

DINCOLO DE RESTAURANTE
POVESTEA CONTINUĂ

**Raport de
Sustenabilitate**

2019



S P H E R A

KFC



Pizza Hut
DELIVERY



CONȚINUT

Despre raport	3
Mesaj din partea echipei de Management	5
01	Progresul nostru
1.1	Evoluția în piață 8
1.2	Diagrama anului 2019 9
1.3	Guvernanța corporativă 10
1.4	Sustenabilitate și progres 15
1.5	Implicarea părților interesate 17
1.6	Subiecte importante pentru business-ul nostru 17
02	Produsele noastre
2.1.	Brand-urile noastre 24
2.2.	Responsabilitate și inovare 27
2.3.	Lanțul de aprovizionare 29
2.4.	Calitatea și siguranța alimentului 31
03	Grija față de mediu
3.1.	Energie și resurse 35
3.2.	Valorificarea și reciclarea deșeurilor 38
3.3.	Materiale de unică folosință 40
3.4.	Risipa alimentară 41
3.5.	Amprenta de carbon și schimbările climatice 41
04	Grija față de oameni și comunitate
4.1.	Responsabili pentru angajații noștri 45
4.2.	Implicarea și impactul în comunitate 54
4.3.	Satisfacția clienților 59
Indexul de conținut GRI	60
Disclaimer	62

Despre raport

Continuăm să investim în EXCELENȚĂ

În 2018 ne-am definit strategia de sustenabilitate, un pas important atât pentru Sphera Franchise Group, cât și pentru companiile sale. Transparența este un aspect important pentru noi, de aceea, dorim să menținem informate toate părțile interesate cu privire la eforturile depuse în domeniul sustenabilității, astfel încât acestea să se materializeze prin fapte și performanțe monitorizabile și controlabile.

În acest al doilea Raport de Sustenabilitate al Grupului dorim să evidențiem activitățile care ne aduc mai aproape de atingerea obiectivelor asumate și, odată cu ele, să aducem plus valoare obiectivelor de dezvoltare durabilă adresate prin Agenda 2030. Responsabilitatea noastră socială și de mediu trebuie înțeleasă ca aport și pași în echilibrarea aspectelor materiale importante și relevante ale industriei de food service. Pe lanțul valoric nevoile de intervenție sunt diferite și încercăm să identificăm riscurile și oportunitățile care să ne ajute să dezvoltăm un business sănătos și sustenabil. Veți regăsi în raport informații utile privind performanțele companiilor noastre și poveștile de succes ale activităților și inițiativelor cât și modul în care ne concentrăm pe atingerea obiectivelor globale privind sustenabilitatea.

Scopul Raportului

Prezentul Raport de Sustenabilitate aferent anului 2019 este cel de al doilea al Grupului și cuprinde informații privind operațiunile companiilor sale 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 evidențiază aspectele cheie ale business-ului, acțiunile, provocările, rezultatele și performanțele companiilor care activează în Grup pentru perioada ianuarie - decembrie 2019. Am furnizat date din anul precedent (2018) pentru indicatori specifici ca să subliniem evoluția în timp.

Pe viitor vom declara anual performanțele noastre ne-financiare în cadrul Raportului Anual al Grupului urmând să revenim cu date detaliate în Raportul de Sustenabilitate din anul 2022 pentru perioada 2020-2021.

Aria de aplicabilitate a raportului

Aria de aplicabilitate a acestui raport cuprinde operațiunile Sphera Franchise Group și a companiilor sale: USFN România (KFC România*), USFN Moldova (KFC Moldova*), USFN Italia (KFC Italia*), American Restaurant System (Pizza Hut Romania, Pizza Hut Delivery Romania*), California Fresh Flavours România (Taco Bell România), în cadrul unei abordări integrate (*).

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

Raportul prezintă date cantitative și calitative referitoare la modul în care companiile își derulează operațiunile în teritoriile geografice în care activează: România, Moldova și Italia. Indicatorii raportați sunt relevanți la nivelul Grupului, cât și al companiilor sale.

Referințe și linii directoare de raportare

Raportul a fost elaborat de către reprezentanții Sphera Franchise Group din România, specialiști în Relații Publice cu sprijinul consultantului extern calificat în domeniul Sustenabilității, denkstatt România. Acest raport a fost elaborat 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.

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 actuale, care vor conduce spre creșterea sustenabilă a business-ului nostru.

Contact: Pentru informații despre raport puteți să ne scrieți la: contact@spheragroup.com.

Mesaj din partea echipei de Management

Continuăm povestea brand-urilor, dincolo de restaurante, oferind o imagine de ansamblu asupra strategiei de sustenabilitate și performanțelor economice, sociale și de mediu a operațiunilor KFC, Pizza Hut, Pizza Hut Delivery și Taco Bell, în cele trei arii geografice: România, Moldova și Italia, precum și pașii urmați spre atingerea obiectivelor specifice și țintelor cheie până în 2025.

Suntem cel mai mare Grup din industria de food service din România, listat la Bursa de Valori București, în 2017.

Încă de la lansarea primului nostru raport ne-am dorit să fim un promotor al sustenabilității la nivelul piețelor în care activăm, sprijinind activ dezvoltarea unei comunități prospere.

Avem responsabilitatea de a contribui la binele societății și ne-am luat angajamentul de a investi în domenii cheie precum educația și sănătatea. Ne implicăm în activități de sprijin social de peste zece ani și, odată cu creșterea și profitabilitatea susținute, urmărim o consolidare și mai mare a angajamentului nostru în sfera responsabilității sociale. Este o promisiune pe care o facem consumatorilor noștri și comunității în care ne desfășurăm activitatea, dar și o responsabilitate, din partea unei companii mature care a înțeles nevoia de a susține persoanele ce provin din medii defavorizate.

Pentru noi, oamenii au fost și vor rămâne mereu o resursă foarte importantă. Considerăm că este una dintre responsabilitățile noastre principale să creăm locuri de muncă stabile, cu oportunități de dezvoltare a carierei, motivație, totul într-un mediu sigur și plăcut.

Suntem orientați spre dezvoltarea și susținerea inițiativelor care generează un impact pozitiv asupra produselor noastre, a angajaților noștri și a comunităților în care activăm.

Rămânem devotați gestionării cât mai eficiente a alimentelor, ingredientelor și ambalajelor. Continuăm să dezvoltăm programe pentru donare de hrană, sprijinind astfel eforturile depuse pentru a preveni risipa alimentară.

Nu în ultimul rând, lucrăm la îmbunătățirea și diversificarea continuă a portofoliului nostru de produse, acestea fiind pentru noi unul dintre factorii diferențiatori pe piață.

Vă invităm să parcurgeți raportul nostru de sustenabilitate!



S P H E R A





01

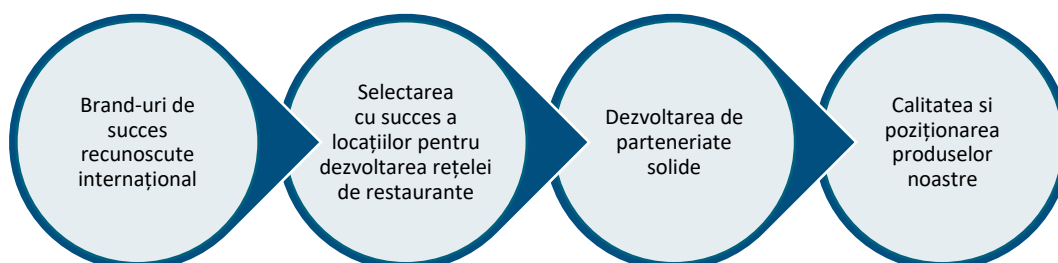
Progresul nostru

Sphera Franchise Group s-a înființat în 2017, în același an fiind și listată la Bursa de Valori București. Grupul operează în sistem de franciză brand-urile Kentucky Fried Chicken (KFC), Pizza Hut, Pizza Hut Delivery și Taco Bell în trei țări - România, Moldova și Italia - și furnizează companiilor sale servicii precum: management, suport de marketing, dezvoltare, suport în vânzări și resurse umane. Sediul social al Grupului se află în România, la București, pe Calea Dorobanților, nr. 239.

Sphera Franchise Group SA este societatea-mamă pentru companiile:

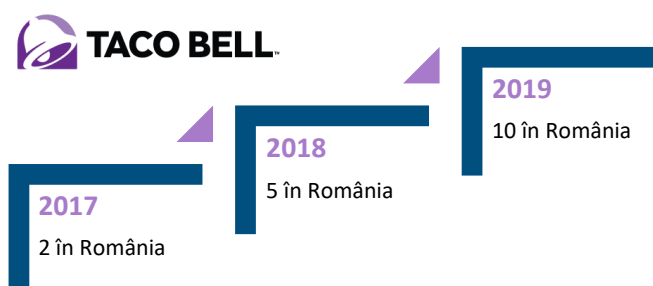
- ✓ **US Food Network SA, România** (USFN (România)) care deține drepturi de franciză pentru operarea restaurantelor sub brand-ul KFC în România; Sediul social: B-dul. Gheorghe Magheru nr. 28-30, București, sectorul 1
- ✓ **American Restaurant System S.A., România** (ARS (România)) care deține drepturi de franciză pentru operarea restaurantelor sub brand-ul 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., România** (CFF (România)) 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., Italia** (USFN (Italia)) care deține drepturi de franciză pentru operarea restaurantelor sub brand-ul KFC în anumite regiuni din Italia; Sediul social: Via Francesco Restelli 5, Milano
- ✓ **U.S. Food Network SRL, Republica Moldova** (USFN (Moldova)) care operează restaurantele sub brand-ul KFC în Republica Moldova; Sediul social: Mitropolit Bănulescu-Bodoni 45, Chișinău MD-2005

Valorile fundamentale ale Sphera definesc modelul nostru de business și se bazează pe patru piloni care au contribuit de-a lungul anilor la performanța operațională a Grupului.



