicate în business și comunică într-un mod transparent, utilizând platforme de comunicare facile și diversificate, cu o plajă largă de părți interesate.



Informațiile importante legate de produsele și serviciile Grupului nostru se regăsesc atât în mediul online pe website-urile fiecărui brand, cât și în fiecare restaurant, respectiv în meniu, în imediata apropiere a caselor de marcat, care conțin informații despre ingrediente, alergeni, gramaje, produse și ingrediente care provin din produse congelate, cât și valorile nutriționale ale produselor servite. Pentru a ne asigura că aceste informații sunt corecte și suficiente, la baza acestora stau specificațiile primite de la furnizorii materiilor prime și buletinele de analiză emise de laboratoarele autorizate.

Considerăm că acuratețea informațiilor pe care le transmitem este importantă atât în afara companiei către consumatori (clienți), autorități și investitorii noștri, cât și în interiorul companiei. Clienții noștri au la dispoziție mai multe canale de comunicare prin care își pot exprima părerile despre produse și servicii: Social Media (Facebook, Instagram, LinkedIn), website-urile și adresele de email oficiale ale tuturor brand-urilor, cât și chestionarele de satisfacție a clienților. Ne dorim să menținem interacțiunea și comunicarea constructivă cât mai apropiată de comunitățile în care activăm.

Ne dorim pe viitor să facem posibilă vizibilitatea tuturor produselor care provin din surse sustenabile

și ne-am asumat din punct de vedere strategic o colaborare constructivă cu furnizorii noștri în vederea îndeplinirii acestui obiectiv.

Un exemplu în acest sens, este colaborarea cu Toneli Holding SRL pentru achiziția de ouă proaspete în restaurantele KFC, care provin **de la găini crescute la sol și hrănite pe bază de cereale.**



3.6

Marketing responsabil, inovare și digitalizare

Ajutăm oamenii să facă alegerea corectă

Marketing

Sphera și companiile sale se angajează să conducă procesele de marketing în mod responsabil și în conformitate cu politicile și cerințele interne în vigoare. Integritatea și reputația mărcilor noastre sunt foarte importante, astfel că adresăm toate campaniile de marketing cu onestitate, într-o manieră transparentă, fiind deschiși spre îmbunătățiri sugerate de principalii noștri stakeholderi.

Activitățile de marketing și promovare întreprinse de Sphera sunt esențiale pentru atragerea de noi clienți și pentru fidelizarea celor existenți. Strategia de marketing a Grupului are ca obiectiv creșterea vânzărilor prin consolidarea notorietății brandurilor noastre în rândul clienților, prin acțiuni și mesaje dedicate, promovarea calității produselor, subliniind abordarea inovatoare și dorința de a oferi o experiență deosebită.

În general, pentru activitatea de marketing există patru direcții principale:

1. Susținerea produselor de bază

se referă la promovarea produselor care sunt considerate emblematice pentru brand-urile noastre, precum Hot Wings, Crispy Strips, Bucket de la KFC, rețete de pizza pe blat PAN de la Pizza Hut sau taco pentru Taco Bell. Aceste produse reprezintă o parte importantă din mixul nostru de vânzări și, în general, generează marje brute peste medie.

2. Accelerarea inovației

prin lansarea de noi produse și oferte, în general pentru o perioadă limitată de timp, cu scopul de a aduce elemente de noutate în meniurile noastre și de a crește percepția privind varietatea printre clienții noștri. În ultimii ani, am avut mult succes cu lansarea unor produse noi precum Fillet Bites, Burritos, BoxMaster, Meltz și American Bites pentru KFC, pizza Cheesy Bites Remix sau Flatbread pentru Pizza Hut.

3. Dezvoltarea de noi produse

oferă posibilitatea de a aborda noi segmente de clienți sau diferite momente ale zilei prin introducerea unor categorii de produse precum cele pentru mic dejun și cafea, sendvișuri, gustări, game noi de băuturi și deserturi sau servicii de livrare.

4. Creșterea valorii și relevanței sunt esențiale

pentru strategia noastră de a menține în permanență oferte atractive în meniurile și campaniile de promovare.

Activitatea de marketing susținută a permis brand-urilor noastre să atragă unul dintre cele mai mari niveluri de notorietate printre clienții restaurantelor din România. Conform raportului „Brand Image Tracker” 2018, elaborat de Kantar Millward Brown, notorietatea spontană (fără indicii) a KFC a avut o medie de 82% la nivelul anului. În aceeași perioadă, notorietatea spontană a Pizza Hut a ajuns la 49%.

Principalele tipuri de analiză a consumatorului pe care le desfășurăm sunt prezentate mai jos.

→ Rapoartele de analiză a imaginii brand-ului

sunt elaborate trimestrial și au rolul de a identifica dimensiunea și incidența consumului pentru piața restaurantelor cu servire rapidă și restaurantele de tip Dine-in. Astfel, măsurăm progresul înregistrat cu brandurile noastre, raportându-le la concurenții majori pe baza unui set de atribute de imagine critice, identificăm notorietatea acestora și descoperim elementele fundamentale de comunicare care vor contribui la creșterea lor.

→ Rapoartele despre obiceiurile de consum

sunt analize și evaluări ale atitudinii consumatorilor față de conceptele de restaurante cu servire rapidă și cu servicii de tip Dine-in, obiceiurile de consum, factorii determinanți și barierele legate de aceste categorii de servicii alimentare în baza cărora identificăm segmentele de piață cu cel mai mare potențial pentru a fi vizate de brandurile noastre, dar și oportunitățile de creștere.

Analizăm constant tiparele de percepție ale consumatorilor față de brandurile, produsele și serviciile Sphera, precum și obiceiurile de consum ale acestora și preferințele în ceea ce privește modul de viață, pentru a îmbunătăți constant oferta noastră și a ne păstra relevanța în rândul clienților.

→ Campaniile de inovație

sunt utilizate pentru testarea de noi concepte și produse, în vederea alegerii celui mai de succes produs, optimizării rețetelor conform gusturilor clienților și a prețului de vânzare. Pentru produsele existente, testăm potențialele modalități de îmbunătățire a ingredientelor, gustului și percepției, în vederea creșterii atractivității acestora în rândul clienților.

→ Studiile de oportunitate

sunt desfășurate pentru evaluarea potențialului de lansare a unui brand nou pe piață, prin identificarea setului competitiv și a performanțelor financiare anticipate, oportunitatea introducerii unui alt jucător pe piață, estimarea apetitului consumatorilor pentru tipul de restaurant care urmează a fi deschis și testarea de către clienți a produselor oferite de acesta.



Responsabilitate

Preferințele consumatorilor pe segmentele din cadrul serviciilor alimentare, respectiv restaurante cu servire rapidă, restaurante cu servire la masă și restaurante cu serviciu de livrare/ridicare sunt afectate de o serie de factori, precum: **gusturile consumatorilor, condițiile economice naționale, regionale și locale și tendințele geografice.**

Inovare

Grupul Sphera urmărește să mențină atractivitatea produselor prin inovație, respectiv prin lansarea frecventă a unor rețete noi. În restaurantele noastre, printr-o combinație de produse inovatoare și oferte atractive din punct de vedere financiar și culinar, ne propunem să creștem frecvența vizitelor clienților noștri, precum și loialitatea față de brand-uri. Potrivit contractelor de franciză încheiate până acum, Sphera are obligația de a cheltui, pe fiecare brand (KFC, Pizza Hut, Pizza Hut Delivery și Taco Bell) cel puțin 5% din vânzările din restaurante pentru activități de marketing și promovare.

Digitalizare

Comunicarea în format digital a meniurilor și utilizarea de tehnologii noi pentru efectuarea comenzilor, cu scopul de a îmbunătăți experiența clienților noștri și a angajaților Sphera, împreună cu alte tehnologii inovatoare pentru produsele noastre constituie inițiative prioritare în cadrul Grupului în procesul de dezvoltare sustenabilă a companiei.



Lansarea sistemelor KIOSK

Îmbunătățim calitatea serviciilor prin rapiditatea plasării comenzilor.

În 2018, Sphera a hotărât să transforme experiența KFC prin folosirea tehnologiei care să faciliteze procesul de plasare a comenzilor în restaurante cu scopul de a crește gradul de interacțiune cu clienții, dar și pentru a deveni un reper în industria locală de food-service. Au fost implementate sisteme de tip kiosk în 6 dintre restaurantele KFC: Mihai Bravu Drive Thru și Olteniței Drive Thru din București, Roman, Alba Iulia și Satu-Mare (două locații). Clienții KFC pot plasa și personaliza comanda direct la kiosk, ca mai apoi să o ridice din zona caselor de marcat.

Rezultatele ne arată că, în medie, 9 din 10 comenzi realizate direct în restaurant sunt plasate și gestionate folosind kiosk-urile, în unitățile unde acestea au fost implementate. Tehnologia ne-a oferit oportunitatea de a interacționa cu clienții noștri într-un mod inedit, îmbunătățind promptitudinea serviciilor oferite, iar, după cum reiese din gradul semnificativ de utilizare, aceștia au apreciat beneficiile acestui nou instrument digital.

Obiectivul Sphera este de a acoperi 30% din restaurantele KFC cu acest sistem automat de comenzi tip kiosk până la finalul anului 2019 cu un total de 12 locații până la finalul lunii martie.

Implementarea acestor sisteme implică relocarea casierilor în alte activități, prin reconfigurarea echipelor din restaurante în ceea ce privește rolurile și responsabilitățile lor inclusiv îndrumarea clienților în folosirea și beneficiile acestui tip de comandă rapidă.

Eforturile noastre sunt orientate în continuare către atragerea, angajarea și loializarea angajaților, dar și către investiții constante în dezvoltarea lor profesională și în oportunități care nu doar că răspund cerințelor lor financiare și de program de lucru flexibil, dar care oferă și posibilitatea unei cariere de lungă durată în industria de food-service.

Meniuri digitale

Un alt instrument implementat în restaurantele noastre îl reprezintă meniurile digitale, folosite în prezent în 24 dintre locații, adică aproximativ 30% dintre restaurantele KFC. Această modalitate de prezentare a meniului permite gestionarea eficientă a comunicării în restaurante și are impact pozitiv din punct de vedere operațional. În plus, meniurile digitale reprezintă o modalitate foarte bună de a promova produsele aflate în ofertă în diferite momente ale zilei, dar și de a informa clienții despre produsele lor preferate.

Ne propunem să aducem meniurile digitale în aproape 70% din restaurantele noastre în 2019.



Servicii de livrare

Ne concentrăm constant pe nevoile și așteptările consumatorilor și suntem cu siguranță inspirați de schimbările pe care le observăm în comportamentul lor de consum. Din ce în ce mai mulți clienți doresc să aibă opțiunea de a accesa brand-urile noastre din confortul casei lor, iar serviciile Pizza Hut Delivery și KFC Delivery fac posibil acest lucru.

În București gestionăm serviciul de livrare cu propria noastră flotă și propriile noastre resurse, care includ 12 biciclete electrice, 41 de autoturisme și 266 de scutere, pentru o reacție și eficiență maximă, precum și 381 de curieri și vom continua să investim în infrastructura noastră de livrare.

Pizza Hut Delivery dispune deja de o aplicație mobilă, iar în anul 2019 vom lansa și o aplicație KFC. Digitalizarea este un obiectiv principal al Grupului pentru a face experiența clienților mai facilă în toate restaurantele noastre.



3.7

Inițiative privind calitatea și siguranța alimentului

Sphera se angajează să ofere produse și servicii de cea mai bună calitate care să satisfacă cerințele și așteptările consumatorilor, din toate punctele de vedere. Business-ul nostru depinde de calitatea și integritatea produselor comercializate și de percepția consumatorului. De asemenea, integritatea brand-ului joacă un rol important.

Siguranța alimentară este prioritatea numărul unu. Auditurile furnizorilor, distribuitorilor și restaurantelor noastre sunt efectuate în mod regulat pentru a ajuta la punerea în aplicare eficientă a celor mai bune practici în materie de siguranță alimentară și la prevenirea incidentelor legate de siguranța alimentară și a celor legate de calitate.

Calitatea și siguranța alimentului

În cadrul tuturor restaurantelor noastre, ne angajăm să furnizăm cele mai înalte standarde de calitate și siguranță alimentară. Dispunem de o echipă specializată de Asigurare a Calității care garantează respectarea tuturor cerințelor relevante, stabilește indicatorii cheie de performanță pentru furnizori și monitorizează respectarea acestora, menține legătura cu departamentul calitate din cadrul YUM! Brands Inc. și asigură formare și asistență tehnică personalului din restaurante. Toate unitățile noastre au pus în aplicare proceduri de siguranță alimentară în conformitate cu principiile HACCP, furnizate de legislația UE și locală (Regulamentul UE 852/2004, Regulamentul UE 853/2004, Hotărârile nr. 924/2005 și 925/2005 ale Guvernului României). Prin intermediul acestor proceduri, monitorizăm în permanență



toți parametrii cu impact potențial asupra sănătății consumatorilor, cum ar fi temperatura de depozitare a produselor, temperatura de gătit, igiena personalului și facilitățile restaurantului. Garantăm siguranța produselor noastre prin programe de autotestare lunară a parametrilor microbiologici ai produselor finite, ai apei, gheții și suprafețelor de lucru.

În cazul în care avem reclamații pe siguranța alimentului acestea sunt tratate cu prioritate maximă și răspundem tuturor părților interesate în timp util cu privire la cauzele potențiale care au condus la reclamație.

MONITORIZAREA TRASABILITĂȚII

Monitorizăm trasabilitatea tuturor materiilor prime și ingredientelor noastre de la furnizori până la restaurante, în conformitate cu reglementările locale privind siguranța alimentară. De asemenea, efectuăm simulări anuale de recuperare, pentru a identifica și remedia eventualele lacune în materie de trasabilitate.

Un obiectiv cheie al Departamentului nostru de Asigurare a Calității îl reprezintă formarea adecvată și continuă a echipei de siguranță alimentară a fiecărui restaurant, informarea rapidă privind schimbările în materie de legislație și cercetarea în domeniul siguranței alimentare (cum ar fi EFSA – Autoritatea Europeană pentru Siguranță Alimentară și GFSI – Inițiativa Globală privind Siguranța Alimentară).

De asemenea, am instituit o procedură de gestionare a crizelor în domeniul siguranței alimentare la nivelul restaurantelor, care prevede în detaliu persoanele responsabile și pașii care trebuie urmați pentru o soluționare rapidă a unei posibile crize. În fiecare an, ne instrui personalul din restaurante privind această procedură.

În ultimii doi ani, nu am avut evenimente majore legate de siguranța alimentară în restaurantele noastre.

Ne străduim să le oferim clienților informații detaliate privind ingredientele, valorile nutriționale și alergenii produselor.

Departamentul nostru de Asigurare a Calității reprezintă interfața cu autoritățile de stat în domeniul siguranței alimentare, cum ar fi DSP (Direcția de Sănătate Publică), ANSVSA (Autoritatea Națională Sanitară Veterinară și pentru Siguranța Alimentelor) sau ANPC (Autoritatea pentru Protecția Consumatorului) în timpul tuturor controalelor inițiate de aceste autorități, asigurând tot feedback-ul necesar.

INSTRUIREA

Instruirea - privind siguranța alimentului are ca scop:

- asigurarea competenței necesare personalului, de la toate nivelurile ierarhice
- asigurarea formării personalului responsabil cu monitorizarea, corecțiile și acțiunile corective din cadrul sistemului de management al siguranței alimentului
- conștientizarea angajaților referitor la relevanța și importanța activității lor individuale la siguranța alimentului
- înțelegerea importanței cunoașterii și menținerii eficacității cerințelor de comunicare aferente personalului implicat în activității cu impact asupra siguranței alimentului
- asigurarea că întreg personalul este conștient de importanța menținerii igienei stricte a propriei persoane, a echipamentelor de lucru și a celor de protecție, a spațiilor de preparare și a echipamentelor de producție.

Grupul se asigură că toate persoanele care efectuează activități cu impact asupra siguranței, calității și cerințelor legale ale produsului sunt instruite în probleme de igienă a alimentelor, proporțional cu activitatea desfășurată, așa cum este stabilit de HG nr. 924, Anexa 2 la Regulile generale, Cap. XII, Instruire, pct. a.

Siguranța alimentară începe cu echipa noastră de conducere și se răsfrânge către partenerii și angajații noștri. Abordarea noastră este una globală, pornind de la premisa că siguranța alimentară este luată în considerare în fiecare etapă de-a lungul lanțului de aprovizionare.