1.1. Evoluția în piață

Ne-am propus dezvoltarea rețelei de restaurante atât din perspectivă de business, cât și din nevoia manifestată de clienți. Astfel, numărul unităților a crescut an de an și am diversificat gama de produse.



1.2. Diagrama anului 2019

INDICATORI PRIMI		2019 (perioada de raportare 01.01.2019-31.12.2019)				
Organizație*	SFG	KFC România	Pizza Hut & Pizza Hut Delivery România	Taco Bell România	KFC Italia	KFC Moldova
ECONOMIC						
Număr de restaurante	-	82	45	10	15	2
Venituri nete, mii lei	81.599	679.644	131.728	32.627	98.430	11.328
Venituri nete, mii euro	17.196	143.228	27.760	6.876	20.743	2.387
Taxe și impozite (excluzând costurile sociale de mai jos), mii euro	514	4.071	1.835	411	(1.598)	250
Costuri cu salariile și beneficiile pentru angajați**, mii lei	25.781	143.162	43.219	8.930	29.004	1.947
Profit Net/Pierdere, mii lei	31.998	78.772	(8.004)	(2.639)	(7.530)	1.179
SOCIAL						
Număr de angajați***	148	3.429	1.063	290	331	94
Total instruirii, ore	-	314.300	85.456	39.040	12.941	4.432
Investiții în comunitate, Euro	312.904					
MEDIU						
Deșeuri din hârtie/carton, tone/an	-	473,23	141,46	6,81	119,72	11,00
Deșeuri din plastic, tone/an	-	22,16	7,74	1,44	22,67	0,70
Deșeuri Ulei uzat, tone/an	-	243,96	6,08	6,16	51,91	10,50
Deșeuri alimentare, tone/an	-	23,54	0,416	0,00	50,21	5,00
Consum de energie electrică, MWh/an	-	24.263,68	7.562,79	1.261,98	3.766,77	5,81
Consum de apă, m³	-	169.290	43.846	4.409	13.500	7.000

* datele financiare sunt prezentate pe bază individuală, incluzând tranzacțiile între societățile din cadrul Grupului

**inclusiv costurile sociale

***angajați activi la 31 decembrie 2019

1.3. Guvernanța corporativă

Grupul a aderat la Codul de Guvernanță Corporativă emis de Bursa de Valori București și aplică principiile stabilite de către acest Cod. Sphera a luat și continuă să ia măsurile de natură profesională, juridică și administrativă necesare pentru a asigura conformarea cu prevederile Codului.

Structura și principiile de guvernanță corporativă ale Companiei, precum și competențele și responsabilitățile AGA, ale Consiliului de Administrație și ale Directorului General, respectiv ale directorilor executivi sunt descrise în Actul Constitutiv al Companiei, Regulile și Procedurile AGA, Regulamentul intern de funcționare a Consiliului de Administrație, precum și în alte documente relevante.

Membrii Consiliului au, conform legii, îndatoriri de diligență și loialitate față de Companie, prevăzute nu numai în Actul Constitutiv al Companiei, dar și în alte regulamente interne. De asemenea, Grupul a implementat reglementări interne cu privire la modalitatea de adresare a situațiilor de conflict de interese.

Acționariatul este informat în permanență despre performanțele operaționale ale companiilor membre și de situația financiară a Grupului.

Structura acționariatului Grupului

la 31.12.2019

Acționari	Procent din dreptul de vot, %
Tatika Investments Ltd.	27,33%
Computerland Romania SRL	21,43%
Wellkept Group S.A	16,34%
Lunic Franchising And Consulting LTD	10,99%
Acționari listă	23,90%
Total	100,00%

Activele deținute de Grup în 2019

ACTIVE, mii lei	2019
Active imobilizate:	508.147
Active circulante:	112.082
Total active:	620.229
Total capital propriu:	172.251

Politici interne

Sphera funcționează în baza unui set de politici și proceduri interne dezvoltate în vederea transparenței 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 restaurantelor).

Consiliul de Administrație

Grupul este condus de către 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 Companiei directorilor executivi, care își îndeplinesc funcțiile pe baza contractelor de mandat.

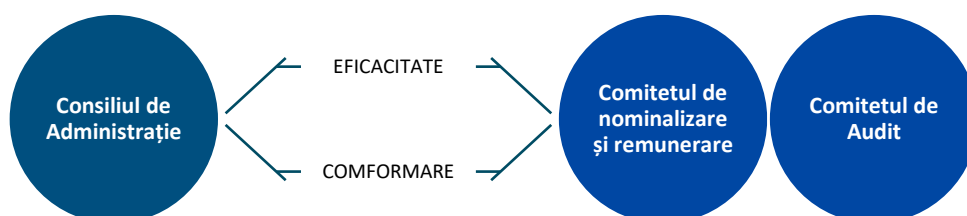
Consiliul își îndeplinește atribuțiile cu competență și prudență, în conformitate cu legislația și reglementările aplicabile, cu Actul Constitutiv, cu prevederile contractelor încheiate cu fiecare dintre administratori și cu Regulamentul propriu.

Administrarea Companiei 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 1 este executiv și 6 sunt neexecutivi.

Membrii Consiliului de Administrație la data de 31.12.2019 erau următorii:

- ✓ Georgios ARGENTOPOULOS – Președinte
- ✓ Anastasios TZOULAS – Vicepreședinte
- ✓ Silviu-Gabriel CÂRMACIU
- ✓ Georgios-Vassilios REPIDONIS
- ✓ Lucian HOANCĂ
- ✓ Valentin ARNAOUTOU
- ✓ Răzvan LEFTER

Consiliul de Administrație a înființat COMITETE CONSULTATIVE pentru monitorizarea activităților și conformare legală.



Delimitarea de atribuții dintre Consiliul de Administrație și Directorul General, respectiv directorii Companiei, inclusiv pragurile valorice de competență pentru actele juridice pe care la încheie Grupul, 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 și în alte regulamente interne ale Grupului.

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

Activitatea comitetelor este reglementată prin Regulamente interne (Regulamentul Comitetului de Audit și Regulamentul Comitetului de nominalizare și remunerare) și este stabilită pe baza cerințelor legale și a

prevederilor Actului Constitutiv al Companiei, precum și cu respectarea Codului de guvernanță 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 membrii Comitetului fiind ales Președinte.

Atribuțiile Consiliului de Administrație și ale Președintelui au rămas aceleași conform raportării din 2018.

Evaluarea performanțelor

Evaluările sunt realizate anual și au la bază criterii foarte bine stabilite. Toate funcțiile din organigramă sunt evaluate intern privind performanțele atinse versus obiective specifice poziției în organizație.

Evaluarea consiliului	Evaluarea managementului	Evaluarea angajaților
• Se face conform reglementărilor prevăzute în Regulamentul Consiliului de Administrație, sub coordonarea Președintelui Consiliului și în conformitate cu bunele practici. • Evaluări anuale • Raportări către AGA	• Se realizează de către Managementul executiv în vederea verificării atingerii obiectivelor și ȳintelor individuale. • Evaluări anuale	• Se realizează prin evaluarea performanțelor personale la nivelul anului anterior, procesul fiind unul constructiv cu crearea de perspective de dezvoltare și susținere a angajatului pentru o continuă dezvoltare personală • Evaluări anuale

Managementul riscului

Gestionăm cu responsabilitate aspectele activităților care pot genera anumite riscuri și identificăm oportunități care pot ajuta business-ul pe termen lung. Identificarea acestor oportunități o facem mereu în strânsă colaborare cu părți interesate, atât interne cât și externe.

Riscuri pentru business

- Risc de neconformare cu legislația
- Risc de piață
- Risc de branding
- Risc de încălcare conduri de conduită în afaceri

Riscuri operaționale

- Risc de sănătate și securitate în muncă
- Risc de securitate alimentară
- Risc de mediu
- Risc de opriri operaționale

Avem o viziune sustenabilă a business-ului dezvoltată prin relevanță și încredere.

- ✓ Evaluăm aspectele privind conformarea legislativă și ne supunem conformărilor atât cerințelor legale naționale, cât și internaționale.
- ✓ Grupul Sphera lucrează în mod consecvent în stabilizarea unor factori externi și diminuarea riscurilor privind piața.
- ✓ Compania a dezvoltat o cultură internă care promovează o conduită corectă pentru toți angajații și membrii din conducerea acesteia. Ne bazăm pe o cultură organizațională, principii, valori și standarde de operare.
- ✓ Desfășurăm audituri regulate pe aspecte de securitate alimentară și avem criterii stricte privind conformarea cu acestea, atât la nivelul lanțului de furnizare cât și la nivel operațional.
- ✓ Evaluăm regulat riscurile operaționale privind sănătatea și securitatea în muncă și întocmim planuri de prevenire și protecție a angajaților. Monitorizăm regulat și controlăm toate riscurile asociate activităților noastre. Lucrăm în strânsă colaborare cu un consultant extern pentru suport în această arie.
- ✓ Evaluăm aspectele de mediu care pot genera un impact negativ și suntem proactivi în generarea de soluții de diminuare potențială.
- ✓ Grupul atenuează riscurile prin monitorizări și control din partea departamentului juridic.