Număr total de instruiuri pe siguranța alimentului

Sphera Franchise Group	Ore de instruire pe siguranța alimentului	2018
	KFC România	82 504
	KFC Moldova	1 616
	KFC Italia	10 940
	Pizza Hut România	13 004
	Pizza Hut Delivery România	10 172
	Taco Bell	4 568

Mai mult, anual toți angajații noștri completează ”Chestionarul pentru evaluarea nivelului de siguranță alimentară” pentru a ne asigura că respectă parametrii referitori la nivelul de cultură al siguranței alimentare.

Echipa de siguranța alimentului

Pentru a stabili, dezvolta, menține și analiza eficiența sistemului de siguranță a alimentului s-a constituit o echipă multidisciplinară. Astfel, a fost numită Echipa de siguranță a alimentului (Echipa HACCP) formată din membrii care au cunoștințe privind principiile HACCP și aplicarea lor, precum și experiența în industria alimentară, rolul acesteia fiind de a gestiona și aplica prevederile documentației specifice sistemului. Standardele noastre acoperă zonele în care există factori de risc cheie, cum ar fi sănătatea și igiena angajaților, manipularea produselor, gestionarea temperaturii produselor, contaminarea încrucișată și multe altele.

Ne mândrim cu faptul că suntem receptivi la sugestiile clienților și colaboratorilor noștri și considerăm angajamentul un instrument cheie pentru a ține pasul cu tendințele și preocupările industriei alimentare și a restaurantelor.

Acest lucru ne ajută să monitorizăm riscurile, în special în ceea ce privește siguranța alimentară, evoluția nutriției în general, managementul lanțului de aprovizionare și provocările pentru modelul nostru de afaceri bazat pe metoda de franciză.

AUDITURI

Programul nostru de audit al siguranței alimentelor este conceput pentru a promova controlul eficient și reducerea riscurilor în lanțul nostru global de aprovizionare.

Auditurile furnizorilor sunt efectuate de către persoane autorizate, supuse instruirii și etalonării. Acestea trebuie să fie capabile să efectueze cu acuratețe și competență audituri privind siguranța alimentară pentru a minimiza variabilitatea punctajului și pentru a încuraja încrederea în cadrul procesului de audit.

Selectăm furnizorii noștri pe baza performanțelor de audit, a evaluărilor riscurilor, a capacității oamenilor și a indicatorilor cheie de performanță pentru controalele preventive de siguranță alimentară, incluzând bunele practici de fabricație (GMP – general management practice), Analiza Riscurilor și a Punctelor Critice (HACCP- Hazard Analysis and Critical Control Point), combaterea dăunătorilor, retragerea planurilor și protecția împotriva contaminării.

În perioada de raportare, toți furnizorii de materii prime clasa A, care furnizează produsele de bază au fost auditați.

Ca și obiectiv cheie specific ne dorim ca toți furnizorii de materii prime de bază să fie auditați de două ori pe an, pentru verificarea conformării lor cu cerințele noastre și cu cerințele legale specifice în domeniul alimentar, al protecției mediului și protecției sociale.

De asemenea, periodic se realizează verificarea parametrilor fizici pentru carnea de pasăre în conformitate cu specificațiile tehnice.

Persoane calificate în siguranța alimentului, de terță parte, verifică prin audituri de două ori pe an restaurantele noastre pentru respectarea standardelor de siguranță alimentară și a cerințelor de reglementare locale. În plus, unitățile trebuie să respecte standardele de dotare la nivel de echipamente.

Yum! Brands și POLITICILE FRANCIZORULUI

Grupul Sphera operează conform politicilor și practicilor Yum! Brands, Inc., în vederea unei aprovizionări sustenabile cu produse, ingrediente și ambalaje, la cele mai înalte standarde pentru siguranța alimentelor, calitate și etica în afaceri.

Standardele noastre privind siguranța alimentară stabilesc cerințe privind producerea sigură a alimentelor. Aceste standarde ghidează pregătirea angajaților în colaborare cu experții în materie de siguranță alimentară și asigurare a calității din

întreaga organizație. Instruirea membrilor echipei din restaurant vizează sănătatea angajaților, manipularea produselor, gestionarea ingredientelor și a produselor, precum și prevenirea contaminării încrucișate.

Standardele noastre privind siguranța alimentară stabilesc cerințe privind producerea sigură a preparatelor.

Planul și frecvența vizitelor de audit pentru fiecare furnizor depind de rezultatele evaluării riscurilor oferite de acesta, de nivelul de performanță și de factorii de risc percepuți, incluzând persoanele și capacitățile de siguranță alimentară.

Furnizorii sunt, de asemenea, supuși unor audituri ale sistemelor de calitate care verifică dacă sistemele și procesele lor respectă standardele Yum! Brands, Inc. sau standarde legale privind siguranța și / sau calitatea alimentelor.

Distribuitorii noștri sunt supuși acelorași standarde și așteptări privind siguranța alimentară trecând prin audituri de distribuție care acoperă transportul și depozitele.

Sphera Franchise Group		% Furnizori audiați*	Număr total audituri**
		2018*	2018
	KFC România	94.59	25
	KFC Moldova	94.59	25
	KFC Italia	100	30
	Pizza Hut România & Pizza Hut Delivery România	86	22
	Taco Bell România	100	8

*% de furnizori de produse alimentare auditați. Furnizorii sunt auditați pe baza tipurilor de produse livrate. Auditurile sunt efectuate de către o companie terță parte cu auditori calificați și instruiți, aprobați de YUM. Pe baza evaluării riscului, produsele sunt împărțite în trei clase considerând riscul de siguranță alimentară (1,2,3) și în trei clase considerând importanța calității ingredientelor (A, B, C). Auditurile se efectuează pe produse în funcție de clasa în care intră produsul. Se efectuează diferite tipuri de audituri (FSA - audit privind siguranța alimentului, QSA - audit al sistemului de management al calității, DC – Audit pe Centre de distribuție, TR – audit privind transportul).

** Numărul de audituri efectuate pentru furnizorii care livrează produse încadrate în clasa 1A și 1B

EVALUAREA RISCURILOR

Considerăm că siguranța alimentară proactivă și asigurarea calității necesită menținerea unui ciclu constant de revizuire și modificare a standardelor, introducerea și implementarea de noi sisteme, îmbunătățirea celor existente, coaching-ul și monitorizarea conformității.

Ca parte a acestui angajament de îmbunătățire continuă, desfășurăm analize periodice de risc și analizăm comparativ cu alte organizații din cadrul industriei alimentare, pentru a ne îmbunătăți standardele de siguranță alimentară într-un mod controlat, bazat pe date, proactiv și științific.

Dacă apar schimbări în reglementarea siguranței alimentelor, știință sau tehnologie, evaluăm riscurile și adaptăm strategia noastră în consecință.

COMUNICAREA

Grupul stabilește, implementează și menține măsuri eficace pentru comunicarea cu părțile interesate, legate de aspectele interne sau externe care au impact asupra managementului calității și siguranței produselor.

În cadrul societății au fost identificate două tipuri de comunicare:

→ **comunicarea internă**, care reglementează schimbul de informație bi-direcțional între personalul cu implicații în calitatea produsului și siguranța alimentului și managementul de la cel mai înalt nivel;

→ **comunicarea externă**, care se realizează între companie cu furnizorii și clienții săi, precum și cu Autoritățile și Organismele de Certificare.



3.8

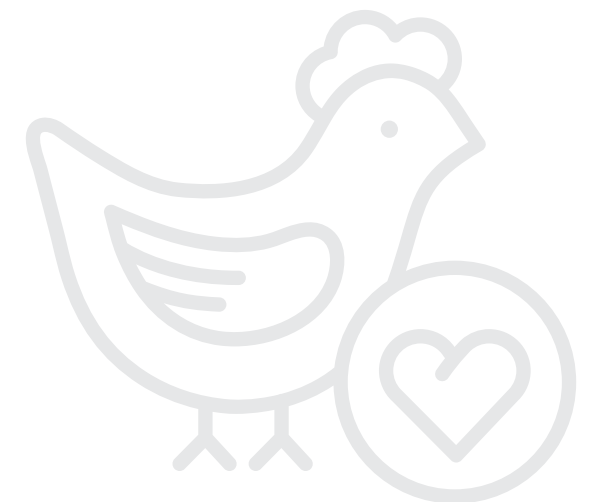
Achiziții etice în lanțul de aprovizionare

Grupul Sphera se bazează pe achiziții etice în lanțul de aprovizionare, asigurându-se că produsele achiziționate pentru restaurante sunt obținute prin metode responsabile.



Bunăstarea animalelor

Dintre inițiativele noastre, în particular, bunăstarea animalelor are un impact direct asupra competitivității crescătorilor de păsări și a abatoarelor partenere în lanțul de aprovizionare cu carne. Încurajarea acestora de a aplica standardele UE de Bunăstare a Animalelor, valori ce sunt promovate și la nivel mondial. Prin respectarea acestor norme se minimizează pierderile pe întreg lanțul de aprovizionare. Un alt impact important este creșterea încrederii consumatorului în produsele noastre. În 2018 au fost efectuate două audituri de către reprezentanții Yum! Brands, Inc. la doi furnizori de carne de pui în România: AGRISOL INTERNATIONAL SA și SAFIR SRL. Obiectivul nostru pe termen mediu între 2 și 5 ani este că toți furnizorii de carne de pasăre să susțină **Audit de Bunăstare** și să obțină certificat **Animal Welfare**.



RESPONSABILITATEA DE MEDIU ESTE PARTE DIN EXISTENȚA NOASTRĂ

Prețuim tot ceea ce ne înconjoară și credem cu tărie că grija noastră adusă mediului înconjurător se va reflecta în bine asupra generațiilor viitoare. Suntem conștienți cât de important este să protejăm mediul, iar acțiunile noastre să se transpună în fapte reale cu impact pe termen lung. Este responsabilitatea noastră să lăsăm generațiilor viitoare loc de mai bine.



Mediu



4.1

Amprenta de carbon și schimbările climatice

Este și datoria noastră să protejăm mediul înconjurător!

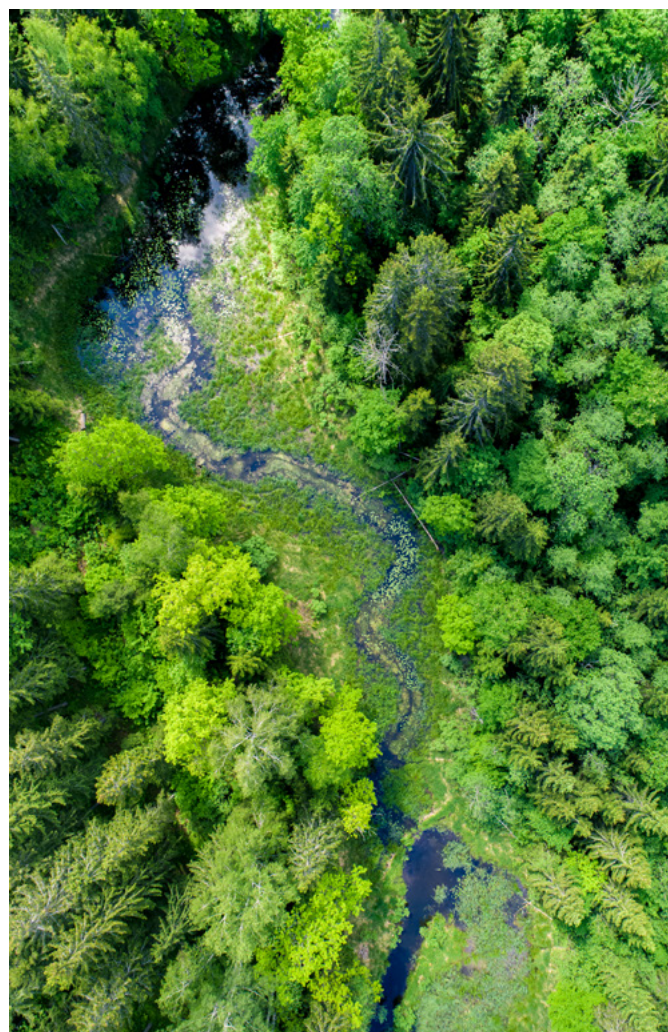
Pentru noi, mediul înconjurător reprezintă un subiect esențial asupra căruia ne concentrăm preocupările și eforturile. Conștientizăm din plin schimbările climatice, motiv pentru care am adoptat o serie de obiective pe termen mediu și lung menite să diminueze impactul nostru asupra acestora.

Deoarece protecția mediului și schimbările climatice reprezintă cele mai mari provocări actuale, ne angajăm **să creștem sustenabil întreaga organizație**. Responsabilitatea fundamentală este reprezentată de creșterea organizației și continuarea activităților noastre respectând principiile producției și a consumului sustenabil, a salvării resurselor în general, a materialelor, eficiența privind consumul de energie, un management corect al deșeurilor și al apei.

Grupul a convenit asupra unei **strategii de sustenabilitate** care trasează obiective specifice în domeniul protecției mediului axate în principal pe eficiența energetică și schimbările climatice, valorificarea și reciclarea deșeurilor, utilizarea eficientă a materialelor și ambalajelor sustenabile și nu în ultimul rând, diminuarea risipei alimentare. Angajamentul nostru este de a reduce cât mai mult impactul asupra mediului și ne dorim să ne diminuăm amprenta de carbon a organizației. Pornind de la achiziționarea produselor alimentare și continuăm cu design-ul și modul în care se folosesc ambalajele, **ne angajăm să avem o activitate sustenabilă**. Evităm risipa și susținem conservarea naturii și a resurselor naturale.

Pe lângă aspectele de mediu, ne concentrăm eforturile pe siguranță, calitate și pe bunăstarea angajaților noștri și a comunităților în care activăm.

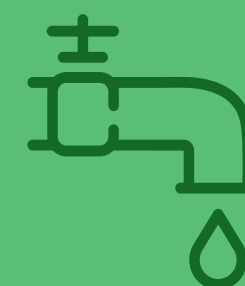
În cadrul managementului operațional al companiilor parte din Sphera Franchise Group, toate unitățile sunt inspectate și monitorizate periodic de către responsabilii interni în vederea atingerii obiectivelor trasate și a îmbunătățirii continue a performanțelor organizaționale.



Ne orientăm spre:



Efficientizarea transportului



Efficientizarea consumului de apă



Efficientizarea consumului de energie



Rețele inteligente de alimentație și distribuție



Valorificarea și reciclarea deșeurilor



Contribuție la diminuarea risipei alimentare

La nivel mondial, industria alimentară are o contribuție semnificativă la emisiile de gaze cu efect de seră, cu un aport important în toate etapele lanțului de aprovizionare (de la producția agricolă, până la prelucrarea produselor, distribuția, vânzarea, prepararea alimentelor și eliminarea deșeurilor). Suntem conștienți de faptul că amprenta de carbon este dependentă de consumul de energie, și tocmai de aceea depunem eforturi pentru a minimiza impactul organizației noastre asupra mediului înconjurător, asigurându-ne că folosim energia cât mai eficient posibil.

Pentru gestionarea eficientă a energiei considerăm că investițiile continue ale Sphera în eficiența energetică și tehnologiile cu emisii reduse de carbon vor aduce beneficii Grupului. De asemenea, avem în vedere faptul că schimbările climatice reprezintă potențiale riscuri pentru Sphera, luăm în considerare inclusiv posibilitatea creșterii costurilor cu energia, a taxelor pentru emisiile de CO2, aprovizionarea sustenabilă cu materii prime agricole, apă și întreruperi ale activității din cauza condițiilor meteorologice severe.

4.1.1

Transportul

Lucrăm de-a lungul întregului lanț de aprovizionare să preparăm și să livrăm produse în cel mai eficient mod posibil. Ne concentrăm constant pe nevoile și așteptările consumatorilor și suntem cu siguranță inspirați de schimbările pe care le observăm în comportamentul lor de consum.

Din ce în ce mai mulți consumatori doresc să aibă opțiunea de a accesa brand-urile noastre din confortul casei lor, iar serviciile Pizza Hut Delivery și KFC Delivery fac posibil acest lucru.

Gestionăm serviciul de livrare cu propria flotă și resurse. Căutăm noi metode să reducem sau să înlocuim consumul de combustibili fosili pentru transportul produselor noastre și tocmai de aceea, pe lângă autoturisme, folosim biciclete electrice și scutere. Vom continua să investim în infrastructura noastră de livrare în funcție de nevoile acestui tip de serviciu.

Flota proprie pentru serviciul de livrare la domiciliu în România este compusă din: 12 biciclete electrice, 266 scutere și 41 autoturisme.

Ne propunem creșterea flotei pe mobilitate verde pentru KFC Delivery și Pizza Hut Delivery prin utilizarea bicicletelor și vehiculelor electrice pentru sectorul de livrare.

Prin faptul că păstrăm o evidență a consumurilor de combustibil la nivelul Grupului, aceasta ne permite:

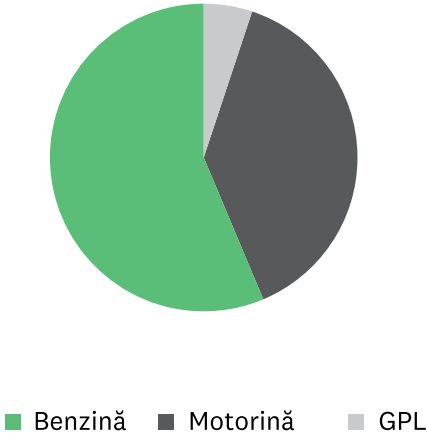
- Să monitorizăm progresul anual;
- Să înțelegem care sunt cei mai mari consumatori ai noștri.

Ne propunem să avem un sistem de transport cât mai eficient al produselor în tot lanțul de aprovizionare, atât pentru a reduce costurile și timpul de livrare, cât și pentru a reduce amprenta noastră de carbon.

Monitorizăm consumul de combustibil folosit de flota proprie, colaborăm cu firmele de distribuție însă nu ținem o evidență a consumurilor de combustibil al acestora.

Consumul de combustibil al flotei proprii la nivelul Sphera Group în 2018

Consumul de combustibil al flotei proprii, Litri/an	Anul	Sphera Group
Benzină	2018	167 950
Motorină		115 007
GPL		15 203



Peste 70% din alimentele și ingredientele folosite de companiile din grupul Sphera (inclusiv categorii importante precum carne, brânză, legume) provin de pe piața din România. Unele produse, din care câteva sunt critice pentru identitatea brand-ului (precum condimente, pasta de tomate, făina pentru pizza) sunt obținute prin intermediul contractelor de aprovizionare ale Yum! Brands, Inc. Băuturile nealcoolice sunt furnizate de Coca-Cola România direct către restaurante.

Pentru KFC, furnizorii noștri principali de carne de pui sunt Agrisol Internațional S.A. (România), Agricola International S.A. (România), Safir S.R.L (România) și Pilco Ltd (Bulgaria). O mare parte din carnea de pui este furnizată direct de la ferme în restaurantele noastre. Pentru Pizza Hut, lucrăm cu Ceres (Belgia) pentru furnizarea făinei, Indlacto Mures S.R.L (România), și International Food Link Ltd (Marea Britanie) pentru diferite tipuri de brânză.

Rețea inteligentă de transport a mărfurilor

Începând din noiembrie 2016, activitățile de depozitare și transport au fost externalizate către HAVI Logistics SRL care este filiala din România a furnizorului de servicii logistice din Statele Unite, HAVI Group. Ca parte a contractului încheiat cu această companie, multe dintre produse sunt achiziționate direct de HAVI Logistics SRL de la furnizorii noștri pre-agreați (excepție făcând băuturile de la Coca-Cola HBC România și Carlsrom Beverage și o parte din produsele din pui furnizate direct de la fermele românești către restaurante), stocate în depozitele acestuia și livrate la restaurante la cerere.

Împreună cu partenerul nostru am dezvoltat un program de eficientizare a transportului materiilor prime către toate locațiile noastre, reducând astfel și emisiile de gaze cu efect de seră aferente distribuției. Fiecare restaurant din rețeaua noastră își estimează propriile nevoi de stocuri pe baza previziunilor de vânzare pe termen scurt actuale și estimate, precum și pe baza orarelor de livrare prestabilite și a cererilor de achiziție de stocuri către HAVI Logistics SRL, care le consolidează și inițiază ordine de achiziție de la furnizorii noștri. Responsabilitatea asupra nivelurilor de stocuri revine în general partenerului nostru, cu excepția perioadelor speciale de promovare a unor produse noi sau pe timpul iernii, când ne asumăm

responsabilitatea pentru volumul de achiziții transmis către anumiți furnizori. Transportul se desfășoară în baza unui program de livrare prestabilit către toate restaurantele. În București, livrările se fac zilnic, iar în țară, de două ori pe săptămână.

Distribuția bunurilor către restaurantele KFC din Republica Moldova este realizată din România, prin HAVI Logistics SRL. În Italia, transportul produselor către restaurantele KFC pe care le deținem, este realizat de compania Quick Service Logistics Italia S.r.l.

Eficientizăm deplasările

Când ne referim la transport, nu ne gândim doar la livrarea produselor sau aprovizionarea cu materii prime ci avem în vedere și faptul că atât angajații noștri, cât și clienții trebuie să ajungă la serviciu, prin urmare, restaurantele sunt ușor accesibile tuturor. Majoritatea sunt amplasate în zone comerciale din orașe sau în zonele cele mai frecventate, accesul fiind facil inclusiv prin rețeaua de transport în comun.

Nu neglijăm faptul că trebuie să menținem legături strânse atât cu restaurantele din țară, dar și cu cele din Italia și Moldova, de aceea încurajăm întâlnirile virtuale și încercăm să evităm călătoriile cât mai mult posibil.



4.1.2

Consumul de apă

Apa reprezintă o resursă importantă la nivelul întregului lanț de aprovizionare și în sistemul de operare al restaurantelor.

Folosim apă de la rețelele publice de alimentare existente în fiecare oraș în care ne desfășurăm activitatea și monitorizăm lunar consumul pentru restaurantele de sine stătătoare. De asemenea, primim informații cu privire la consumul de apă per suprafața ocupată de la proprietarii locațiilor în care avem închiriate spațiile.

215,69 mii de m³

de apă consumați pentru prepararea produselor alimentare în segmentul operațional la nivelul Sphera Group în 2018.

Consum de apă pentru prelucrarea produselor alimentare, m3	Anul	Sphera Group	KFC România	Pizza Hut România (Dine in plus Delivery)	Taco Bell România	KFC Moldova	KFC Italia
		m ³	m ³	m ³	m ³	m ³	m ³
	2018	215 690	156 000	42 593	2 000	6 097	9 000

Măsurile de eficientizare a consumului de apă:

- introducerea de chiuvete cu senzori în locațiile nou deschise, atât la bucătării, cât și la băile pentru angajați și clienți
- instalații și echipamente de spălare a ustensilelor de gătit cu consum redus de apă

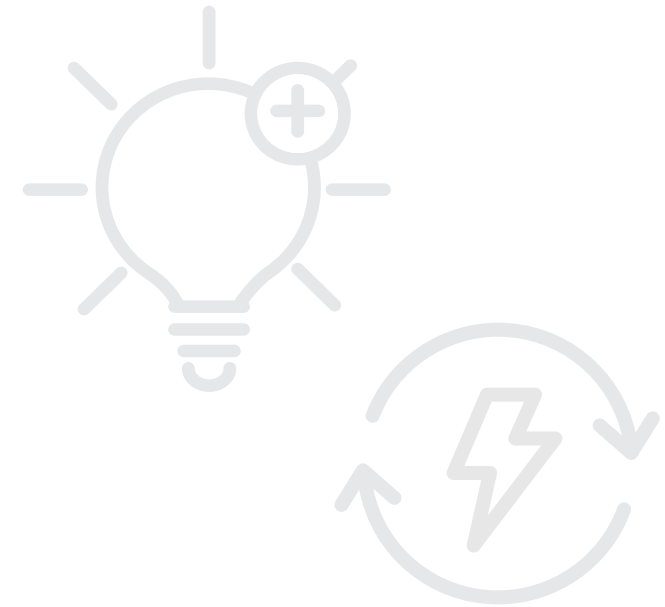
4.1.3

Eficiența energetică și Energia regenerabilă

Pentru Sphera, eficiența energetică implică reducerea cantității de energie folosită pentru produsele și serviciile noastre, prin adoptarea unor tehnologii sau echipamente eficiente, precum și alte metode de reducere a pierderilor. Diminuarea consumului de energie are ca rezultat direct reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră care contribuie, implicit, la combaterea efectelor schimbărilor climatice.

Energia regenerabilă

provine din surse care nu se epuizează și se pot regenera natural, precum energia solară, eoliană sau hidroenergia și care pot fi folosite în producerea energiei electrice sau pentru încălzire sau răcire. Sphera este conștientă de importanța trecerii progresive către opțiuni regenerabile, pentru protejarea resurselor naturale finite, precum și pentru crearea de noi locuri de muncă sustenabile în societate.



39 950,26 MWh

energie electrică consumată la nivelul Sphera Group în 2018.

Consumul de energie electrică la nivelul Sphera Group și per companie

Consumul de energie electrică la nivelul organizației	Anul	Nr. restaurante	Sphera Group	Nr. restaurante	KFC România	Nr. restaurante	Pizza Hut România	Nr. restaurante	Taco Bell România	Nr. restaurante	KFC Moldova	Nr. restaurante	KFC Italia
			MWh		MWh		MWh		MWh		MWh		MWh
	2017	113	26 733,77	68	20 109,00	22+17*	6 180,00	2	89,00	2	5,58	2	350,19
	2018	138	39 950,26	76	23 834,00	23+22*	7 083,00	5	598,00	2	5,58	10	1 429,68

*Pizza Hut Delivery România

Variația consumului de energie la nivelul Grupului poate fi explicată prin creșterea numărului de restaurante și a numărului clienților deserviți.

În funcție de zona geografică în care sunt localizate restaurantele noastre, avem contracte de furnizare a energiei electrice cu diverși operatori autorizați.

Ponderea energiei regenerabile din SEN în România

→ 2017: 38,20%* Energie regenerabilă în rețeaua de distribuție.

* Conform Raportului Autorității Naționale de Reglementare în Domeniul Energiei, 2017, energie regenerabilă în rețea provenită din energie hidroelectrică, eoliană, biomasă, solară sau din alte surse regenerabile.

Utilizăm gaze naturale în bucătăriile restaurantelor, precum și la încălzirea anumitor locații.

988,12 MWh gaze naturale consumate la nivelul Sphera Group în 2018

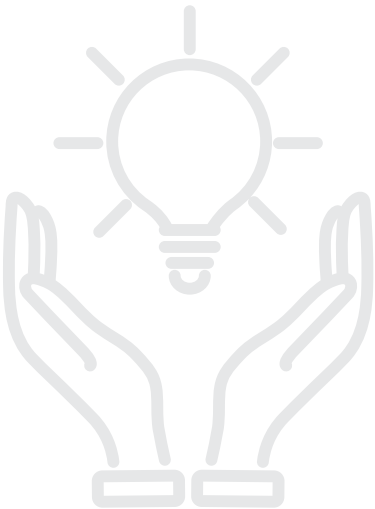
Consumul de gaze naturale la nivelul Sphera Group și per companie

Consumul de gaze naturale la nivelul organizației, MWh*	Anul	Sphera Group	KFC România	Pizza Hut România	Taco Bell România	KFC Moldova	KFC Italia
		MWh	MWh	MWh	MWh	MWh	MWh
	2017	898,35	517,38	380,97	N/A	N/A	N/A
	2018	988,12	569,12	419,07	N/A	N/A	N/A

N/A – nu se utilizează gaz natural în operare
* Consumurile de gaz natural pentru climatizarea restaurantelor al căror locații sunt în spații închiriate în centre comerciale mari unde climatizarea este asigurată de către proprietar, nu a fost considerată

Măsurile de eficientizare a consumului de energie prevăzute în strategia noastră:

→ Utilizarea corpurilor de iluminat cu consum redus de energie (ex. LED) la renovarea locațiilor, în vederea atingerii țintei de 100% până în 2024



4.1.4 Clădiri sustenabile

Sphera își selectează locațiile restaurantelor în baza calității acestora, atât din punct de vedere al eficienței energetice, cât și al proximității față de mijloacele de transport în comun.

Vrem să gestionăm toate restaurantele cât mai eficient posibil pentru a ne reduce emisiile de carbon, dar și pentru a reduce costurile. Din punct de vedere al eficienței energetice, toate restaurantele de tip Drive-Thru construite, precum și restaurantele stand-alone (de sine stătătoare) au certificate de performanță energetică.



Unități funcționale vizate	Acțiuni întreprinse	Impactul direct/indirect de mediu vizat
Restaurant	Eficientizarea spațiilor de depozitare / a spațiilor frigorifice.	Reducerea numărului livrărilor
	În locațiile nou deschise s-au introdus sistemul de iluminat cu senzori și LED și cu consum redus de energie.	Eficientizare energetică
	Eficientizarea consumului de apă prin instalarea de baterii cu senzori la chiuvete în restaurantele nou deschise.	Reducerea consumului de apă
	Perdele de aer cald la toate locațiile tip drive care au acces direct în exterior. Acestea sunt prevăzute din faza de proiect al sistemelor de climatizare internă HVAC (sisteme de încălzire, ventilație, aer condiționat) și se implementează în fiecare locație nou construită.	Creșterea confortului angajatului și al clientului, dar și eficientizare energetică
Bucătărie	În locațiile Pizza Hut Delivery și Pizza Hut am achiziționat cuptoare care intră în modul de așteptare („stand by”) pentru evitarea excesivă a consumului de energie.	Eficientizare energetică
	Începând cu 2017 am introdus în toate locațiile noi, cât și în cele pe care le renovăm, sisteme de iluminat bazat pe lămpi LED, care au consum redus de energie.	Eficientizare energetică

Ne dorim ca toate restaurantele nou deschise să fie amplasate în clădiri sustenabile, care să respecte principiul eficienței energetice și să aibă certificare ISO 14001 sau ISO 50001.

4.1.5

Rețele inteligente de alimentație

Pentru noi este important ca restaurantele din grupul Sphera să opereze cât mai aproape de centrele urbane, iar materia primă necesară preparării produselor noastre să fie aprovizionată utilizând un transport eficient, facilitându-se livrarea de mâncare proaspătă la toate restaurantele sau chiar direct clienților, prin sisteme eficiente de distribuție.

Ne propunem să continuăm să deschidem restaurante în centrele urbane și, în același timp, să avem un sistem eficient de distribuție în lanțul de aprovizionare. Echipa de management are ca obiectiv o creștere organică conform angajamentelor luate față de grupul Yum! Brands, Inc., dar corelate cu schimbările care pot interveni atât la nivel macroeconomic, dar și la nivel de comportament de consum al clienților. În vederea extinderii brandurilor din portofoliu, există totuși anumiți pași pe care îi respectăm și care se supun aprobărilor interne (echipa de management) și externe (franciza).

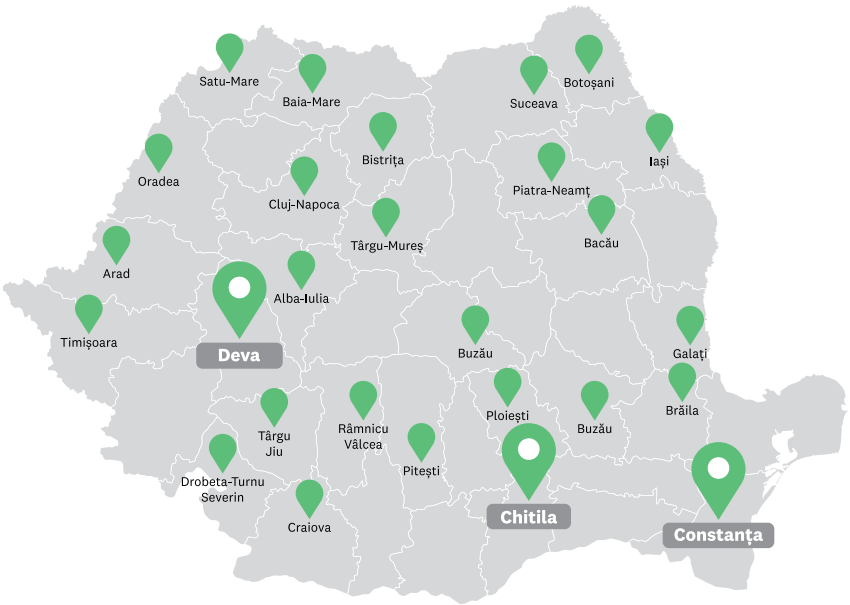
Alegerea unei locații pentru un restaurant este o hotărâre foarte importantă pentru noi. În programul de dezvoltare al locațiilor ținem cont de specificul fiecărui brand, astfel încât încercăm să acoperim toate aspectele și cerințele importante. Trebuie să existe suficienți oameni care locuiesc, își desfășoară activitatea sau trec prin zonă în mod regulat pentru ca restaurantul să fie profitabil. Accesibilitatea și locurile de parcare pot fi la fel de importante pentru succesul unui restaurant ca și produsele vândute sau personalul existent.