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

- ➔ Furnizarea de excelență în tot ceea ce facem: produse, servicii și experiență extraordinară;
- ➔ Încrederea în angajații noștri, care ne diferențiază în industrie: 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 Grupului nostru există o politică privind conflictul de interese, în care sunt stipulate obligațiile care revin membrilor Consiliului de Administrație și al directorilor executivi în orice situație. Astfel, toți aceștia au datoria de loialitate față de Companie și trebuie să se străduiască 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 baza culturii noastre organizaționale. 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.

Managementul Grupului

Există trei niveluri de management care sunt controlate de Directul General al Sphera Franchise Group (CEO – Chief Executive Officer)*.

Directorul General concepe planurile de management și strategie, controlează atingerea performanțelor subsidiarelor și ale întregului Grup. Supraveghează și decide în legătură cu operațiunile bancare, cu dezvoltarea planului de business al întregului Grup, cu managementul cerințelor de capital și procesele de bugetare. De asemenea reprezintă legal Grupul în fața tuturor părților interesate, implicând activ Top Management-ul în dezvoltarea business-ului, a strategiei și în urmărirea atingerii obiectivelor și țințelor stabilite anual.

Directorul de Operațiuni controlează activitățile și performanțele Directorilor Generali ai fiecărei entități (US Food Network SA și American Restaurant System S.A.), precum și ai Administratorilor Unici ai companiilor California Fresh Flavours S.R.L., U.S. Food Network Italia S.r.l și U.S. Food Network SRL. Ceilalți directori din Top Management sunt implicați în gestionarea activităților departamentelor specifice.

Director departament specific (Financiar, Marketing, Dezvoltare, Resurse Umane, Juridic) au responsabilități și obligații stricte în coordonarea dezvoltării departamentelor și atingerea obiectivelor și țințelor stabilite, atât la nivel strategic, cât și operațional.

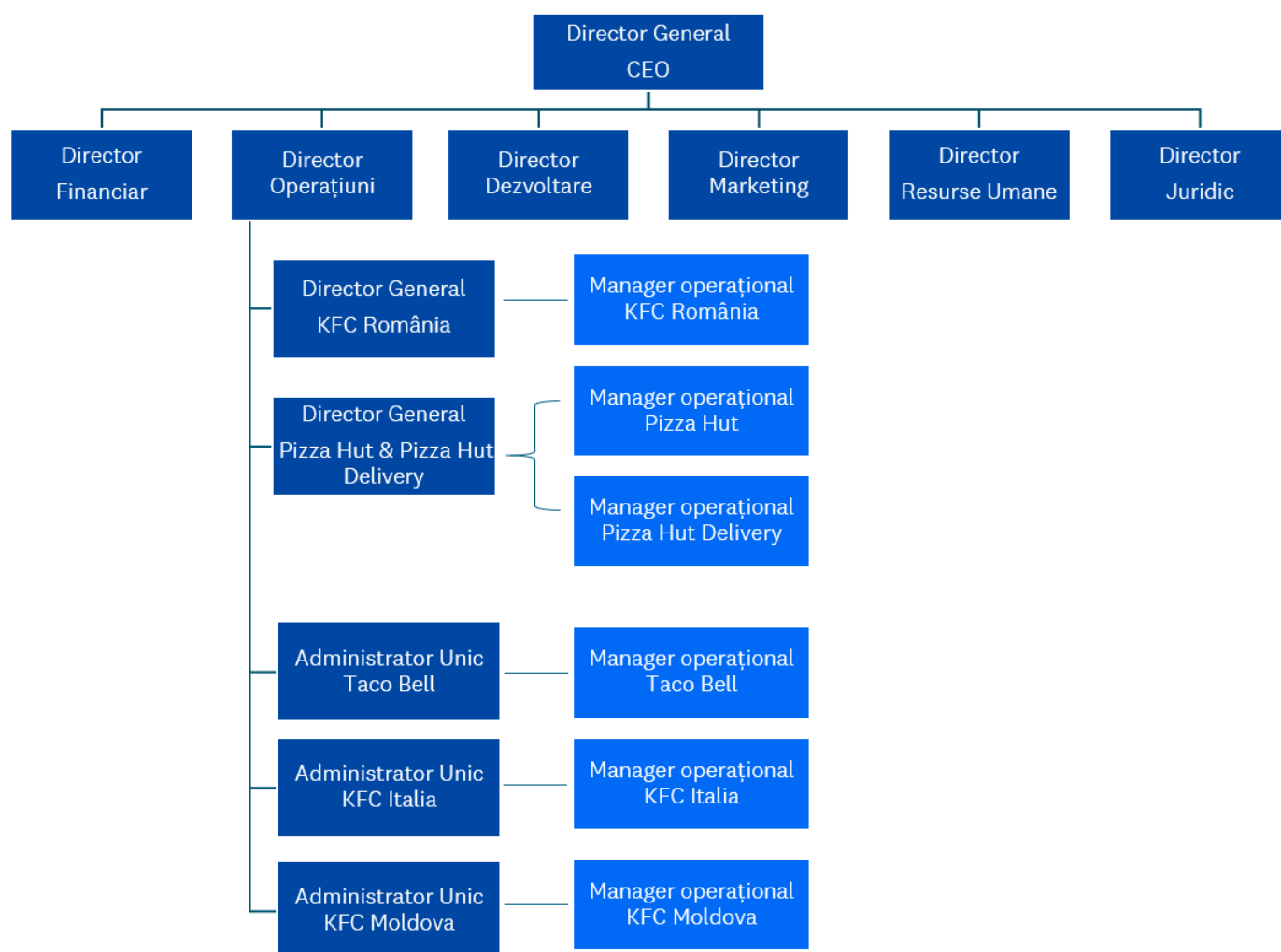
În România, administrarea rețelei de restaurante a fiecărui brand are o structură duală: o linie de manageri regionali care conduc coordonatorii zonali.

În Moldova, administrarea restaurantelor KFC este integrată în conducerea subsidiarei din România.

În Italia, începând din septembrie 2019, responsabilitatea pentru administrarea restaurantelor revine Directorului General desemnat, acesta conducând o echipă dedicată cu sediul la Milano, inclusiv un Manager de Operațiuni care coordonează activitatea și extinderea rețelei în această țară.

*Pentru mai multe informații cu privire la rolurile și responsabilitățile Top Managementului, vă rugăm consultați în extenso Raportul de Sustenabilitate aferent 2018 (cap. 1.2.2)

Organizația este condusă pe trei niveluri de management



1.4. Sustenabilitate și progres

În 2018 am dezvoltat Strategia de Sustenabilitate a Grupului, un pas important pentru noi. Am început să gândim proiecte în vederea atingerii obiectivelor generale și specifice asumate, cât și a Țintelor până în 2025. Toate acestea presupun un drum complex al integrării elementelor de responsabilitate socială și de mediu din dorința de a fi promotorii conceptelor de sustenabilitate care aduc plus valoarea sectorului în care activăm și de a fi mai aproape într-un mod relevant, în vederea promovării unor schimbări, care conduc la diminuarea impactului activităților noastre. Printr-o abordare integrată dorim să aducem valoare împreună cu toate părțile interesate și să ajutăm societatea și comunitățile în care activăm. Comunicăm progresul nostru pentru a pune în evidență materializarea eforturilor noastre în strictă corelare cu indicatorii stabiliți pentru atingerea ODD-urilor (Obiectivele de Dezvoltare Durabilă) la nivel internațional.

Misiunea noastră: „Excelență în tot ceea ce facem!”

Asigurarea excelenței în business bazată pe 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. Asigurăm un echilibru între impactul generat de business, nevoile societății și mediul

Înconjurător și dorim să acționăm ca lider în domeniul sustenabilității în industria de food service. Vom contribui activ la îmbunătățirea performanțelor de mediu ale operațiunilor noastre și vom promova bunăstarea comunităților prin acțiunile noastre de responsabilitate socială.