În acest sens, ne-am extins cu restaurantele KFC și în orașe mai mici, cu mai puțin de 100 000 de locuitori, în special în zone cu trafic ridicat și care prezintă interes pentru clienți. Pentru locațiile Pizza Hut, Pizza Hut Delivery și Taco Bell ne orientăm către orașe cu un minim de 150 000 de locuitori, de obicei în zona de fast food a centrelor comerciale. Astfel, clienții și consumatorii găsesc în același loc distracție, shopping, mâncare sau diverse alte servicii ale autorităților locale, dar și restaurantele noastre.

Compania Havi

cea care ne asigură activitățile de logistică în lanțul de aprovizionare, are 3 centre de distribuție, unul situat în partea centrală a țării (Deva), altul lângă București (Chitila) și unul în Constanța, asigurându-se astfel o distribuție optimizată a materiei prime. După cum am menționat anterior la capitolul Produse, Havi își propune optimizarea continuă a acestui proces, rezultatul fiind reducerea cantității de combustibil și implicit reducerea emisiilor de carbon.

În anul 2018, în vederea reducerii numărului de livrări săptămânale, Havi a mărit și dimensiunile depozitelor uscate și a spațiilor de refrigerare / congelare. Implicit, s-a redus cantitatea de combustibil necesară livrărilor.



4.1.6

Sursa emisiilor de gaze cu efect de seră

Am început să monitorizăm consumurile în vederea determinării și monitorizării emisiilor noastre directe de CO2 (Scopul 1) și emisiilor indirecte de CO2 (Scopul 2). Calculul emisiilor de CO2 s-a realizat pe baza indicatorilor de mediu pe care îi colectăm centralizat de la toate companiile care activează în Grupul Sphera, care acoperă toate tipurile de energie pe care le consumăm în operațiunile noastre: electricitate, carburanți și gaze naturale. Nu am inclus în calculele de emisii directe emisiile de gaze cu efect de seră rezultate în urma pierderilor de freon de la instalațiile de răcire (emisii fugitive).

Am utilizat pentru calcule Standardul Raportării și Contabilității Corporative a Protocolului de Gaze cu Efect de Seră. Pentru estimarea corectă a emisiilor

directe și indirecte s-au utilizat factori de conversie CO2 din baza de date Ecoinvent și factori de conversie IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change).

Emisiile indirecte din alte surse din aval și din amonte în lanțul valoric (Scopul 3) nu au fost cuantificate deoarece informațiile care puteau aduce o vedere de ansamblu privind cantitatea de emisii de GES nu au făcut scopul colectării și evaluării noastre de până acum. De asemenea suntem conștienți că furnizorul nostru HAVI Logistics SRL a luat deja măsuri concrete pentru eficientizarea segmentul de logistică și transport care este asigurat și pentru companiile noastre. HAVI Logistics SRL și-a evaluat emisiile de GES proprii pe care le vom considera în viitoarele raportări dacă va fi posibil.

Emisiile de CO2 la nivelul Sphera Franchise Group

862,40 tone de CO2 eq.*

Scopul 1 – Emisii directe de GES***

- Emisiile aferente consumului de combustibil al flotei proprii (benzină, motorină, GPL)
- Emisiile aferente consumului de gaz natural utilizat în mod direct în activitatea companiei (gătire, ardere pentru climatizare spații)

19 531,19 tone de CO2 eq.

Scopul 2 – Emisii indirecte de GES***

- Emisiile aferente energiei electrice procurată pentru consumul propriu

N/A**

Scopul 3 – Alte emisii indirecte de GES***

- Aprovizionarea cu materie primă
- Gestionarea deșeurilor
- Logistică
- Deplasările în interes de serviciu care nu sunt făcute cu autoturismele din flota proprie

* Emisiile de CO2 pentru Scop 1 nu includ emisiile aferente consumurilor de gaz natural pentru climatizarea restaurantelor ale căror locații sunt în spații închiriate în centre comerciale mari unde climatizarea este asigurată de către proprietar

**Activitățile încadrate în Scopul 3 sunt asigurate de servicii externe și nu au fost luate în considerare în calculul amprente de carbon.

***GES – gaze cu efect de seră

4.2

Valorificarea și reciclarea deșeurilor

În cadrul Grupului Sphera suntem pe deplin conștienți de responsabilitatea pe care o avem față de mediu. Obiectivul nostru principal este protejarea resurselor naturale și reducerea la minimum a impactului generat de activitatea noastră asupra mediului, prin identificarea continuă de soluții pentru colectare și reciclare, iar atunci când deșeurile nu pot fi reciclate depunem eforturi pentru a identifica potențialul de valorificare al acestora.

Gestionarea deșeurilor reprezintă un domeniu complex care evoluează cu rapiditate. Reducerea cantității de deșeuri precum și colectarea selectivă a acestora reprezintă subiecte cheie pentru organizația și restaurantele noastre. Pe măsură ce se dezvoltă noi tehnologii și îmbunătățiri asupra celor

mai bune practici, noi continuăm să căutăm cele mai noi și eficiente metode de reducere, reutilizare și reciclare a deșeurilor și, prin urmare, limitarea impactului asupra mediului.

Ne-am angajat să reducem cantitatea de deșeuri municipale colectând selectiv deșeurile de ambalaje generate, reducând astfel impactul asupra mediului precum și costurile de eliminare.

În vederea implementării măsurilor specifice de reciclare și diminuare a cantităților de deșeuri, precum și monitorizarea și controlul acestora, la nivelul companiei există un departament de Protecția Mediului prin care ne asigurăm că toate eforturile noastre sunt riguros urmărite și implementate.

Cantitățile și tipurile de deșeuri generate de unitățile noastre în ultimii doi ani

Organizație, tip de deșeu	Sphera Group		România										Moldova		Italia	
			Sediul Central		KFC România		Pizza Hut România		Pizza Delivery România		Taco Bell România		KFC Moldova		KFC Italia	
Tone/An	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018
Deșeuri de Plastic	21,99	36,54	0,12	0,16	15,71	20,15	4,31	5,22	0,82	1,26	0,18	0,31	0,50	0,70	0,35	8,74
Deșeuri de Hârtie/Carton	512,88	673,96	0,51	0,82	375,20	459,90	109,10	123,90	9,30	11,84	0,91	0,31	10,00	11,00	7,86	65,19
Deșeuri de Sticlă	2,35	2,85	0,00	0,00	1,32	1,75	0,98	1,04	0,00	0,00	0,00	0,01	0,05	0,05	0,00	0,00
Deșeuri de Metal	3,17	4,89	0,00	0,00	2,17	2,63	0,81	1,04	0,11	0,25	0,02	0,02	0,01	0,00	0,04	0,95
Deșeuri de Menajere	7 175,55	7 788,92	6,02	7,17	6 847,40	7 358,40	195,22	239,59	39,69	50,27	2,31	3,06	80,00	85,00	4,90	45,43
Deșeuri Ulei uzat	256,37	293,15	0,00	0,00	224,18	239,15	14,42	17,40	0,00	0,00	0,42	0,63	10,20	10,50	7,15	25,47
Deșeuri alimentare	28,91	48,53	0,00	0,00	18,47	21,60	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5,00	5,20	5,44	21,73

Reciclăm deșeurile provenite din materiale reciclabile în proporție de 100%

Valorificarea și reciclarea materialelor refolosibile din cadrul organizației noastre ne susțin obiectivele de reducere a consumului de resurse naturale (petrol, apa, energie) contribuind astfel la reducerea impactul asupra mediului înconjurător.

Reciclăm tot mai mult plastic și carton din unitățile noastre, direcționându-l către terțe firme specializate în colectare și reciclare.

INIȚIATIVE

Colectarea selectivă

Urmărind în permanență conformarea cu cerințele legislative privind gestionarea deșeurilor, ne-am concentrat cu precădere asupra colectării selective a deșeurilor pe care le producem și creșterea cantității de deșeuri reciclate sau valorificate. Ne-am direcționat astfel efortul în primul rând în instruirea personalului din punctele de lucru și conștientizarea acestora privind importanța colectării selective precum și în etichetarea acurată a recipientelor utilizate. În paralel, ne-am asigurat că avem contracte cu firme specializate în colectarea, valorificarea sau reciclarea deșeurilor. Am crescut astfel cantitatea de deșeuri reciclate/valorificate prin reducerea cantităților de deșeuri municipale amestecate.

Monitorizarea cantităților generate

Monitorizăm periodic procesul de colectare al deșeurilor din dorința de a îmbunătăți cât mai mult acest proces. Realizăm vizite interne de verificare a activității de colectare a deșeurilor prin intermediul departamentului nostru de Protecția Mediului și încercăm să îi implicăm pe toți angajații din restaurante în lupta noastră pentru diminuarea impactului asupra mediului.



Nicio sancțiune sau amendă în anul 2018 privind conformarea cu cerințele de mediu.

Conștientizare

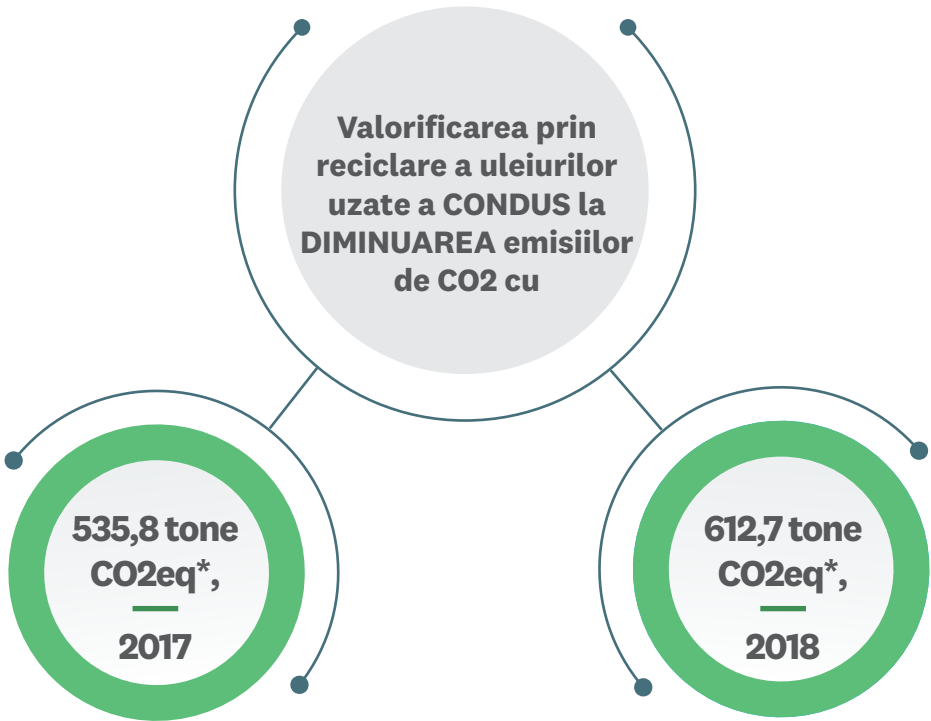
Ne-am dorit să atragem și clienții noștri în misiunea noastră, motiv pentru care am inițiat un proiect de conștientizare și informare a clienților/angajaților cu privire la colectarea selectivă a deșeurilor. Astfel, am etichetat corespunzător recipientele din restaurante.

Valorificare

O altă măsură fundamentală de reducere și valorificare a deșeurilor am aplicat-o în privința uleiului pentru gătit. Proiectul a derivat din necesitatea reducerii cantității de ulei uzat, realizându-se astfel anumite testări omologate pentru verificarea calității acestuia. Acest proces de testare a uleiului este strict monitorizat prin grafice conform procedurilor interne implementate.

Suntem totuși conștienți de cantitățile mari de ulei uzat generat și nu am scăpat din vedere acest aspect, motiv pentru care **tot uleiul uzat** generat în restaurante noastre **se valorifică prin reciclare**, devenind astfel biocombustibil.

Cantitatea /organizație/an	Sphera Group		KFC România		Pizza Hut România		Taco Bell România		KFC Moldova		KFC Italia	
	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018
Ulei de gătit uzat, tone/an	256,37	293,15	224,18	239,15	14,42	17,40	0,42	0,63	10,20	10,50	7,15	25,47
Ulei de gătit reciclat, tone/an	256,37	293,15	224,18	293,15	14,42	17,40	0,42	0,63	10,20	10,50	7,15	25,47



*Calculule se bazează pe diferența dintre cantitățile de CO2 potențial emise la valorificarea uleiului prin producere de biocombustibil versus incinerarea uleiului uzat în instalații de incinerare (utilizând factori de conversie Ecoinvent).

4.3
Materiale și ambalaje sustenabile

Aprovizionarea cu materii prime din surse sustenabile, precum folosirea de materiale reciclate pentru ambalaje, reprezintă o mare parte a amprente noastre economice, operaționale și de mediu. Ca parte integrantă a modelului nostru de business, performanța furnizorilor noștri influențează în mod direct rezultatele și angajamentele Sphera în ceea ce privește sustenabilitatea.

Acest subiect nu este important doar pentru noi, ci și pentru clienții noștri. Suntem conștienți că o mulțime de deșeuri trimise la gropile de gunoi provin din ambalajele eliminate sau gestionate necorespunzător. Acesta este motivul pentru care în ultima perioadă ambalajele prietenoase cu mediul au câștigat o popularitate extraordinară. Compania noastră caută în prezent diferite moduri de a încorpora materiale sustenabile și diferite ambalaje, în scopul de a crea un impact cât mai mic asupra mediului.

Materialele și ambalajele sustenabile prezintă un subiect de interes primordial pentru compania noastră, iar noi ne angajăm să achiziționăm produse și să folosim materiale din surse sustenabile dar și ambalaje biodegradabile. Suntem conștienți că trebuie să contribuim activ pe întreg lanțul de aprovizionare, în procesul de producție și chiar mai departe, după tranzacția finală către client, pentru a reduce deșeurile provenite de la ambalaje.

În același timp comunicăm demersurile noastre în încercarea de a conștientiza și a responsabiliza consumatorii privind importanța unui mediu curat.

Top managementul nostru încurajează și susține tranziția către materiale și ambalaje sustenabile prin programe și proiecte anuale. Prioritatea la achiziție și implementare o au produsele/materialele și ambalajele cu proveniență și trasabilitate clare, care respectă principiile generale ale sustenabilității.

Astfel, pe termen mediu și lung obiectivele companiei se concentrează pe simplificarea procesului de reciclare a ambalajelor și pe implementarea materialelor și a ambalajelor din surse sustenabile. Printre proiectele implementate sau în curs de implementare sunt: tranziția către pungi biodegradabile, înlocuirea paielor din plastic cu paie din hârtie, eliminarea tuturor produselor din plastic de unică folosință.

Responsabilitatea asupra materialelor pe categorii hârtie - carton și plastic provenite din ambalajele companiei noastre este preluată de către firma FEPRĂ INTERNAȚIONAL SA.

Cantitățile pe tipurile de ambalaje utilizate pentru produsele noastre

Cantitățile pe tipurile de ambalaje /organizație/an	KFC România		Pizza Hut România		Taco Bell România		KFC Moldova		KFC Italia	
	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018
ambalaje din carton/hârtie, tone/an	1 644,02	1 927,71	216,56	236,95	2,82	8,99	10,00	41,00	11,23	93,13
ambalaje din plastic, tone/an	77,83	114,39	3,28	4,48	0,72	0,80	0,50	4,50	1,29	22,95

Ambalajele noastre provin de la furnizori certificați de Consiliul de Administrare a Pădurilor (FSC-Forest Stewardship Council), Programul de Avizare a Certificării Forestiere (PEFC - Programme for the Endorsement of Forest Certification) sau Inițiativa pentru o Silvicultură Durabilă (SFI- Sustainable Forestry Initiative).

Pizza Hut și **Pizza Hut Delivery** - cartonul de la cutiile de pizza provine din păduri gestionate în mod responsabil și/sau din materiale reciclate.

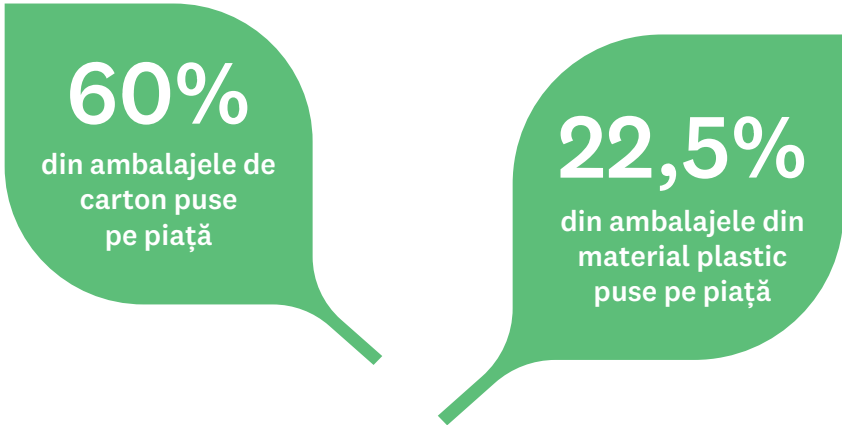
La **KFC** și **Taco Bell** toate ambalajele pe bază de hârtie și carton (pungi, cartoane, cutii, pahare) sunt obținute din păduri gestionate în mod responsabil și/sau din surse reciclate.



Pizza Hut, Pizza Hut Delivery și KFC: 90% din totalul ambalajelor folosite provine din materiale reciclate.

Taco Bell: aproximativ 65% din totalul ambalajelor folosite provine din materiale reciclate

În România conform legislației în vigoare sprijinim procesul de colectare și reciclare pentru atingerea țintelor naționale, astfel valorificăm prin Organizații de Transfer de Responsabilitate (OTR):



Cantitățile de ambalaje reciclate prin OTR-uri la nivelul României

Cantitatea totală reciclată/an	România		KFC România		Pizza Hut România		Taco Bell România	
	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018
ambalaje din carton/hârtie, tone/an	1 127,66	1 304,93	995,31	1 156,63	130,39	142,18	1,96	6,12
ambalaje din plastic, tone/an	18,42	30,28	17,52	25,74	0,74	1,01	0,16	3,53

Cantitățile reciclate prezentate mai sus respectă cerințele legale specifice de reciclare a cantităților de ambalaje puse pe piața din România.

În Italia am aderat la Consorțiul Național pentru Ambalaje ("CONAI") în care societățile definite ca "utilizatori de ambalaje" plătesc o taxă calculată pe baza cifrei de afaceri.

Având în vedere că cerințele legale din Moldova nu impun recuperarea din piață a ambalajelor în vederea reciclării, nu am putut pune la dispoziție aceste cantități. Cu toate acestea, din informațiile deținute de companiile de colectare si reciclare care preiau ambalajele utilizate de clienți din restaurantele noastre, rezultă că acestea revalorifică o mare parte dintre ele.

INIȚIATIVE

Pentru că ne dorim să contribuim la o lume fără plastic

- Începând cu luna iulie a anului 2018 am înlocuit pungile din plastic cu pungi biodegradabile.
- Începând cu aprilie 2019 vom demara procesul de înlocuire a paielor din plastic cu paie din hârtie.

Ne dorim ca 100% din ambalajele noastre pe bază de plastic să fie recuperabile sau reutilizabile până în 2025



4.4

Risipa alimentară

Risipa alimentară se produce atunci când alimentele rămân neconsumate și are loc în diferite etape - producție, procesare, vânzare și la consumatorul final. Sphera consideră deosebit de importantă reducerea cantității de alimente neconsumate, în toate etapele, prin implementarea de măsuri strategice și îmbunătățirea performanței sale în reducerea cantității de deșeuri alimentare generate.

Deșeurile alimentare reprezintă o problemă primordială în întreaga lume. Conform unor studii efectuate, la nivel mondial 1/3 din alimente sunt aruncate. Pe lângă faptul că aceste deșeuri reprezintă resurse și implicit bani, acestea contribuie și la o creștere semnificativă a amprente de carbon, un impact negativ asupra mediului înconjurător.

Ne concentrăm eforturile nu numai în direcția respectării cerințelor legale specifice risipei alimentare, ci și în direcția conservării resurselor. Pornind de la cultivare, fabricare, transportul și vânzarea de alimente - toate aceste procese consumă energie și resurse.

Abordăm principiile ierarhiei deșeurilor concentrându-ne astfel pe prevenirea generării acestora și urmând ierarhic valorificarea și donarea surplusului de produse alimentare procesate în termen de valabilitate.

Deșeurile alimentare provenite din activitatea companiei noastre, fiind subproduse de origine animală sunt eliminate prin incinerare, conform legislației sanitar veterinar și siguranța alimentului.

Lucrăm din ce în ce mai intens la reducerea deșeurilor alimentare în lanțul nostru valoric însă suntem conștienți că avem un drum lung de parcurs pentru a putea avea un impact asupra contextului global.



Cantitățile de deșeuri alimentare generate în restaurantele noastre

Cantitatea totală/organizație/an	KFC România		KFC Moldova	
	2017	2018	2017	2018
Deșeuri alimentare, tone/an	18,47	21,60	5,00	5,20

INIȚIATIVE

În vederea diminuării cantității deșeurilor alimentare, am adoptat o serie de măsuri care ne ajută la prevenirea generării acestora, și anume:

- Utilizarea metodei FEFO (first-expired, first-out) în restaurantele și spațiile de depozitare;
- Planificarea aprovizionării în funcție de istoricul vânzărilor;
- Monitorizarea planului de întreținere preventivă;
- Achiziționarea produselor în ambalaje potrivite pentru volumul zilnic de producție;
- Depozitarea și manipularea produselor alimentare astfel încât să fie protejată integritatea ambalajului și a produsului, cu scopul de a reduce ingredientele și produsele neconforme;
- Instruirea personalului și crearea unui flux de lucru în restaurante care să prevină căderile accidentale ale produsului pe jos;
- Transferul conform planificării între depozitul central și restaurante;
- Utilizarea de echipamente și tehnologii fiabile;
- Implementarea programului Harvest cu scopul de a reduce risipa alimentară și de a sprijini persoanele din medii defavorizate.

Aceste măsuri ne-au ajutat, odată cu reducerea cantității de deșeuri alimentare generate, să ne diminuăm și emisiile de gaze cu efect de seră, îmbunătățindu-ne astfel amprenta de carbon a companiei.



În 2018, Programul HARVEST a condus la diminuarea emisiilor de gaze cu efect de seră cu 1,84 t CO2eq* prin donarea a 1 075 kg de produse alimentare procesate în termen de valabilitate.

* Calculele se bazează pe factorul de emisie de CO2 per tonă de deșeu alimentar din sectorul alimentar (procesare/producție), factor pus la dispoziție de Comisia Europeană [DG ENV - Directorate C] în raportul - Final Report - Preparatory Study on Food Waste - 2010.



Oameni și
Comunitate



VREM SĂ FIM NOI, ÎN VARIANTA NOASTRĂ CEA MAI BUNĂ!

Suntem o organizație orientată spre inovație, produse și servicii de înaltă calitate oferite prin intermediul restaurantelor noastre, în care clienții revin întotdeauna cu plăcere. Fundamentul business-ului nostru îl reprezintă siguranța alimentară și bunăstarea angajaților și consumatorilor noștri. De aceea simțim că avem responsabilitatea de a ne implica în dezvoltarea comunităților și de a contribui la soluționarea problemelor cu care acestea se confruntă.

De peste 10 ani ne implicăm în activități de sprijin social, fiind preocupați să consolidăm angajamentul nostru în sfera responsabilității sociale. Astfel, ne concentrăm energia în derularea de parteneriate și proiecte împreună cu diverse fundații, ONG-uri și instituții de învățământ, cu obiectivul de a susține educația și învățarea continuă, inserția și reinserția profesională a diverselor categorii, care pot contribui la creșterea gradului de pregătire și la susținerea retenției populației active în România.

5.1

Angajații noștri

Misiunea noastră

Grupul Sphera își propune să ofere o experiență completă angajaților săi, de tip **Hire2Retire**, cu scopul de a maximiza atât potențialul individual, cât și al organizației.

Ne dorim să contribuim în societate prin anticiparea corectă a nevoilor de angajare și de promovare a diversității, prin dezvoltarea angajaților și pregătirea lor pentru viitor, precum și prin promovarea unei etici profesionale coerente. Vrem să îi inspirăm pe angajații noștri în călătoria lor de dezvoltare personală și să îi susținem în demersurile lor de a fi ei, în varianta lor cea mai bună.

Strategia noastră

Strategia noastră referitoare la angajați pornește de la ideea de a oferi tuturor celor care lucrează în companiile Grupului o experiență memorabilă.

Oferim angajaților noștri:

- un cadru legal, sigur și stabil pentru derularea activității;
- o atmosferă de lucru colaborativă, cu focus pe soluții și comportamente eficiente;
- oportunitatea formării competențelor specifice posturilor ocupate și a învățării continue;
- șansa dezvoltării personale;
- posibilitatea de a susține o cultură a diversității și incluziunii.

Promisiunea noastră

Ne propunem, prin abordările și proiectele pe care le implementăm, să asigurăm un mediu de lucru non-discriminativ (indiferent de vârstă, sex, religie sau etnie), stabil și sigur, propice învățării și dezvoltării profesionale, personale și performanței angajaților și să devenim un angajator de top, care se adresează categoriilor din ce în ce mai diverse de populație activă.

În anii următori ne dorim să asigurăm un cadru sustenabil și divers de integrare socială adecvată unor categorii potențial defavorizate și să includem într-o măsură mai mare persoane apte de muncă din categorii de vârstă de peste 45 de ani, persoane din comunități defavorizate, persoane cu anumite dizabilități, persoane care doresc să își continue studiile și care au nevoie de un cadru prin care se pot susține financiar, precum și de mentorat.

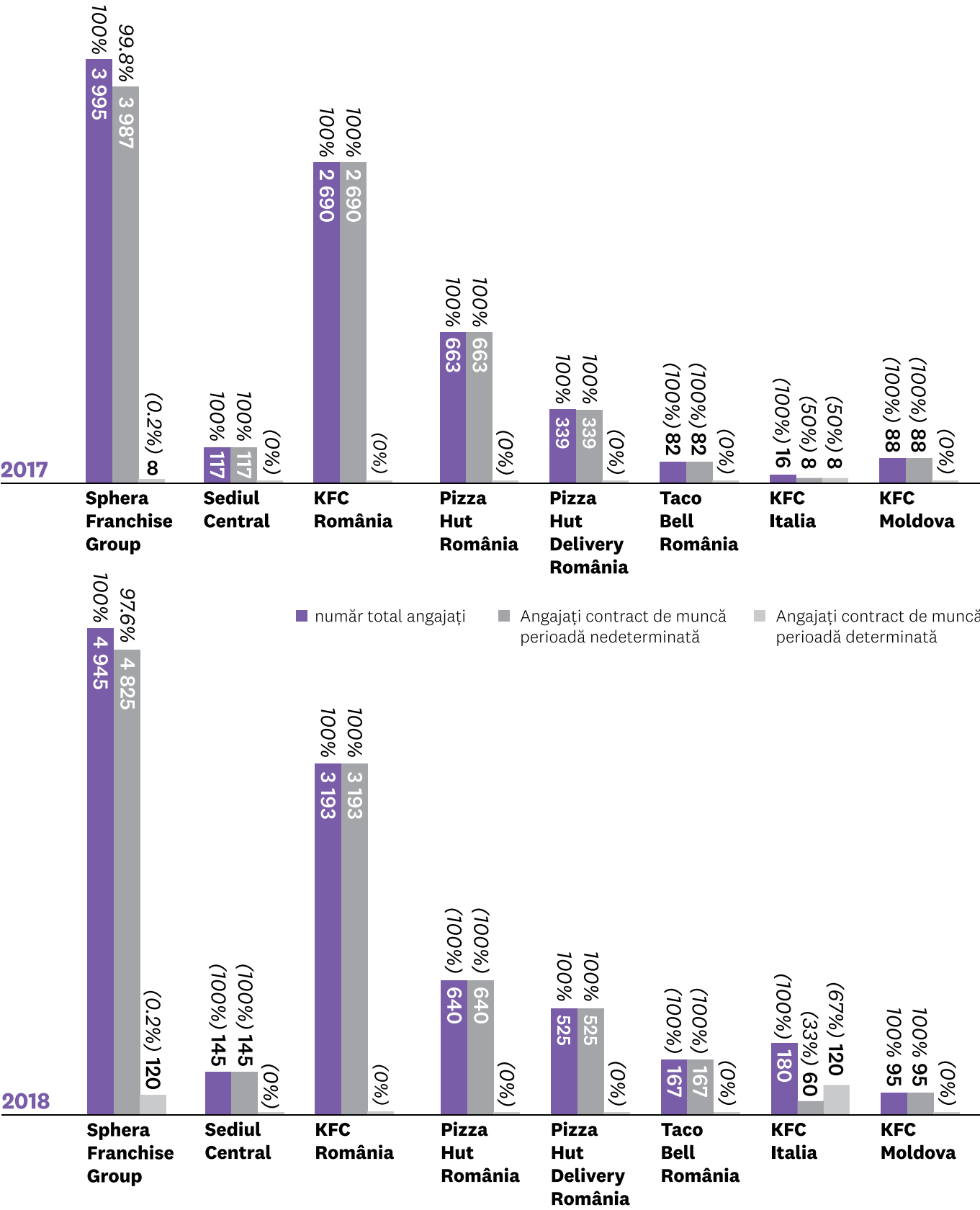
Ne dorim, de asemenea, să dezvoltăm și o diversitate de naționalități în cadrul echipelor noastre, angajând persoane din alte țări, care să fie integrate cultural și profesional.

Angajații noștri reprezintă esența succesului nostru și de aceea urmărim atragerea lor atât prin conținutul ofertei salariale cât și prin deschiderea pe care o arătăm față de flexibilitatea programului și diversitate. Oferim oportunități de angajare fără a solicita experiență profesională anterioară.

Anul 2018 a reprezentat un an de creștere pentru noi, atât ca business cât și ca număr de angajați, ajungând astfel la **4 945**, în creștere cu circa **24%** față de anul 2017.

NUMĂR TOTAL ANGAJAȚI 2017/2018*

Sphera Franchise Group



* angajați activi la sfârșitul anului

5.1.1

Dezvoltarea și creșterea competențelor angajaților

Business-ul nostru se bazează pe oamenii noștri. Formarea continuă, motivarea angajaților, asigurarea accesului la programele de dezvoltare, precum și crearea unui parcurs profesional pentru ei, reprezintă o preocupare continuă pentru noi.



Pe măsură ce construim unele dintre cele mai iubite și de încredere brand-uri din lume, un motor esențial al dezvoltării Grupului îl reprezintă potențialul angajaților noștri. La nivel de business trebuie să ne adaptăm tuturor schimbărilor din mediul în care activăm și facem acest lucru prin încurajarea dezvoltării profesionale, dezvoltare personală și academică. Motivăm angajații prin exemplul atitudinii pozitive, al abordării echilibrate, prin insuflarea valorilor companiei astfel încât să **poată fi ei înșiși în varianta lor cea mai bună.**

Am conceput **Programul de onboarding** în așa fel încât să îi ajute pe noii colegi să se adapteze treptat, atât la mediul de lucru, cât și în echipă, astfel încât să lucreze cu plăcere, oferind clienților experiențe dincolo de așteptări.

Strategia de formare implementată de Sphera este concepută în jurul tendinței de transfer către leadership-ul bazat pe valori, care susține o cultură a îndrumării, în scopul obținerii stării de bine a tuturor angajaților.



Punem la dispoziția angajaților noștri un set de experiențe de învățare și dezvoltare specifice fiecărei funcții constând din:



PREGĂTIRE TEORETICĂ PE O PLATFORMĂ E-LEARNING

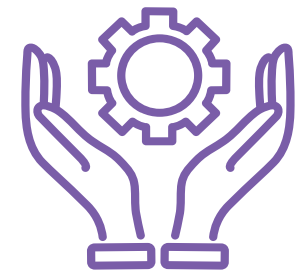
ce conține cursuri care se adresează atât personalului din restaurante cât și echipelor manageriale.