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

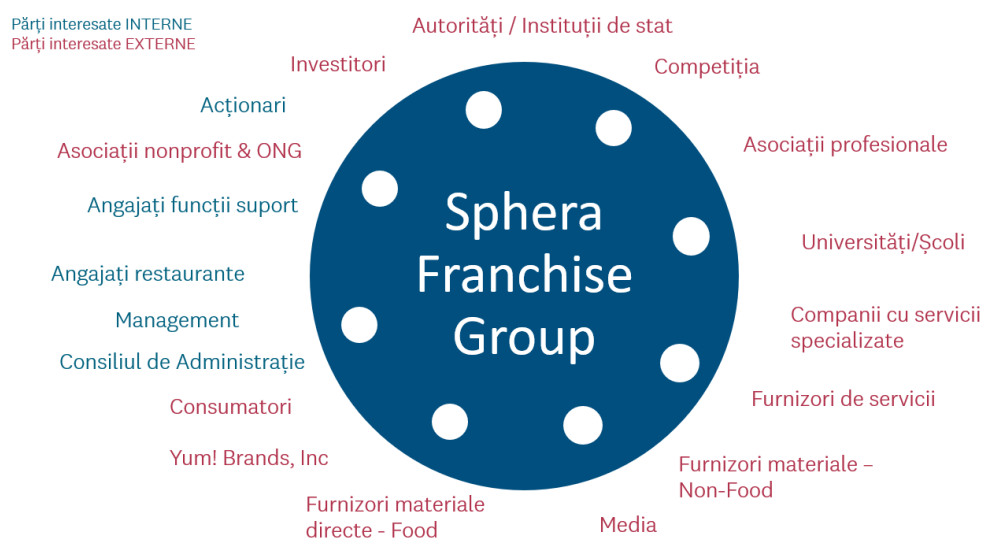


OBIECTIVELE DE DEZVOLTARE DURABILĂ LA CARE AM SUBSCRIS



1.5. Implicarea părților interesate

În 2018, printr-o analiză extinsă am identificat grupele de părți interesate ale Sphera. Astfel am evidențiat nevoia și așteptările acestora și ne-am asumat o serie de interacțiuni pentru a întări relațiile și a crea perspective de colaborare pe termen lung.



Cum colaborăm?

Ne-am dorit întotdeauna să dialogăm, colaborăm și să dezvoltăm parteneriate cu părțile interesate, iar modalitățile de interacțiune sunt diverse și pliate pe nevoile părților implicate. Fie că este vorba de furnizori sau alte organizații cu care colaborăm, încercăm să găsim împreună cu aceștia căi de conlucrare, să îmbunătățim și să dezvoltăm responsabilitatea corporativă.

Părți interesate INTERNE

- Ședințe / Conferințe telefonice sau teleconferințe
- Instruiri
- Platforme de comunicare internă
- Chestionare de evaluare a satisfacției angajaților
- Evaluarea performanței
- Inițiative interne
- Evenimente interne
- Audituri
- Sesiuni de lucru
- Evenimente interne/ networking
- Rapoarte

Părți interesate EXTERNE

- Ședințe / Conferințe telefonice sau teleconferințe
- Evenimente de networking
- Audituri
- Lucrul în parteneriat pentru abordarea unor probleme relevante
- Evaluări
- Studii
- Întâlniri
- Rapoarte
- Activități de responsabilitate socială, economică și de mediu
- Interacțiuni în Social media

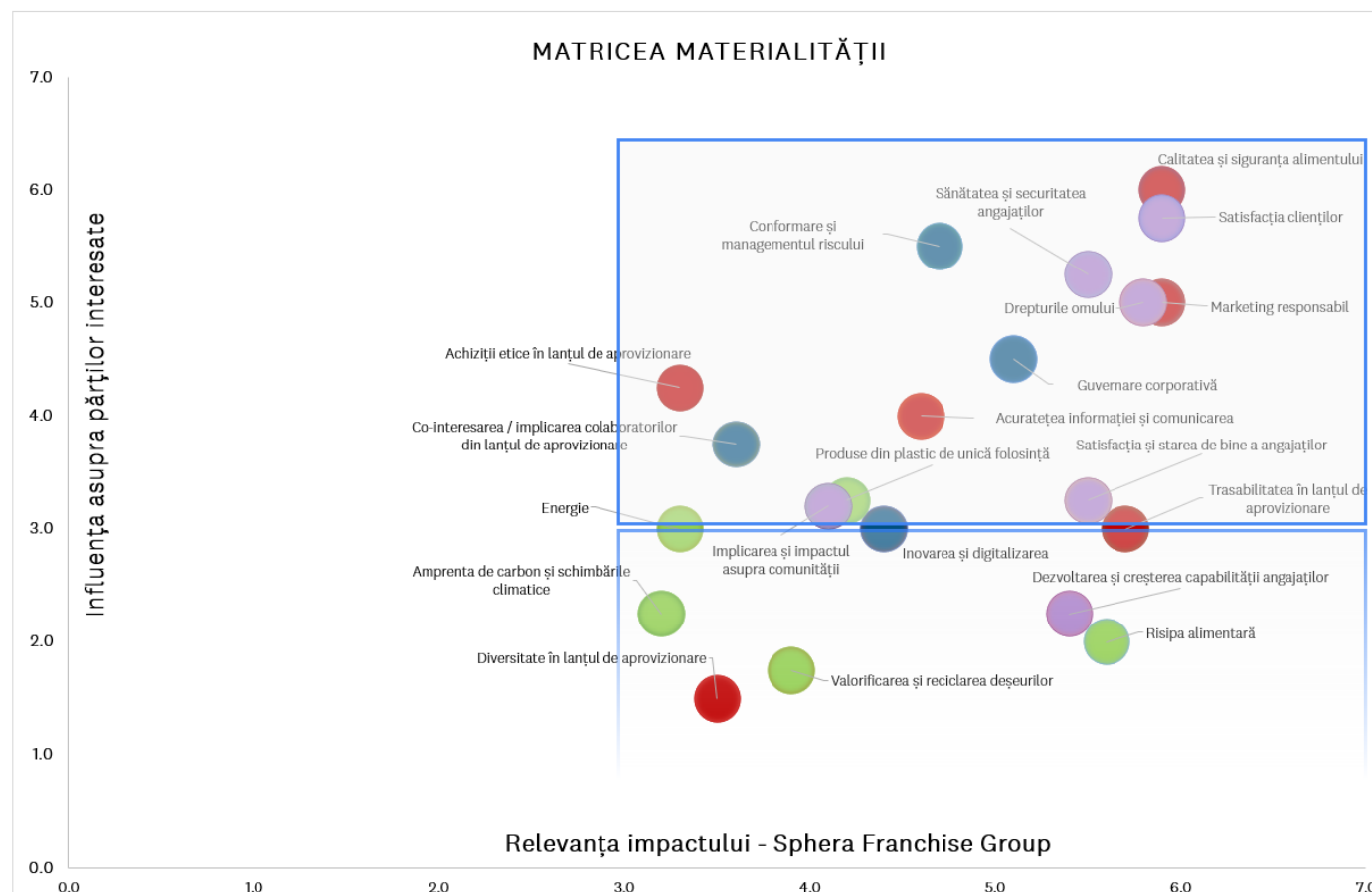
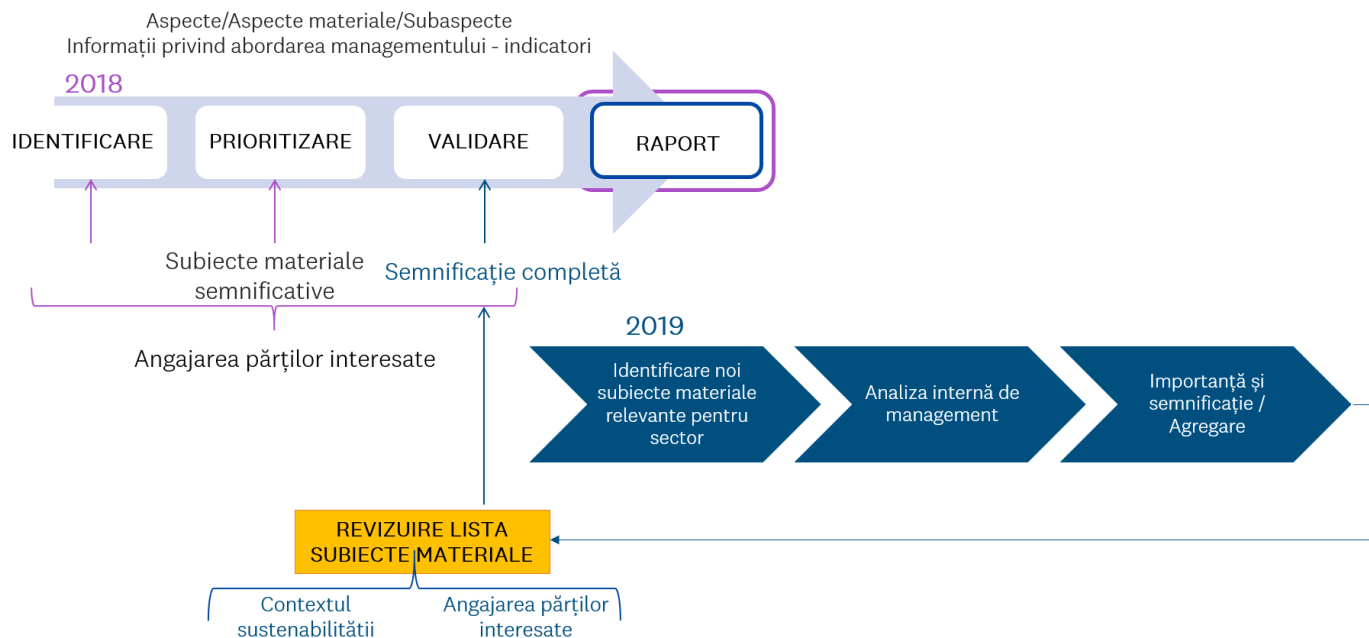
*pentru exemple concrete de interacțiuni pe diferite părți interesate se poate consulta în detaliu tabelul din Raportul de Sustenabilitate aferent 2018 (cap.1.6)

1.6. Subiecte cheie pentru business-ul nostru

Pentru 2019 analiza subiectelor materiale, evaluarea și dezvoltarea matricei de materialitate a fost re-evaluată intern, atât din perspectiva managementului, cât și a unei structuri de angajați, dar și extern, din perspectiva celor mai importante grupe de părți interesate. Am identificat câteva subiecte materiale noi relevante pentru Grupul nostru, atât din perspectiva tendințelor și provocărilor globale din industria de food

service, cât și din perspectiva presiunilor legislative cu care ne confruntăm, aspecte care nu pot fi neglijate și care fac parte din abordările de management al riscului în organizație. Nu am renunțat la cele adresate anul anterior, dar am agregat unele dintre subiectele materiale deoarece acestea nu aveau un impact negativ foarte mare la nivel singular, ci mai mult cumulat.