1



TRAINING OPERAȚIONAL

care să susțină derularea activității curente la nivelul standardelor Yum! Brands, Inc. și a procedurilor specifice, prin:



PREGĂTIRE PRACTICĂ

care se desfășoară în cadrul restaurantelor; oferim astfel oportunități de învățare tuturor angajaților noștri.

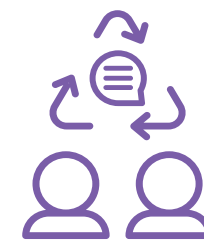
2



CALIFICĂRI ȘI CERTIFICĂRI ÎN DOMENIUL OSPITALITĂȚII

recunoscute la nivel european.

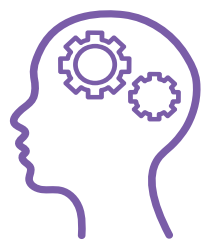
3



SESIUNI DE ANTRENARE A COMPETENȚELOR SOFT ȘI MANAGERIALE

adresate tuturor angajaților care ocupă poziții de coordonare echipe, pe subiecte referitoare la comunicare, recrutare și selecție, coordonarea echipelor, motivare, managementul schimbării, managementul conflictului, limba engleză, etc.

4



PROGRAME DE DEZVOLTARE PERSONALĂ

care deschid noi orizonturi de cunoaștere atât a propriei persoane cât și a celorlalți.

Numărul orelor de pregătire în cadrul organizației

Ore de pregătire per funcție aferentă	Sphera Franchise Group	KFC România	Pizza Hut România	Pizza Hut Delivery România	Taco Bell România	KFC Italia	KFC Moldova
Total, 2018	361 520	245 440	37 550	32 090	18 200	23 320	4 520
Top Management / Management	400	0	0	0	0	0	0
Management Regional / Zonal	1 260	780	240	180	60	0	0
Management Restaurant	64 360	38 400	4 800	6 480	6 720	7 480	480
Personal Restaurant	295 500	206 260	32 510	25 430	11 420	15 840	4 040

Centrul de Pregătire și Excelență

În București, din grija noastră pentru noii colegi care se alătură echipelor tuturor brand-urilor pe care le reprezentăm, dar și pentru angajații existenți care participă la diverse programe de dezvoltare profesională și personală, a fost inaugurat, în 2018, **Centrul de Pregătire și Excelență**, situat în zona Piața Universității. Am ales cu atenție locația centrală și facilitățile acesteia, pentru a le oferi noilor colegi o experiență deosebită, aceștia fiind primiți de o echipă dedicată și petrecându-și prima lor zi într-un sediu nou, prietenos și ușor accesibil. Aici, ei încep călătoria de angajat și instruirea pentru activitățile pe care le vor desfășura ulterior în cadrul companiei.

Beneficii:

- **noilor angajați** le asigură o primire caldă și stabilește bazele colaborării în cadrul echipelor;
- **angajaților actuali**, le pune la dispoziție un spațiu propice învățării și dezvoltării continue.

Dorim să menținem abordarea structurată și ținută a programelor de instruire în toate teritoriile unde suntem reprezentați și unde continuăm să ne dezvoltăm.



Programe de dezvoltare

Recunoaștem performanța și comportamentele eficiente: apreciem realizările și comportamentele eficiente ale colegilor și celebrăm succesul obținut.

Leading with Heart

Pentru ca liderii noștri să aibă succes, să inspire și să motiveze, este nevoie să "conducă cu inima". În acest sens derulăm încă din 2016, în interiorul echipei noastre, **programul de dezvoltare personală "Leading with Heart"**, adresat celor care au o poziție managerială sau fac parte din echipa de Resurse Umane și din alte departamente de tip suport.

Leading With Heart a fost conceput pentru a permite liderilor, de la CEO până la Manager de Tură, să înțeleagă propriul lor comportament și să identifice de ce anume fac lucrurile pe care le fac, să identifice comportamentele eficiente care induc starea de bine la nivel personal și de echipă.

Programul acesta dezvoltă conștientizarea de sine, oferă o perspectivă **asupra propriilor comportamente** prin obținerea **viziunii personale versus viziunea celorlalți și susține procesul de transformare personală și profesională** a tuturor celor implicați.

Leading with Heart, o călătorie spre dezvoltare personală



Beneficii

- #1** Investim în angajați astfel încât să fie ei înșiși, în varianta lor cea mai bună!
- Susținem managerii să fie lideri eficienți și ajutoare de nădejde
- Asigurăm suport managerilor noștri pentru a înțelege de ce se comportă într-un anumit fel, pentru a crește nivelul de autocunoaștere și încredere
- Aliniem comportamentele noastre la viziunea companiei
- Oferim perspectiva comportamentelor eficiente și ineficiente



Inspire the Future Leader
in YOU (iFly)

Un alt program de dezvoltare personală și de transformare profesională este programul "Inspire the Future Leader in You", program pilot la care au participat 16 angajați cu potențial de dezvoltare în ariile lor de responsabilitate, timp de 9 luni.

160

ore

Timpul investit de către
fiecare participant

Programul oferă un echilibru între teoria aliniată la ultimele tendințe în materie de leadership (neuroștiință, mindfulness, psihologie și inteligență emoțională) și analiza provocărilor actuale ale Grupului cu prezentarea la final a unor proiecte care vizează fortificarea business-ului actual și transformarea premiselor actuale în reale oportunități de dezvoltare.

O parte din aceste programe destinate antrenării de competențe soft & manageriale, dezvoltării personale s-au derulat în cadrul **Centrului de Pregătire și Excelență**, unde obișnuim să găzduim workshop-uri, întâlniri de lucru, sesiuni de brainstorming etc.

Reușim astfel să alcătuim un grup divers de angajați talentați care cresc împreună cu business-ul și care urmăresc oportunități de dezvoltare în interiorul companiei.

Suntem extrem de mândri că majoritatea celor care ocupă poziții manageriale în acest moment și-au început cariera în calitate de membri ai echipelor din restaurante.

Pentru mulți dintre angajații noștri actuali suntem primul angajator și acest rol atrage responsabilitatea noastră de a îi susține în demersurile lor de dezvoltare.

Călătoria profesională de la Personal Restaurant la Director Operațiuni sau către o poziție specifică unui departament suport este aliniată cu dezvoltarea competențelor specifice fiecărei etape și cu obținerea de rezultate care permit trecerea către următorul nivel ierarhic. Investim astfel în potențialul, talentul, expertiza și pasiunea angajaților noștri și dorim să le oferim oportunitatea dezvoltării unei cariere pline de satisfacții și oportunități de dezvoltare. Astfel, o parte din angajați pot accesa o schimbare în parcursul lor profesional sau pot contribui la schimburi de experiență cu colegii lor din țări unde avem prezență activă.

În 2018, datorită creșterii business-ului, am înregistrat o rată de promovare internă în cadrul companiilor Grupului de aproximativ 90%.



5.1.2

Satisfacția și starea
de bine a angajaților

Succesul business-ului nostru depinde de capacitatea noastră de a atrage și de a păstra oameni talentați, fericiți și responsabili. Starea de bine a angajaților noștri și posibilitatea lor de a se dezvolta și a promova în carieră sunt aspecte importante în strategia noastră și suntem siguri că putem clădi astfel un nivel înalt de implicare în interiorul organizației.

Eforturile noastre sunt orientate către atragerea, angajarea și loializarea angajaților, precum și către investiții constante în dezvoltarea lor profesională și în oportunități care răspund nu numai cerințelor lor financiare și de program de lucru flexibil, oferind în același timp și posibilitatea unei cariere de lungă durată în industria de food-service.

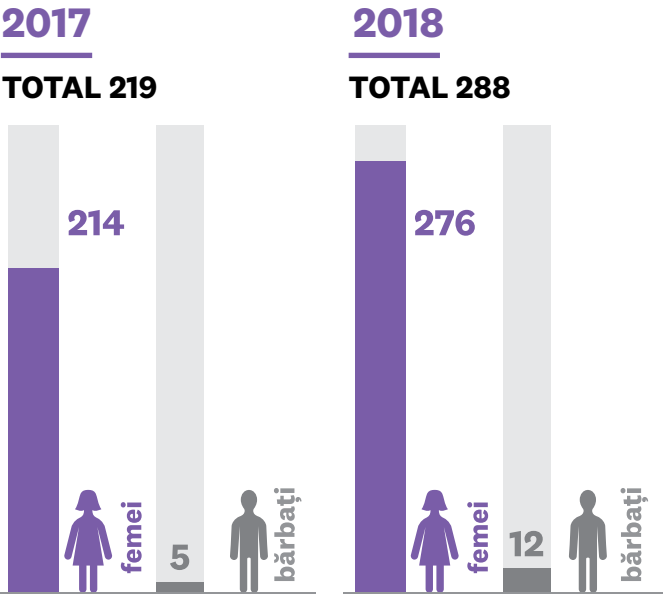


De asemenea, suntem conștienți că o parte importantă a stării de bine a angajaților o reprezintă echilibrul dintre viața profesională și cea personală.

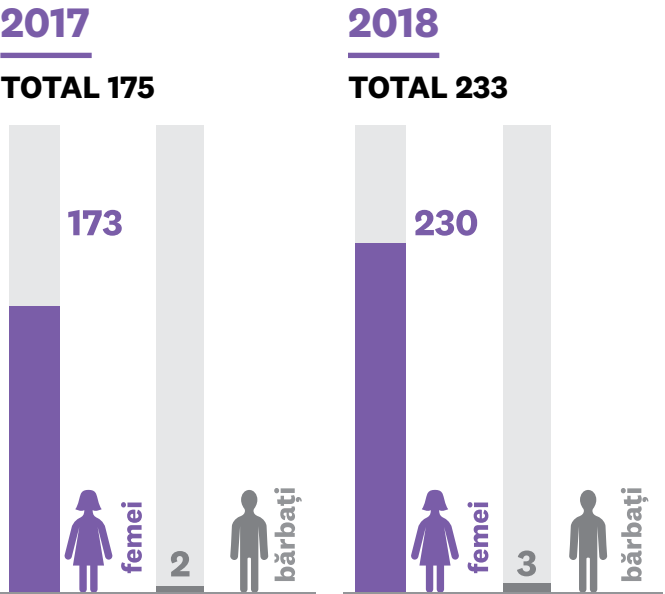
Toți angajații noștri beneficiază de concediu pentru creșterea copilului în conformitate cu legislația în vigoare.

Sphera Franchise Group

Angajați care au beneficiat de
concediu creștere copil



Angajați care au revenit din
concediu creștere copil



PROMISIUNEA NOASTRĂ
CĂTRE ANGAJAȚI:

"Fii tu în varianta ta cea mai bună!"

Angajații noștri sunt încurajați și susținuți să se dezvolte, atât la nivel profesional cât și personal, astfel încât să poată fi mai buni zi de zi.

"Implică-te și diferențiază-te!"

Ne dorim ca angajații noștri să fie implicați și de aceea considerăm importante atât **comuni-carea internă continuă** prin intermediul căreia ne informăm angajații asupra aspectelor esențiale de business, cât și **organizarea de evenimente interne dedicate angajaților**. Sperăm în acest mod să susținem demersurile de a genera coeziune în rândul echipelor noastre, de a întări sentimentul de apartenență și complementaritate, precum și de a încuraja angajații să fie autentici zi de zi.

"Distrează-te!"

Vrem ca în toate restaurantele noastre să existe o atmosferă pozitivă de lucru, colaborativă, bazată pe respect, încredere, asumare și cu focus pe soluții și eficientizare.

CE FACEM, CONCRET

Susținem angajații atunci când decid să participe la competiții sportive

Organizăm evenimente pentru copiii angajaților cu ocazia sărbătorilor

Felicităm angajații cu ocazia zilei de naștere



Recunoaștem comportamentele eficiente, meritele, dezvoltarea angajaților la nivel individual

Sărbătorim momentele de succes individuale

Acordăm, în baza unor criterii de selecție, burse interne de susținere a angajaților

care în paralel cu derularea colaborării noastre, se află și într-o formă superioară de învățământ și obțin rezultate foarte bune;

Sărbătorim momentele de succes ale echipei în restaurant și în afara lui

Participăm la acțiuni de voluntariat

Informăm angajații în mod recurent prin:

buletine informative care surprind noutățile în materie de business, comunicatele liderilor, articolele referitoare la companiile noastre sau liderii noștri, revista internă care este realizată cu ajutorul angajaților sau mesaje audio de interes difuzate în restaurante.

Împărtășim colegilor propriile pasiuni prin intermediul articolelor publicate în revista internă NOI

Nivelul de satisfacție

al angajaților noștri a fost monitorizat prin intermediul unor sondaje care ne furnizează informații asupra percepției acestora în legătură cu subiecte precum: condițiile de muncă, echilibrul dintre muncă și viața personală, colaborare, recompense, beneficii, recunoaștere, dezvoltare, infrastructură, diversitate etc.

Dialog permanent

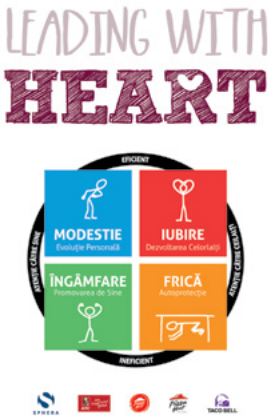
Pentru că interacțiunea constantă ne asigură o calibrare la feedback-ul oferit de angajații noștri, susținem un dialog permanent cu ei, pentru a urmări aspecte legate de satisfacția lor, de la momentul angajării până la momentul plecării din companie.

COFFEE TALKS

Organizăm astfel, pe lângă întâlnirile periodice dintre angajați și superiorii lor și sesiuni de tip "Coffee Talks" în care liderii seniori ai companiei întâlnesc diverși colegi și discută despre subiecte actuale și de viitor.

PROBLEMA TA e și
PROBLEMA NOASTRĂ

Toți angajații au la dispoziție un număr de telefon dedicat, pentru situațiile în care doresc să clarifice anumite aspecte, au nevoie de îndrumare sau suport în demersurile lor ce au legătură cu activitatea curentă sau doresc să sesizeze incidente sau să facă o reclamație.



5.1.3

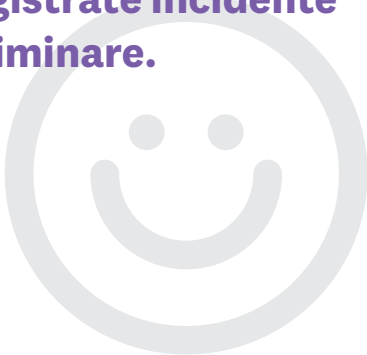
Drepturile omului

Problematica drepturilor omului este cheia responsabilității organizației față de comunitatea din care face parte. Drepturile omului reprezintă un subiect deosebit de important pentru toate companiile din Grupul Sphera. Ne angajăm să creăm în permanență un mediu de lucru care să favorizeze diversitatea și incluziunea socială, garantând că drepturile omului sunt pe deplin recunoscute și respectate.

Ne ghidăm activitatea respectând principiile internaționale privind drepturile omului stipulate în Declarația Universală a Drepturilor Omului, adoptată de Organizația Națiunilor Unite, precum și în convențiile adoptate de Organizația Internațională a Muncii, toate reglementările cu privire la drepturile omului și egalitatea de șanse fiind incluse în regulile interne ale companiei.

Angajații noștri sunt încurajați să raporteze orice incident legat de discriminare astfel încât să putem demara cercetările necesare și, în eventualitatea în care cazurile se confirmă, să putem implementa acțiuni corective, pentru ca, pe viitor, astfel de evenimente să nu mai aibă loc.

În perioada de raportare nu au fost înregistrate incidente legate de discriminare.



Cultivăm un mediu de lucru în care diversitatea

este încurajată și este văzută ca un element care aduce beneficii activității noastre, pe toate palierele organizaționale;

Nu tolerăm discriminarea

pe motive de rasă, sex, etnie, culoare, religie, vârstă, orientare sexuală, naționalitate, origine socială, orientare politică sau de altă natură;

Promovăm un mediu de lucru sigur

lipsit de orice formă de abuz, hărțuire sau violență;

Respectăm în totalitate obligațiile legislative

privind condițiile de angajare, programul de lucru și libertatea de asociere ale angajaților noștri și ne asigurăm că procesul de recrutare, angajare, instruire, remunerare și avansare în carieră este unul transparent, bazat exclusiv pe experiență, competențe și rezultate.

Diversitate

Suntem conștienți că diversitatea este esențială pentru business-ul nostru, atât în ceea ce privește interacțiunea directă cu clienții noștri, dar mai ales pentru coeziunea echipelor și suntem mândri că reușim să păstrăm un echilibru aproape perfect între sexe.

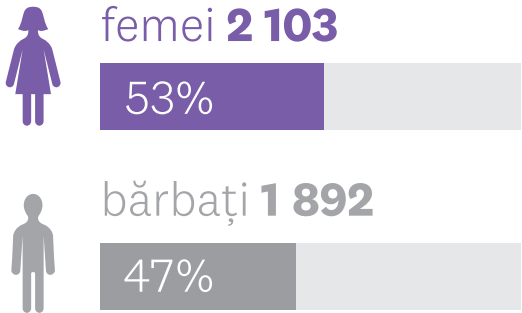
Consiliul de Administrație al Grupului este constituit în proporție de 100% din bărbați și echipa managerială alcătuită din directori executivi și neexecutivi este formată din 3 femei și 4 bărbați. Echipa de management operațional este diversă, la nivelul anului 2018 procentul de femei care ocupă poziția de management în cadrul Grupului este de 53%, în timp ce bărbații reprezintă 47%.

Sphera Franchise Group

Distribuția angajaților în funcție de sex

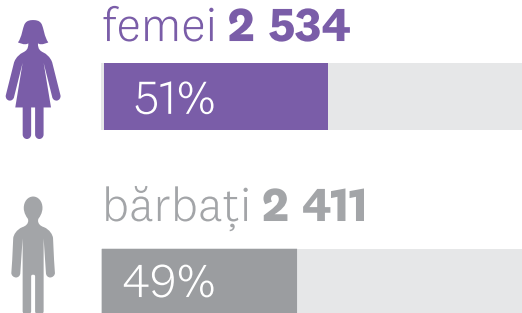
2017*

TOTAL (angajați)
3 995



2018*

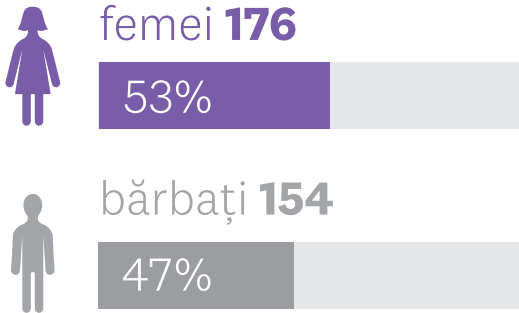
TOTAL (angajați)
4 945



Angajați în poziții de management:

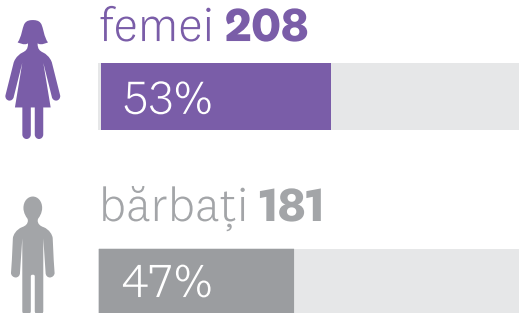
2017*

TOTAL 330



2018*

TOTAL 389

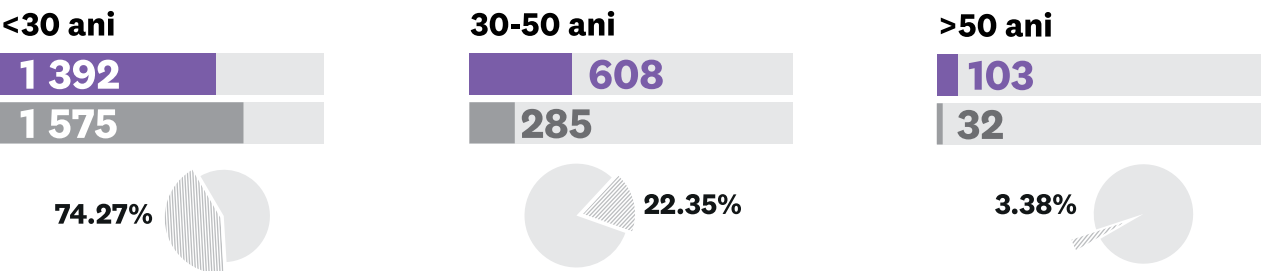


*angajați activi la sfârșitul anului

Distribuția angajaților în funcție de vârstă și sex

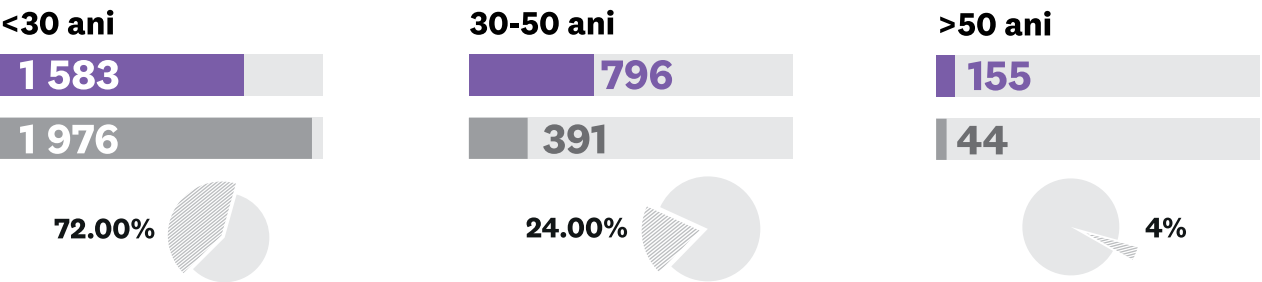
2017*

femei bărbați



*angajați activi la sfârșitul anului

2018*



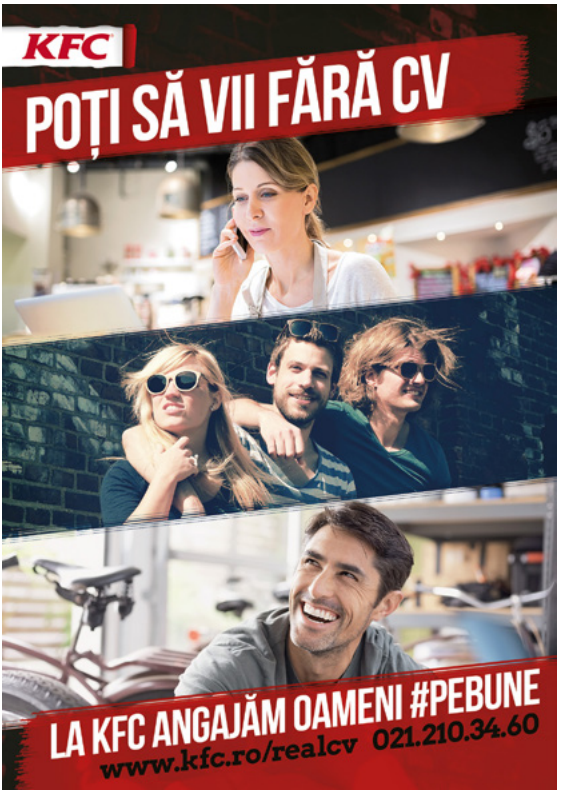
*angajați activi la sfârșitul anului

În ceea ce privește distribuția angajaților în funcție de vârstă și sex, populația noastră activă este predominant tânără și susținem acest trend prin încurajarea tinerilor fără experiență de lucru să aplice și să se angajeze în companiile noastre. Suntem pregătiți să îi integrăm și să îi instruiem astfel încât după o perioadă de 3-6 luni să înceapă să observe valoarea adăugată a colaborării noastre.

Încurajăm schimbarea prin inițiativa:

POȚI SĂ VII FĂRĂ CV

Există de asemenea și un segment de angajați peste 45 ani pe care îi atragem prin deschiderea pe care o avem față de persoanele care își doresc o schimbare în parcursul lor profesional.



5.1.4

Sănătatea și securitatea angajaților

Grupul Sphera și companiile sale înțeleg importanța sănătății și a siguranței angajaților și a contractorilor săi. Pentru aceasta, în mod continuu transmitem informări, identificăm riscurile și eventualele pericole, efectuăm audituri și utilizăm cele mai bune practici și metode de instruire pentru a ne asigura că politicile și măsurile noastre de sănătate și siguranță sunt înțelese și respectate. Ne asigurăm că dispunem de resurse pentru a crea locuri de muncă sigure pentru angajații noștri.



CE FACEM?

Evaluăm riscurile de accidentare și îmbolnăvire profesională;

Ne asigurăm că toți angajații sunt apți de lucru, corespunzător posturilor ocupate;

Pregătim angajații încă din prima zi în legătură cu responsabilitățile postului, riscurile specifice și planul de instruire aferent;

Monitorizăm în mod constant starea de sănătate a tuturor angajaților noștri;

Organizăm instruirii periodice referitoare la procesele operaționale precum și în domeniul siguranței alimentelor, sănătății și siguranței muncii/situații de urgență;

Urmărim eficientizarea proceselor și a utilajelor folosite;

Ne asigurăm că procedura de raportare a evenimentelor este respectată; orice eveniment se comunică autorităților locale în conformitate cu reglementările legale și este gestionat conform indicațiilor în vigoare.



Instruire și prevenție

Instruirile periodice s-au axat în principal pe aplicații practice pentru utilizarea stingătoarelor de incendiu din dotare și modul de acțiune în cazul situațiilor de urgență, pentru stingerea incendiilor și evacuarea în condiții de siguranță.

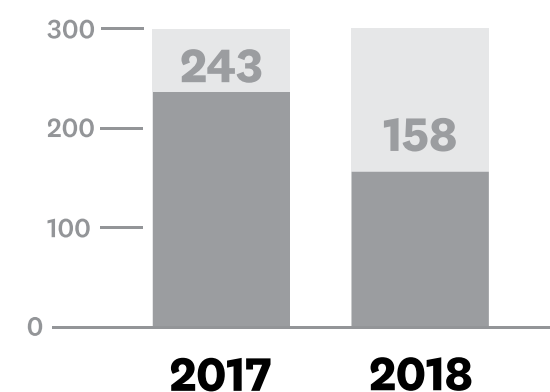
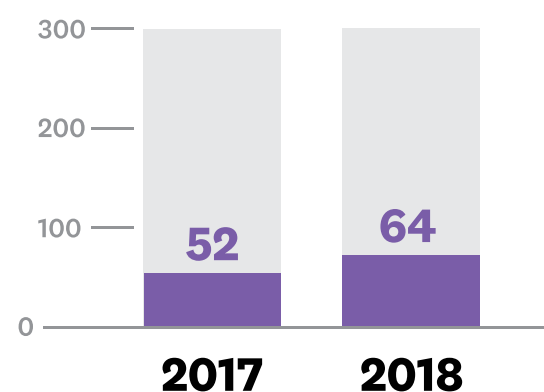
De asemenea, monitorizăm în mod continuu echipamentele de muncă / instalațiile tehnologice pentru a ne asigura că acestea funcționează în parametri optimi, astfel încât să nu constituie un pericol de accidentare sau incendiu.



Indicatori monitorizați în perioada de raportare:

În anul 2018 am avut o creștere a numărului de accidente de muncă, explicabil prin diversificarea serviciilor oferite clienților noștri. De remarcat, însă, este scăderea cu 35% a numărului de zile de concediu medical ca urmare a accidentelor de muncă ceea ce confirmă faptul că acțiunile preventive și instruirile au dat roade și că accidentele au fost de o mai mică gravitate.

Sphera Franchise Group



■ Număr accidente de muncă

■ Număr zile concediu medical ca urmare a accidentelor de muncă

5.2

Comunitate

Responsabilitatea socială face parte din strategia noastră de business și, la începutul fiecărui an, stabilim domeniile de implicare și proiectele aferente în funcție de campaniile de brand, de istoricul proiectelor, de relația cu organizațiile non-guvernamentale și de nevoile identificate la nivelul comunității.



5.2.1

Implicarea și impactul asupra comunității

Angajamentul nostru ferm este să sprijinim prin campanii de informare și educare inițiativele comunitare. De asemenea, inițiem parteneriate cu instituții de învățământ liceal și universitar pentru susținerea generațiilor viitoare, cu privire la accesul pe piața muncii și dezvoltare profesională. Succesul nostru depinde în mare măsură de calitatea vieții clienților și angajaților noștri, precum și de bunăstarea comunităților în care activăm.



Responsabilitate socială

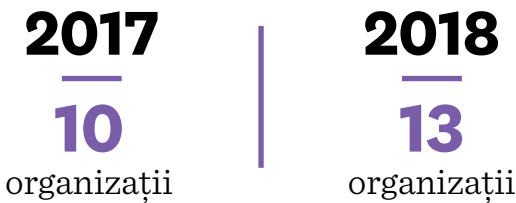
Prin strategia noastră de responsabilitate socială, ne propunem să contribuim la dezvoltarea societății în toate domeniile în care ne implicăm.

EDUCAȚIA

este pilonul principal al strategiei noastre de responsabilitate socială și, de aceea, investim preponderent în proiecte prin care creăm premise pentru tinerii ce provin din medii defavorizate, și nu numai, pentru a le oferi șansa de a se dezvolta personal și profesional. Am dezvoltat parteneriate pe termen lung, cu rezultate susținute, cu organizații a căror activitate include proiecte axate pe educația și dezvoltarea tinerilor din România și încercăm să îi sprijinim cu resursele necesare pentru a-și construi viitorul. Ne dorim ca și pe viitor să fim parte din programe care le oferă tinerilor șanse reale de integrare în câmpul muncii, chiar și în restaurantele noastre, la un moment dat.

Impactul în comunitate în cifre

Număr organizații care beneficiază de contribuții din partea Grupului Sphera



Contribuții caritabile (charity)



Colectare fonduri (fundraising)



Produse donate din restaurante KFC in programul ‘Harvest’



INVESTIȚII ÎN COMUNITATE

Ne dorim să dezvoltăm parteneriate de lungă durată, bazate pe încredere, rezultate și impactul direct asupra beneficiarilor, cu atât mai mult cu cât clienții noștri sunt parte din programele pe care le derulăm în restaurante și contribuie alături de noi la susținerea activităților sociale.

Desfășurăm campanii recurente de strângere de fonduri în restaurantele brand-urilor Sphera, fonduri donate ulterior către organizații non-guvernamentale în vederea dezvoltării unor proiecte pe termen lung și derulăm activități de voluntariat în cadrul organizației.

IMPACT DIRECT

Proiecte SOCIALE relevante

Am implementat o serie de proiecte cu impact direct, pe termen scurt, dar mai ales pe termen lung, având ca beneficiari direcți persoane provenind din medii defavorizate. Astfel, am contribuit la ameliorarea condițiilor sociale sau de mediu, la îmbunătățirea abilităților și cunoștințelor din anumite comunități, dezvoltarea personală și profesională, accesul la servicii de sănătate și creșterea calității vieții.

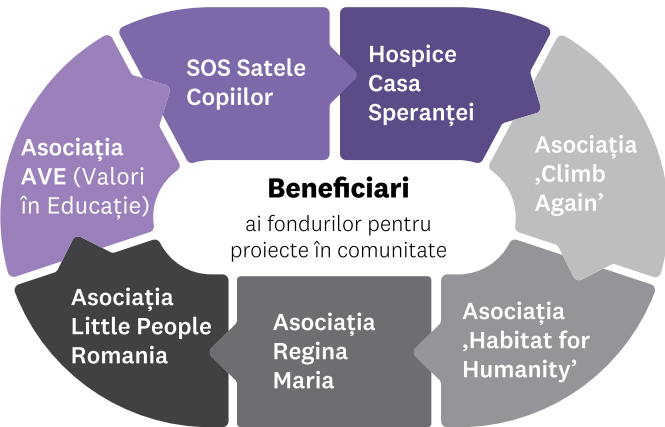
„HOSPICE Casa Speranței”

Pizza Hut & Pizza Hut Delivery susțin „HOSPICE Casa Speranței”, fundație care oferă îngrijire paliativă completă și gratuită prin servicii medicale, psihologice, sociale și spirituale pacienților cu boli incurabile și cu prognostic limitat de viață, copii și adulți, prin donarea a 1 leu din prețul fiecărei pizza Europeană medie sau mare, vândută în restaurantele din România. În fiecare lună, o donație de aproximativ 2 000 euro este făcută către HOSPICE Casa Speranței, sprijinind astfel misiunea organizației de a extinde îngrijirea paliativă la nivel național și internațional prin informare, educație, consultanță și îmbunătățirea legislației.