Identificarea relevanței și importanței subiectelor materiale s-a realizat prin sondaje și chestionări interne și externe.





Subiecte materiale

- Implicarea și impactul în comunitate
- Produse din plastic de unică folosință
- Trasabilitatea în lanțul de aprovizionare
- Inovarea și digitalizarea
- Risipa alimentară
- Dezvoltarea și creșterea capabilității angajaților
- Satisfacția și starea de bine a angajaților
- Valorificarea și reciclarea deșeurilor

- Sănătatea și securitatea angajaților
- Calitatea și siguranța alimentului
- Satisfacția clienților
- Marketing responsabil
- Acuratețea informației și comunicarea
- Guvernanță corporativă
- Conformare și managementul riscului
- Drepturile omului



Orientare strategică (B=Business P=Produse M=Mediu O=Oameni)	Subiect material
B	Guvernanță corporativă
B	Conformare și managementul riscului
B	Inovarea și digitalizarea
B	Co-interesarea / implicarea colaboratorilor din lanțul de aprovizionare
P	Diversitate în lanțul de aprovizionare
P	Trasabilitatea în lanțul de aprovizionare
P	Acuratețea informației și comunicarea
P	Marketing responsabil
P	Calitatea și siguranța alimentului
P	Achiziții etice în lanțul de aprovizionare
M	Energie
M	Amprenta de carbon și schimbările climatice
M	Valorificarea și reciclarea deșeurilor
M	Produse din plastic de unică folosință
M	Risipa alimentară
O	Dezvoltarea și creșterea capabilității angajaților
O	Satisfacția și starea de bine a angajaților
O	Implicarea și impactul asupra comunității
O	Drepturile omului
O	Sănătatea și securitatea angajaților
O	Satisfacția clienților

Conform datelor coroborate și a analizelor interne 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	Guvernanță corporativă	5.10	4.50	SFG		YUM, F, AP, AUTP, M, I	
2	Conformare și managementul riscului	4.70	5.50	SFG		YUM, F, AP, AUTP, C, M, ONG, I	
3	Inovarea și digitalizarea	4.40	3.00	SFG		YUM, F, AP, C, M, I	
4	Co-interesarea / implicarea colaboratorilor din lanțul de aprovizionare	3.60	3.75	SFG		YUM, F, AP, ONG, I, M	
5	Diversitate în lanțul de aprovizionare	3.50	1.50	SFG	✓	YUM, F, AP, C	✓
6	Trasabilitatea în lanțul de aprovizionare	5.70	3.00	SFG		YUM, F, AP, AUTP	✓
7	Acuratețea informației și comunicarea	4.60	4.00	SFG		YUM, F, AUTP, C, M, ONG, AP	
8	Marketing responsabil	5.90	5.00	SFG		YUM, C, F, M, I, ONG, AUTP, AP	
9	Calitatea și siguranța alimentului	5.90	6.00	SFG		YUM, C, F, AUTP, AP	✓
10	Achiziții etice în lanțul de aprovizionare	3.30	4.25	SFG	✓	YUM, F, AUTP, AP, I, ONG, M, C	
11	Energie	3.30	3.00	SFG		YUM, F, AP, AUTP, U, ONG, C, M	
12	Amprenta de carbon și schimbările climatice	3.20	2.25	SFG		YUM, F, AP, AUTP, U, ONG, C, M	
13	Valorificarea și reciclarea deșeurilor	3.90	1.75	SFG	✓	YUM, F, AUTP, C, M	✓
14	Produse din plastic de unică folosință	4.20	3.25	SFG	✓	YUM, F, AP, AUTP, C, M, ONG	
15	Risipa alimentară	5.60	2.00	SFG		YUM, F, AUTP, C, M, ONG	
16	Dezvoltarea și creșterea capabilității angajaților	5.40	2.25	SFG		YUM, U, AP, C, AUTP	
17	Satisfacția și starea de bine a angajaților	5.50	3.25	SFG		YUM, AUTP, AP, C	✓
18	Implicarea și impactul asupra comunității	4.10	3.20	SFG		YUM, C, F, U, AP, ONG, AUTP, M, I	
19	Drepturile omului	5.80	5.00	SFG		YUM, C, F, AP, ONG, AUTP, M, I	✓
20	Sănătatea și securitatea angajaților	5.50	5.25	SFG		YUM, F, AUTP, AP	✓
21	Satisfacția clienților	5.90	5.75	SFG	✓	YUM, C, F, AUTP, AP	

Legenda: Grupe de părți interesate

1. Sphera Franchise Group: **SFG**
2. YUM Brand: **YUM**
3. Furnizori: **F**
4. Asociații Profesionale: **AP**
5. Universități/Școli: **U**
6. ONG-uri: **ONG**
7. Autorități publice: **AUTP**
8. Consumatori: **C**
9. Media: **M**
10. Investitori: **I**

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 Srl (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: Așa cum am menționat anterior există mici schimbări la nivelul subiectelor materiale abordate în prezentul raport. *Eficiența energetică*, *Energia regenerabilă* și *Clădirile sustenabile* tratate în 2018 au fost agregate în subiectul **Energie**. Nu am mai tratat subiectul *Materiale și ambalaje sustenabile*, acesta fiind înlocuit cu **Produse din plastic de unică folosință**, iar subiectul *Rețele Inteligente de alimentație* nu l-am ales anul acesta fiind un subiect cu impact destul de mic.

Cum definim importanța subiectelor materiale pentru companiile noastre?

Guvernanță corporativă

Sphera își desfășoară activitățile cu integritate și respect față de societate. Este o prioritate majoră pentru Compania noastră de a pune în practică toate aspectele legate de guvernarea corporativă: de la respectarea tuturor aspectelor cuprinse în codul nostru de conduită profesională și al politicilor anti-corupție, la evaluarea furnizorilor, până la transparența în ceea ce privește reclamațiile primite.

Inovare și 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 Sphera în procesul de dezvoltare sustenabilă a companiei.

Diversitate în lanțul de aprovizionare

Diversitatea în lanțul de aprovizionare reprezintă o prioritate, deoarece doar astfel putem avea garanția unei continuități și disponibilități a produselor pentru toate companiile din portofoliul nostru. Diversitatea producătorilor și a furnizorilor este esențială pentru succesul Grupului și reprezintă, de asemenea, un avantaj competitiv.

Acuratețea informației și Comunicarea

Sphera și companiile din Grup comunică într-un mod transparent, utilizând platforme facile și utile de comunicare cu o plajă largă de părți interesate. Considerăm că acuratețea informațiilor pe care le transmitem este importantă și ne dorim interacțiunea și comunicarea constructivă cât mai apropiată cu comunitățile în care activăm.

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 de integritatea produselor comercializate, de percepția consumatorului. De asemenea, integritatea brand-ului joacă un rol important.

Energie

Pentru Sphera, energia are o deosebită însemnătate întrucât toate procesele noastre se bazează pe utilizarea eficientă a acesteia. Suntem conștienți de importanța trecerii progresive către opțiuni regenerabile pentru protejarea resurselor naturale finite și de aceea implementăm tehnologii performante și echipamente eficiente din punct de vedere energetic.

Valorificarea și reciclarea deșeurilor

La 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 se pot recicla, a potențialului de recuperare a energiei acestora.

Conformare și managementul riscului

Conformarea cu legislația în vigoare precum și evaluarea și managementul riscurilor asociate operațiunilor Sphera pe diferite aspecte cum ar fi siguranța alimentelor, sănătatea și securitatea este de importanță strategică pentru Sphera, și este primordială în toate activitățile desfășurate.

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 Sphera și, implicit, cu consumatorul final.

Trasabilitatea în lanțul de aprovizionare

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 produselor, cerințele de mediu și cele de natură socială sunt respectate pe întregul lanț de aprovizionare.

Marketing responsabil

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 brand-urilor noastre sunt foarte importante, astfel că adresăm toate campaniile de marketing cu onestitate, într-o manieră transparentă și fiind deschise pentru orice îmbunătățiri care pot fi oferite de principalii noștri stakeholders.

Achiziții etice în lanțul de aprovizionare

Grupul Sphera se bazează pe achiziții etice în lanțul de furnizare, asigurându-se că toate produsele achiziționate pentru restaurante sunt obținute prin metode responsabile și sustenabile. Aceasta include și faptul că lucrătorii care sunt implicați în activitățile de producție, pe lanțul de aprovizionare, a materialelor utilizate de grupul Sphera sunt plătiți cu un salariu echitabil, că drepturile omului sunt respectate, că amplasamentele sunt medii de lucru curate și sigure și că toate aspectele sociale și de mediu ale activităților de producție sunt luate în considerare.