„Bucket de bine”

De asemenea, am donat către organizația SOS Satele Copiilor România, prin campania „Bucket de bine”, 59 100 euro în 2017 și peste 68 000 euro în 2018. În plus, am donat produse KFC și Pizza Hut Delivery în valoare totală de 1 200 de euro.



„Fizica Altfel” / KFC

KFC susține și proiectul „Fizica Altfel” realizat împreună cu „Centrul de Evaluare și Analize Educaționale” (CEAE), pentru care am donat până acum 24 500 de Euro. Programul se desfășoară anual și constă în cursuri pentru profesori, în cadrul cărora le sunt explicate metode noi, interactive de predare care să crească interesul copiilor pentru științele naturii.

Număr de profesori implicați



2017 2018

Număr elevi beneficiari



2017 2018

Suma donata, Euro



2017 2018

Program de donare de hrană HARVEST

Harvest este un program internațional ce are ca scop reducerea risipei alimentare, sprijinul comunităților nevoiașе, precum și reducerea amprentei ecologice. KFC România a implementat acest program, inițial, ca o platformă pilot, în noiembrie 2017, ca o măsură sustenabilă de a folosi surplusul alimentar din restaurantele KFC, pentru a veni în sprijinul persoanelor din medii defavorizate sau aflate în risc de excludere socială. În anul 2018, în cadrul programului au fost donate peste 1 000 de kg de produse din pui, din restaurantele KFC Drive Thru Mihai Bravu și KFC Drive Thru Iancului, către Asociația Caritas din București, prima organizație non-guvernamentală care s-a alăturat programului. De la demararea programului pilot, aproximativ 200 de beneficiari, susținuți de Asociația Caritas beneficiază zilnic de hrană. În 2019 vom extinde programul cu alte asociații la nivel național.



„Împreună pentru succesul tinerilor instituționalizați”

În 2017 și 2018 am colaborat cu asociația „The Social Incubator” prin proiectul „Împreună pentru succesul tinerilor instituționalizați”, prin care, tinerii înscriși în program au beneficiat de stagii de pregătire, fiind integrați în diferite proiecte de formare profesională și personală. Colaborarea s-a făcut prin sponsorizare cu sumele de 10 000 euro în 2017 și 15 000 euro în 2018.



Activități de voluntariat ale angajaților noștri

În fiecare an organizăm o zi a voluntariatului la care participă angajații noștri din sediul administrativ. În 2017, alături de partenerii noștri de la Hospice Casa Speranței, am construit un foișor, ne-am implicat în curățenia locației și am creat coliere și brățări din piele în cadrul unui atelier. În 2018, am amenajat curtea interioară și locurile de joacă din cadrul organizației SOS Satele Copiilor București.

Angajați implicați în acțiuni de voluntariat



2017 2018

Ore voluntariat



2017 2018

În Italia, în 2018 am participat la proiectul "Bunicul de Crăciun" (Nonno Natale), proiect inițiat de Shopping Mall Città Fiera pentru aproximativ 400 de bătrâni aflați în situații dificile, prin care s-a asigurat o masă festivă în data de 26 decembrie 2018. Scopul a fost de a oferi bătrânilor posibilitatea de a petrece Crăciunul într-un cadru de sărbătoare.

IMPACT INDIRECT

Donații din colectare de fonduri prin intermediul lanțurilor de restaurante

Prin colectarea de fonduri în restaurantele KFC, Pizza Hut și Taco Bell, am donat sume de bani cu scopul de a sprijini beneficiari ai mai multor asociații non-profit.

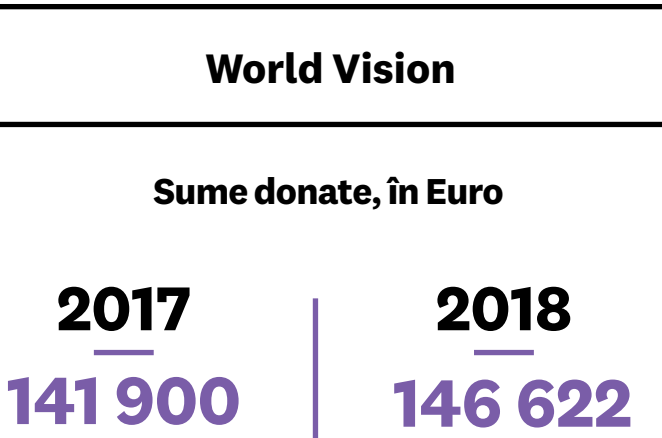
În 2018, am donat asociației „The Little People” Romania, suma de 1 000 de euro din căsuțele de donații amplasate în restaurantele Taco Bell.

„Vreau în clasa a noua!”

De-a lungul celor 11 ani de colaborare, KFC și Pizza Hut România au donat organizației **World Vision**, **805 000 euro** în cadrul proiectului „Vreau în clasa a noua!”.

Astfel, fondurile strânse prin acest program devin **burse lunare în valoare de 250 lei**, oferite elevilor înscriși în program, pe parcursul anului școlar, prin care sunt acoperite cheltuieli parțiale de transport sau cămin și cheltuieli totale cu rechizite, îmbrăcăminte și participarea la activitățile lunare de proiect, precum orientare vocațională (pentru elevii claselor a XI-a și a XII-a), gândire critică, socializare și comunicare (pentru elevii claselor a IX-a și a X-a).

Prin intermediul donațiilor către World Vision, peste 1 200 de copii din medii defavorizate au fost sprijiniți să-și continue studiile liceale.



5.2.2

Satisfacția clienților

Consumatorii noștri au dreptul să se aștepte ca alimentele pe care le cumpără și le vor consuma să fie sigure și de înaltă calitate, iar mediul din restaurante să fie sigur și fără riscuri. Dorim să ne asigurăm că practicile noastre respectă toate standardele de siguranță alimentară și a restaurantelor, concentrându-ne pe crearea de produse diverse.

Sectorul de food service are un impact direct asupra consumatorului, prin achiziția și consumul

de produse alimentare. În acest sens, am dezvoltat și implementat un proces foarte riguros pentru a măsura satisfacția clienților. Ne-am asumat angajamentul să oferim clienților noștri o experiență unică în restaurante, produse proaspăt pregătite, de calitate ridicată, servite cu promptitudine și amabilitate de personalul nostru, într-o atmosferă caldă și primitoare, considerând în același timp un mediu sigur și confortabil pentru clienți.



INDEXUL DE CONȚINUT GRI

Număr element de informare GRI	Denumire	Pagina
Elemente de informare generale		
102-1	Numele organizației	4, 7
102-2	Activități, mărci, produse și servicii	38 - 41
102-3	Localizarea sediilor centrale	7
102-4	Localizarea operațiunilor	7, 38, 39
102-5	Tipul de proprietate și forma legală de organizare	7
102-6	Piețele deservite	8
102-7	Dimensiunea organizației	8, 38, 39, 81
102-8	Informații despre angajați și alți lucrători	81
102-9	Lanțul de aprovizionare	21, 22, 42, 46
102-10	Schimbări semnificative în organizație sau lanțul de aprovizionare	21
102-11	Principiul precauției sau abordarea precaută	9, 10
102-12	Inițiative externe	98, 99
102-14	Cuvânt înainte din partea celui mai înalt reprezentant al companiei	5
102-16	Valori, principii, standarde și norme de conduită	11
102-18	Structura de conducere	13
102-19	Delegarea autorității	13
102-20	Responsabilitatea managementului executiv referitor la aspectele economice, de mediu și sociale	16, 17, 18
102-22	Componenta celui mai înalt organism de conducere și a comisiilor sale	12, 13
102-23	Președintele celui mai înalt organism de conducere	13, 14
102-25	Conflict de interese	11
102-26	Rolul celui mai înalt organism de conducere în stabilirea scopului, valorilor și strategiei	13
102-28	Evaluarea performanțelor celui mai înalt organism de conducere	14
102-40	Lista grupurilor de părți interesate	26, 27
102-42	Identificarea și selectarea părților interesate	26
102-43	Abordarea privind implicarea părților interesate	26, 27
102-44	Subiecte și preocupări cheie ale părților interesate	26, 27
102-45	Entitățile incluse în declarațiile financiare consolidate	7
102-46	Definirea conținutului raportului și limitele subiectelor relevante	23
102-47	Lista subiectelor materiale	24
102-48	Reluarea / revizuirea anumitor informații	25
102-49	Modificări în procesul de raportare	25
102-50	Perioada de raportare	4
102-51	Data celui mai recent raport de sustenabilitate	4
102-52	Frecvența de raportare	4
102-53	Adresa de contact pentru întrebări privind conținutul raportului	4
102-54	Declarație privind nivelul de conformitate cu Standardele GRI	5
102-55	Index de conținut GRI	101 - 103

Număr element de informare GRI	Denumire	Pagina
Elemente de informare specifice		
201-1	Valoare economică direct generată și valoare economică distribuită	19 pentru mai multe deliatii accesați http://www.mfinante.ro/a-genticod.html?pagina=do-menii
205-1	Operațiuni evaluate pentru identificarea riscurilor asociate prevederilor codului de conduită	11
205-2	Comunicare și instruire cu privire la politicile și procedurile anticorupție	11
205-3	Incidente confirmate privind corupția și măsuri luate	11
PRODUSE		
Acuratețea informației și comunicarea		
103-1, 103-2, 103-3	Abordarea managerială	47
417-1	Cerințe privind etichetarea și oferirea de informații despre produse și servicii	47
Inițiative privind calitatea și siguranța alimentului		
103-1, 103-2, 103-3	Abordarea managerială	52
416-1	Evaluarea impactului pe care produsele și serviciile îl au asupra sănătății și siguranței consumatorului	56
Achiziții etice în lanțul de aprovizionare		
103-1, 103-2, 103-3	Abordarea managerială	57
FP10 (GRI G4)	Politici și practici privind alterarea stării fizice și utilizarea anestezicelor	57
MEDIU		
Amprenta de carbon și schimbările climatice		
103-1, 103-2, 103-3	Abordarea managerială	60
302-1	Consumul de energie al organizației	62, 65, 66
303-1	Consumul de apă	64
305-1	Emisii directe de gaze cu efect de seră (Scop 1)	69
305-2	Emisii indirecte de gaze cu efect de seră (energie) (Scop 2)	69
305-3	Alte emisii indirecte de gaze cu efect de seră (Scop 3)	69
Valorificarea și reciclarea deșeurilor		
103-1, 103-2, 103-3	Abordarea managerială	70
306-2	Cantitatea de deșeuri în funcție de tip și metoda de eliminare	70, 72, 76
307-1	Neconformarea cu legislația și regulamentele privind protecția mediului	72
Materiale și ambalaje sustenabile		
103-1, 103-2, 103-3	Abordarea managerială	73
301-1	Materiale utilizate	73
301-2	Materiale reciclate utilizate	74
OAMENI & COMUNITATE		
Dezvoltarea și creșterea competențelor angajaților		
103-1, 103-2, 103-3	Abordarea managerială	82, 83
404-1	Număr mediu de ore de formare pe an, per angajat	54, 84
404-2	Programe pentru îmbunătățirea competențelor profesionale ale angajaților și programe de asistență în cazul schimbărilor de parcurs al carierei	85, 86
Satisfacția și starea de bine a angajaților		
103-1, 103-2, 103-3	Abordarea managerială	87, 88, 89
401-3	Concediu creștere copil	87

Număr element de informare GRI	Denumire	Pagina
Drepturile omului		
103-1, 103-2, 103-3	Abordarea managerială	90
405-1	Diversitate în rândul structurii manageriale și al angajaților	91, 92
406-1	Incidente privind discriminarea și acțiuni corective întreprinse	90
Sănătate și securitate la locul de muncă		
103-1, 103-2, 103-3	Abordarea managerială	93, 94
403-2	Tipuri de accidente de muncă și rata de accidentare, boli ocupaționale, zile de concediu medical, absenteism și număr de decese cauzate de accidente la locul muncă	94
Implicarea și impactul asupra comunității		
103-1, 103-2, 103-3	Abordarea managerială	95
203-2	Impact economic indirect semnificativ	96
413-1	Operațiuni derulate cu implicarea comunităților locale, evaluarea impactului și programe de dezvoltare	98

DISCLAIMER

Acest Raport nu constituie, și nu este destinat să constituie sau să facă parte, și nu ar trebui să fie interpretat ca reprezentând sau ca făcând parte din nicio ofertă actuală de vânzare sau de emisiune de acțiuni, sau ca o solicitare de cumpărare sau subscriere pentru nicio acțiune emisă de către Sphera Franchise Group S.A. (Grupul) sau oricare dintre subsidiarele sale în orice jurisdicție, sau ca stimulent pentru a intra în activități de investiții; acest document sau orice parte a acestuia, sau faptul că este pus la dispoziție nu poate fi invocat sau constitui o bază în orice fel pentru cele de mai sus. Nicio parte a acestui Raport, nici faptul distribuirii sale nu poate face parte din, sau poate fi invocată în conexiune cu orice contract sau decizie de investiție referitoare la acestea; nici nu constituie o recomandare privind valorile mobiliare emise de către Grup. Informațiile și opiniile conținute în acest Raport sunt furnizate la data prezentului Raport și pot face obiectul actualizării, revizuirii, modificării sau schimbării fără notificare prealabilă. În cazul în care acest Raport menționează orice informație sau statistici din orice sursă externă, aceste informații nu trebuie să fie interpretate ca fiind adoptate sau aprobate de către Grup ca fiind corecte. Oricare ar fi scopul, nu trebuie să se pună bază pe informațiile conținute în acest raport, sau de orice alt material discutat verbal. Nicio declarație sau garanție, explicită sau sugerată, nu este dată cu privire la acuratețea, corectitudinea și caracterul actual al informațiilor sau opiniilor conținute în acest document sau al caracterului complet al acestuia, și nicio responsabilitate nu este acceptată pentru aceste informații, pentru nicio pierdere rezultată oricum, direct sau indirect, în urma utilizării acestui raport sau a unei părți a acestuia. Acest raport poate conține declarații anticipative. Aceste declarații reflectă cunoștințele actuale ale Grupului, precum și așteptările și previziunile despre

evenimente viitoare și pot fi identificate în contextul unor asemenea declarații sau prin cuvinte ca „anticipează”, „crede”, „estimăm”, „investim”, „subscrie”, „așteaptă”, „intenționează”, „planifică”, „proiectează”, „țintește”, „poate”, „va fi”, „ar fi”, „ar putea” sau „ar trebui” sau terminologie similară. Prin natura lor, declarațiile anticipative sunt supuse unui număr de riscuri și incertitudini, dintre care multe sunt dincolo de controlul Grupului, care ar putea determina rezultatele și performanțele reale ale Grupului să difere semnificativ de rezultatele și performanțele exprimate sau sugerate prin orice declarații anticipative. Niciuna dintre viitoarele previziunii, așteptări, estimări sau perspective din acest raport nu ar trebui să fie considerate în special ca previziuni sau promisiuni, nici nu ar trebui considerate ca implicând un indiciu, o asigurare sau o garanție că ipotezele pe baza cărora viitoarele previziunii, așteptări, estimări sau perspective au fost elaborate sau informațiile și declarațiile conținute în acest raport sunt corecte sau complete. Ca urmare a acestor riscuri, incertitudini și ipoteze, aceste declarații anticipative nu trebuie să se considere ca fiind o predicție a rezultatelor reale sau potențiale sau altfel. Acest Raport nu își propune să conțină toate informațiile care ar putea fi necesare în ceea ce privește Grupul, acțiunile sale și, în orice caz, fiecare persoană care primește acest Raport trebuie să facă o evaluare independentă. Grupul nu își asumă nicio obligație de a elibera public rezultatele oricăror revizuri ale acestor declarații anticipative conținute în acest Raport care pot apărea ca urmare a unor schimbări în așteptările sale sau să reflecte evenimente sau circumstanțe după data prezentului Raport. Acest Raport și conținutul său sunt proprietatea Grupului și nici acest document, sau o parte din el, nu poate fi reprodus sau redistribuit către altă persoană.