Amprenta de carbon și schimbările climatice

Schimbările climatice reprezintă potențiale riscuri pentru Sphera, inclusiv posibilitatea creșterii costurilor cu energia, taxe pentru emisiile de CO₂, aprovizionarea sustenabilă cu materii prime agricole, apă și întreruperi ale activității din cauza condițiilor meteorologice severe, iar prin gestionarea eficientă a energiei și a carbonului considerăm că investițiile continue ale Sphera în eficiența energetică și tehnologiile cu emisii reduse de carbon vor aduce beneficii Grupului și societății.

Risipa alimentară

Risipa alimentară se produce atunci când alimentele rămân neconsumate și are loc în diferite etape, începând cu producția, în 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.

Satisfacția și starea de bine a angajaților

Sphera se angajează să sprijine inițiativele pentru dezvoltarea angajaților, îmbunătățirea mediului de lucru, a aspectelor privind sănătatea și securitatea la locul de muncă etc. Succesul business-ului nostru depinde de capacitatea noastră de a atrage și de a păstra oameni talentați, sănătoși, fericiți și responsabili. Accesul la programe de dezvoltare, precum și crearea unui mediu de lucru sigur sunt elemente care fac parte din cultura noastră organizațională.

Drepturile omului

Problema drepturilor omului este cheia responsabilității organizației față de comunitatea din care face parte. Drepturile omului reprezintă un indicator-cheie de performanță 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.

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 informații, identificăm riscurile și eventualele pericolele, 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 asigura locuri de muncă sigure pentru angajații noștri.

Produse din plastic de unică folosință

Pentru că ne dorim să avem un mediu curat, am introdus noile paie din hârtie în locul celor din plastic în toate restaurantele KFC, reușind astfel să reducem impactul asupra mediului înconjurător. Urmărim în permanență conformarea cu cerințele legislative și încercăm pe cât posibil să fim proactivi în luarea celor mai bune măsuri privind diminuarea consumului de produse din plastic de unică folosință și implicit a deșeurilor de plastic generate.

Dezvoltarea și creșterea competențelor angajaților

Business-ul nostru se bazează pe oameni și pe interacțiunea lor cu clienții noștri. Formarea continuă, motivarea angajaților, asigurarea accesului la programele de dezvoltare, precum și crearea unui traseu profesional pentru ei, reprezintă o preocupare continuă pentru noi.

Implicarea și impactul asupra comunității

Sphera și companiile sale se angajează să sprijine campanii de informare și educare și inițiativele comunitare. De asemenea se angajează să deschidă parteneriate cu instituții de învățământ liceal și universitar în vederea susținerii generațiilor viitoare, cu privire la accesul în piața muncii, inițierea în managementul carierei și dezvoltare profesională. Succesul afacerii noastre depinde în mare măsură de calitatea vieții clienților noștri și de bunăstarea comunităților în care activăm.

Satisfacția clienților

Grupul Sphera și companiile sale înțeleg că, consumatorii 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 restaurant să fie sigur și fără riscuri. Dorim să ne asigurăm că practicile noastre respectă toate standardele pentru a asigura siguranța alimentară, siguranța restaurantelor și că ne concentrăm pe crearea de produse diverse.

În fiecare capitol adresăm performanțele Grupului în strânsă corelare cu aceste subiecte materiale.



02

Produsele noastre

Țintim excelența și oferim experiențe culinare

Misiunea noastră – „Excelență în tot ceea ce facem” - rămâne esența strategiei noastre de sustenabilitate, relevantă pentru toate părțile interesate, dar cu preponderență pentru clienții și colaboratorii noștri. În acest sens, ne concentrăm în continuare pe aspecte importante, precum inovare, digitalizare, parteneriate în lanțul de aprovizionare, calitatea și siguranța alimentului, comunicarea facilă și marketingul responsabil.

În 2018 am dezvoltat strategia de sustenabilitate și am subscris Obiectivelor de Dezvoltare Durabilă, existente la nivel global. Acordăm un interes deosebit pilonului PRODUSE și facem tot posibilul să atingem țintele stabilite și să comunicăm progresul.

PILONUL PRODUSE



Obiective	Ținte	Progres
Trasabilitate în lanțul de aprovizionare Trasabilitatea și sustenabilitatea produselor	100% restaurante echipate cu sisteme de comandă de tip kiosk (unde suprafața și designul permit), până în 2021 100% restaurante echipate cu panouri digitale pentru meniuri în toate restaurantele KFC și Taco Bell, până în 2022	Continuăm să echipăm restaurantele cu sisteme de comandă de tip kiosk, pentru a ne atinge ținta de 100% până în anul 2021 (acolo unde suprafața și designul ne permit). În 2019 am echipat 24 de restaurante KFC în România și o unitate Taco Bell cu sisteme de comandă tip kiosk. Continuăm să echipăm restaurantele cu panouri digitale pentru meniuri, pentru a ne atingem ținta de 100%, până în anul 2022. - Am echipat 10 restaurante Taco Bell – 100% - Am echipat 58 restaurante KFC
Achiziții etice în lanțul de aprovizionare Toate produsele achiziționate sunt obținute prin metode responsabile, sustenabile și etice Inițiative privind calitatea și siguranța alimentului Cele mai înalte standarde de calitate și siguranța alimentului din industria food service	100% ambalaje de consum pe bază de plastic reciclabil sau reutilizabil, până în 2025 Auditarea furnizorilor de produse de bază conform Codului de etică și conduită și Abordarea Sustenabilității până în 2025	Continuăm să depunem eforturi pentru a ne atinge ținta până în 2025, ca toate ambalajele de consum distribuite în restaurantele noastre să fie pe bază de plastic reciclabil sau reutilizabil. În 2019 am reușit să înlocuim paiele din plastic cu paie din hârtie. Realizăm audituri în mod regulat pentru produsele noastre de bază, atât la nivel intern, cât și extern. Ne asigurăm că toate cerințele noastre sunt îndeplinite și lucrăm îndeaproape cu furnizorii pentru menținerea standardelor ridicate.

2.1. Brand-urile noastre

Grupul Sphera deține și operează în sistem de franciză brand-uri recunoscute și îndrăgite la nivel internațional: **KFC**, **Pizza Hut**, **Pizza Hut Delivery** și **Taco Bell**.

În 2019, la nivelul Grupului s-au inaugurat 11 noi restaurante KFC, dintre care 6 în România și 5 în Italia, precum și 5 noi unități Taco Bell în România.



De ce 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 23 000 de unități în peste 135 de țări și teritorii sub denumirea "Kentucky Fried Chicken" sau "KFC", fiind unul dintre cele mai cunoscute brand-uri comerciale din lume.

- ✓ Rețetă unică
- ✓ Produse proaspăt preparate zilnic în bucătăriile noastre
- ✓ Calitate superioară
- ✓ Locații accesibile
- ✓ Produse inovative

Evoluție număr de Restaurante	2018	2019
KFC România	76	82
KFC Moldova	2	2
KFC Italia	10	15



De ce Pizza Hut și Pizza Hut Delivery?

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. Pizza Hut Delivery utilizează sistemul de livrare la domiciliu al produselor din portofoliul restaurantelor proprii. În 2019, numărul de restaurante Pizza Hut și Pizza Hut delivery a rămas constant.

- ✓ Cel mai mare lanț de restaurante cu servire la masă și serviciu de livrare la domiciliu
- ✓ Meniu variat - Burgeri, Coaste, Paste, Pizza, Deserturi
- ✓ Cea mai mare gamă de blaturi de pizza (Pan, Cheesy Bites, Stuffed Crust)
- ✓ 99% brand awareness (brand-ul cu cea mai mare vizibilitate în categorie)

Evoluție număr de Restaurante	2018	2019
Pizza Hut (Dine in)	23	23
Pizza Hut Delivery	22	22



De ce Taco Bell?

Restaurantele Taco Bell servesc 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. În România, în 2019 au fost deschise 5 restaurante Taco Bell.

- ✓ Meniu de inspirație mexicană
- ✓ Produse proaspăt preparate în restaurante
- ✓ Angajați amabili
- ✓ Bucătărie deschisă

Evoluție număr de Restaurante	2018	2019
Taco Bell	5	10

Meniuri și produse iubite de clienți

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

Fiecare produs este disponibil spre vânzare doar pentru o anumită perioadă de timp, conform standardelor și bunelor practici Yum! Brands Inc., pentru a ne asigura de calitatea și prospețimea oferite clienților noștri.

Toți angajații noștri sunt instruiți în domeniul siguranței și igienei alimentare, iar restaurantele sunt inspectate și auditate periodic de către responsabilii noștri interni, precum și de auditori externi aprobați de Yum! Brands Inc.

Selectăm cu grijă materia primă În selectarea materiei prime, cât și în procesul de preparare a produselor și gestionare a deșeurilor, aplicăm principii solide de sustenabilitate.

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.



Pre-aprobare furnizori. Audituri

Furnizorii de anumite materii prime care, fie prezintă riscuri din punct de vedere al siguranței alimentului, fie au posibile probleme de furnizare sau al căror proces de producție este complex (precum carnea, brânza, unele ingrediente pentru pizza - pasta de tomate, făina și unele mirodenii), intră într-un proces de pre-aprobare de către Yum! Brands Inc.

În fiecare an, acești furnizori sunt auditați conform unor cerințe stricte impuse și controlate de Yum! Brands, Inc. Auditurile sunt efectuate de companii specializate independente.

>70% dintre alimentele și ingredientele Grupului provin de pe piața din România, inclusiv categorii importante precum carne, brânză și legume.

Uleiul de floarea soarelui și rapiță

Folosim ulei de floarea soarelui și rapiță, iar cel uzat este reciclat în colaborare cu firme specializate în tehnologia producției de bio-carburant. Uleiul folosit la prepararea produselor, nu conține grăsimi artificiale de tip trans.

Carnea de pui

Ne aprovizionăm cu carne de pui de pe piața din România colaborând cu furnizori locali. Produsele sunt proaspăt preparate în fiecare zi în restaurante de către bucătarii noștri special instruiți.

Cafeaua – certificată FAIRTRADE

Cafeaua comercializată în restaurantele noastre certificată Fairtrade și provine 100% din boabe de cafea 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.

2.2. Responsabilitate și inovare

Responsabilitatea și inovarea reprezintă valori ale organizațiilor mature, de aceea dorim să acționăm responsabil în toate aspectele care vizează activitățile companiilor din Grupul Sphera. Fie că vorbim despre produsele noastre, aprovizionarea cu materii prime și produse, activitatea de marketing și siguranța alimentului, toate acestea subscriu valorilor noastre în materie de responsabilitate.

Continuăm să punem accent pe inovare pentru a deveni mai competitivi și mai eficienți.

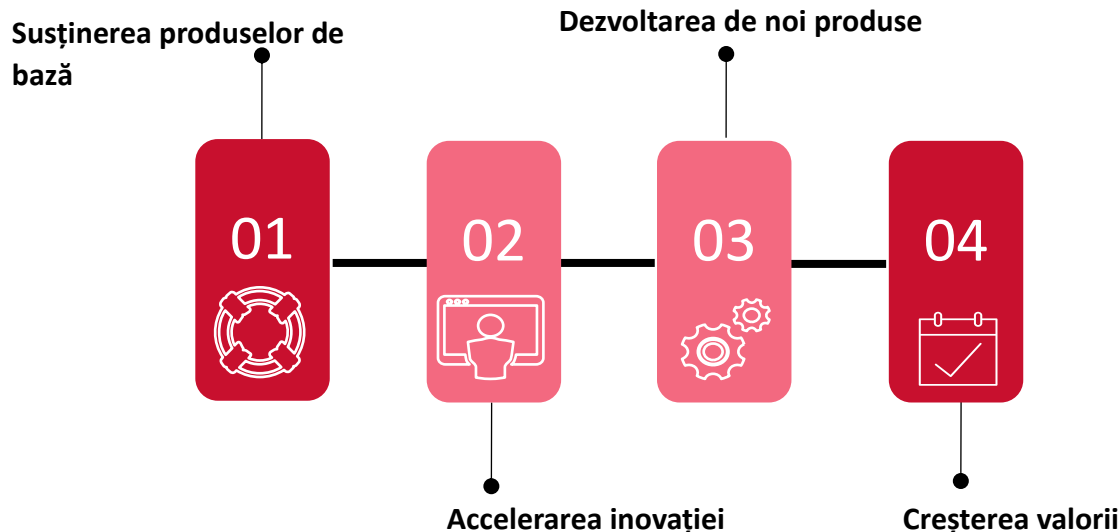
Marketing responsabil, inovarea și digitalizarea

Ne-am angajat să conducem procesele de marketing într-un mod responsabil și în conformitate cu politicile și cerințele interne în vigoare. Întrucât integritatea și reputația brand-urilor noastre sunt foarte importante, adresăm toate campaniile de marketing cu onestitate, într-o manieră transparentă și suntem în permanență deschiși spre îmbunătățiri sugerate de principalii noștri stakeholderi.

Strategia de marketing a Grupului are ca scop creșterea vânzărilor prin consolidarea notorietății brand-urilor noastre în rândul clienților.

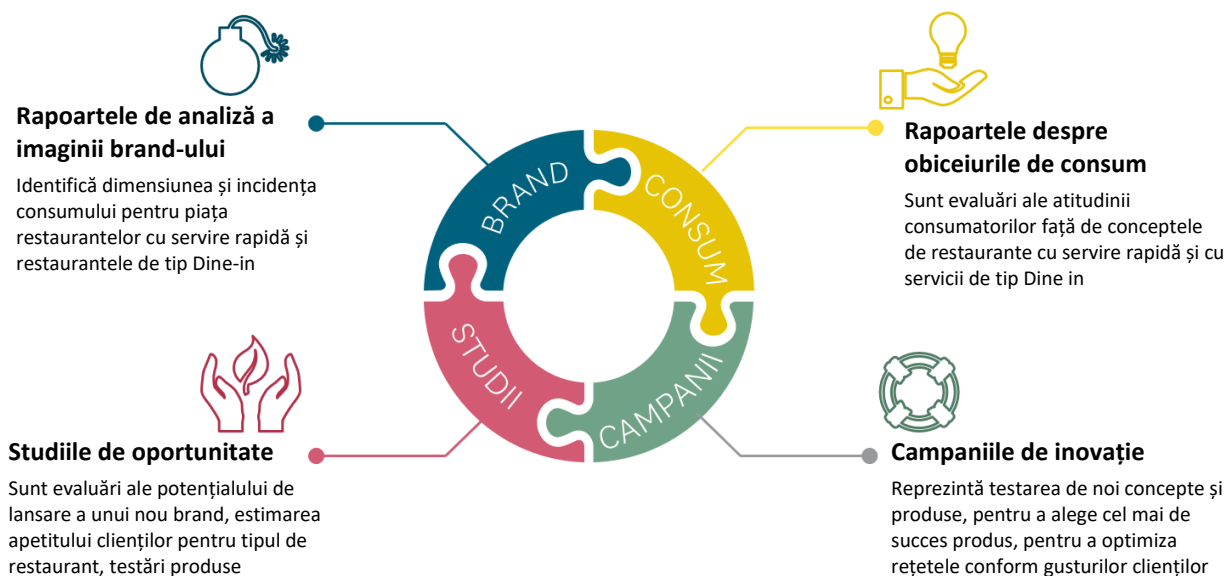


Continuăm să menținem cele patru direcții principale pentru activitatea de marketing



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

Identificăm nevoile consumatorilor și analizăm piața



MENIURI DIGITALE la TACO BELL și KFC

25 KIOSK-uri de comandă noi în 2019

Pentru brand-urile Sphera, digitalizarea reprezintă un aspect foarte important, de aceea investim constant în soluții și sisteme inovative, pe care le implementăm la nivel de restaurante.



Acuratețea informației și Comunicarea

Punem la dispoziția clienților toate informațiile importante legate de produsele și serviciile oferite de brand-urile din portofoliul Sphera Franchise Group. Acestea se regăsesc atât în mediul online, pe website-urile fiecărui brand, cât și mod fizic, în fiecare restaurant, respectiv în meniuri.

Pentru a ne asigura că informațiile pe care le oferim sunt corecte, ne bazăm pe specificațiile oferite de către furnizorii de materii prime, precum și pe buletinele de analiză emise de laboratoarele autorizate.

COMUNICĂM PE MAI MULTE CANALE

Oferim clienților mai multe mijloace prin care își pot exprima părerile despre produsele și serviciile noastre:

- ➔ Social Media (Facebook, Instagram, LinkedIn, Google My Business)
- ➔ Website-urile oficiale ale fiecărui brand
- ➔ Adresele de e-mail oficiale ale fiecărui brand
- ➔ Chestionarele de satisfacție ale clienților

2.3. Lanțul de aprovizionare

Trasabilitatea în lanțul de aprovizionare

Siguranța alimentară este prioritară pentru noi alături de calitatea produselor noastre. Subiectul trasabilității are mai multe componente esențiale, precum asigurarea necesarului optim pentru procesare alimentară și a securității alimentului, respectiv asigurarea unor colaborări care să permită evitarea oricăror riscuri la produsele de bază pentru toate brand-urile noastre.

Prin intermediul unei trasabilități optime în lanțul de aprovizionare, putem identifica în mod eficient istoricul mărfii, cât și localizarea unui eșantion de materie primă, în vederea stabilirii acțiunilor de intervenție preventivă pentru menținerea standardelor de calitate. În cazul unor suspiciuni legate de siguranța consumatorilor, putem bloca un anumit lot la comercializare, minimizând astfel orice risc cu privire la siguranța și sănătatea clienților.

Colaborarea cu firmele de logistică și transport **HAVI Logistics** (pentru România și Moldova) și **Quick Service Logistics Italia S.R.L.** în Italia, ne asigură o optimizare continuă a activităților de transport în lanțul de aprovizionare.

Tratăm cu maximă seriozitate toate problemele apărute în lanțul de aprovizionare, prin integrarea fiecărui produs (materie primă) în sistemele de management ale calității și siguranței alimentului. Prin intermediul standardului HACCP, fiecare articol/materie primă, trece printr-un proces de verificare și aprobare, care ulterior este însoțit de documente suport cu privire la trasabilitatea acestuia.



Achiziții etice în lanțul de aprovizionare

Promovăm concurența loială și ne asigurăm că selecția produselor se face în baza unor criterii care au la bază valori precum:

- ➔ Competența
- ➔ Capacitatea
- ➔ Experiența
- ➔ Transparența
- ➔ Responsabilitatea,

valori pe care le solicităm furnizorilor de produse.

100% dintre materiile prime și produsele noastre sunt conforme cu conceptul de achiziții etice

În ceea ce privește **responsabilitatea față de mediul înconjurător**, solicităm furnizorilor anumitor categorii de produse, certificări de mediu. În cazul în care furnizorul sau producătorul nu ne poate pune la dispoziție documentul care să ateste certificarea, atunci aceștia sunt auditați pentru a ne asigura că subscriu valorilor și cerințelor noastre cu privire la protecția mediului.

Pe viitor, dorim să facem posibilă vizibilitatea tuturor produselor care provin din surse sustenabile, iar pentru aceasta ne-am asumat din punct de vedere strategic o colaborare constructivă cu furnizorii noștri.

Bunăstarea animalelor

Încurajăm furnizorii și producătorii cu care colaborăm să dezvolte parteneriate bazate pe principii etice. Strategia de aplicare a valorilor UE referitoare la Bunăstarea Animalelor conduce la consolidarea poziției pe piață a furnizorilor. De asemenea, respectând aceste norme, pierderile pe întregul lanț de aprovizionare vor fi, implicit, minimizate.

Prin atingerea acestui obiectiv, dorim să creștem, pe lângă performanța de mediu a companiei, încrederea consumatorului în produsele oferite de brand-urile noastre.

Ne-am asumat obiectivul ca, între 2 și 5 ani, toți furnizorii noștri de carne de pasăre să susțină Audit de Bunăstare și să obțină certificat Animal Welfare

Diversitate în lanțul de aprovizionare

Pentru Sphera, diversitatea în lanțul de aprovizionare reprezintă o prioritate, deoarece doar astfel putem avea garanția unei continuități și disponibilități a produselor pentru toate companiile din portofoliul său.

Ne-am propus să colaborăm doar cu furnizori care acționează în concordanță cu valorile noastre, care respectă și aplică legislația în vigoare și îndeplinesc criteriile în materie de siguranță și protecția mediului, managementul calității, etică, principii de responsabilitate socială, drepturile omului și standarde de muncă.

Mix-ul de furnizori este unul echilibrat între cei locali și externi, fiecare având un rol important în lanțul de aprovizionare

Diversitatea producătorilor și a furnizorilor este esențială pentru succesul Grupului și reprezintă, de asemenea, un avantaj competitiv.

- ➔ Furnizorii și producătorii locali ne sprijină în momentele în care survin schimbări rapide în piață
- ➔ Furnizorii și producătorii de mărime medie și mare asigură continuitatea activității companiei.

Co-interesarea / implicarea colaboratorilor din lanțul de aprovizionare

Acest subiect are la bază coordonarea activităților și a fluxurilor de produse și informații primite de la furnizori și producători. Pentru business-ul nostru este importantă asigurarea circulației rapide a materiilor prime și informațiilor pentru garantarea serviciilor optime oferite consumatorilor finali.

Sphera are ca obiectiv principal pe termen mediu și lung extinderea colaborării cu furnizori de materie primă ce îndeplinesc condiția minimă a certificărilor 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 al 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 1998 Standardul Global pentru Siguranța Alimentelor, un standard Global Food Safety Initiative (GFSI). International Featured Standards (IFS) cuprinde opt standarde alimentare și nealimentare, care acoperă procesele de-a lungul lanțului de aprovizionare.

Chicken Spend Smarter – un Proiect de succes

Proiectul “Chicken Spend Smarter” face parte dintr-o serie de proiecte inițiate de Yum!, fiind o modalitate dovedită de a crește marjele business-ului fără a avea un impact negativ asupra experienței consumatorului produselor din carne pui comercializate de KFC sau a relațiilor cu furnizorii din acest domeniu.

Proiectul s-a desfășurat prin colaborarea interdepartamentală și concentrare pe inovație privind actualele produse din carne de pui, având ca organizator Yum! Asia Pacific și departamentul de Aprovizionare al Grupului Sphera. La workshop au participat și colaborat furnizorii de carne de pui, reprezentanți ai departamentelor interne ale Grupului, cât și reprezentanți din departamentele de Calitate și Aprovizionare ai țărilor din Europa Centrală și de Est, Yum! Rusia și specialiști Spend Smarter Yum! Brands., și Yum! Asia Pacific.

Realizat în iunie 2019, acest proiect a fost unul de succes, furnizorii și echipa identificând nevoile de business în ceea ce privește carnea de pui folosită în restaurantele KFC, soluții și metode de colaborare pe termen mediu și lung. După primele 6 luni s-a identificat o reducere în costurile de achiziție a cărnii de pui cu aproximativ 1% din costurile totale anuale. Reducerea s-a menținut constant și după cele 6 luni analizate.

2.4. Calitatea și siguranța alimentului

Pentru Sphera, siguranța alimentară rămâne prioritatea numărul unu și, pentru a ne asigura că produsele noastre respectă standardele de calitate, audităm furnizorii, distribuitorii și restaurantele, în mod regulat. Acest demers ne ajută în prevenirea incidentelor legate de calitatea și siguranța alimentului, precum și pentru punerea în aplicare a celor mai bune practici în domeniu.

Continuăm să furnizăm cele mai înalte standarde de calitate și siguranță alimentară. În acest sens dispunem de o echipă specializată de Asigurare a Calității, scopul acesteia fiind de a garanta respectarea tuturor cerințelor relevante, stabilirea indicatorilor cheie de performanță pentru furnizori, monitorizarea respectării acestora, menținerea legăturii cu departamentul de calitate al Yum! Brands Inc., precum și formarea și asistența tehnică a personalului din restaurante. Procedurile de siguranță alimentară în conformitate cu principiile HACCP sunt puse în aplicare în toate unitățile noastre, iar prin intermediul acestora, monitorizăm toți parametrii cu potențial impact asupra sănătății consumatorilor.

Parametri monitorizați:

- ➔ Trasabilitatea produselor
- ➔ Temperatura de depozitare a produselor și a materiilor prime
- ➔ Temperatura de gătit
- ➔ Facilitățile restaurantului
- ➔ Igiena personalului
- ➔ Instruirile regulate ale personalului și ale colaboratorilor noștri
- ➔ Altele

Tratăm și soluționăm orice reclamație cu prioritate maximă și ne asigurăm că toate părțile interesate primesc răspuns în timp util.

Instruiri

Toți angajații restaurantelor noastre sunt instruiți în domeniul securității și siguranței alimentare, iar unitățile sunt inspectate și auditate periodic de către responsabili noștri interni și externi. Scopul instruirilor este acela de a înțelege importanța cunoașterii și menținerii eficacității cerințelor de comunicare de către personalul implicat în activități cu impact asupra siguranței alimentului. Echipele manageriale ale restaurantelor sunt, de asemenea, instruite pentru implicarea și motivarea personalului în vederea respectării cerințelor standardelor de calitate interne.

Anul	Entitate	Ore de instruire pe siguranța alimentului
2019	KFC România	77.728
	KFC Moldova	1.376
	KFC Italia	14.356
	Pizza Hut România	10.128
	Pizza Hut Delivery România	7.856
	Taco Bell România	9.504
	Total Sphera Group	120.948

Annual, toți angajații noștri completează „Chestionarul pentru evaluarea nivelului de siguranță alimentară” pentru a ne asigura că sunt respectați parametrii aferenți acestui domeniu.

În 2019 am primit 283 de sesizări pentru care au fost întocmite 15 puncte de vedere solicitate de către ANPC.

Anul	Entitate	Număr sesizări	Număr puncte de vedere întocmite
2019	KFC România	227	12
	KFC Moldova	0	0
	KFC Italia*	1	0
	Pizza Hut România	10	3
	Pizza Hut Delivery România	42	
	Taco Bell România	4	0
	Total Sphera Group	283	15

*În Italia am înregistrat o singură sesizare prin intermediul paginii de Facebook. În urma verificărilor noastre interne s-a concluzionat că toate procedurile noastre au fost respectate iar sesizarea a fost nefondată.

Audituri

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

Selectăm furnizorii 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.

Desfășurăm anual audituri HACCP la furnizori în baza unor criterii foarte bine definite, pentru a ne asigura că materialele și materiile prime achiziționate sunt de calitate și întrunesc standardele de siguranță a alimentului.

Anul	Entitate	% Furnizori auditați	Număr total de audituri
2019	KFC România	84.21	26
	KFC Moldova	84.21	26
	KFC Italia	30	36
	Pizza Hut & Pizza Hut Delivery România	60	18
	Taco Bell România	100	9



03

Grija față de mediu

Responsabilitatea de mediu

Sphera Franchise Group împreună cu companiile sale, continuă să se concentreze pe gestionarea resurselor, ca principal pilon al strategiei sale de sustenabilitate lansată în 2018. În acest sens, Grupul a stabilit ținte pe termen mediu și lung pentru atingerea obiectivelor asumate.

Obiectivele strategice ale Sphera Franchise Group sunt aliniate cu Obiectivele de Dezvoltare Durabilă ale Națiunilor Unite. Gestionarea aspectelor materiale, reducerea impactului și monitorizarea constantă ne ajută în evaluarea progresului.



Obiective	Ținte	Progres
Eficiență energetică Reducerea consumului de energie și a amprente de carbon a organizației	100% iluminat eficient energetic (iluminat LED) - până în 2024	Iluminat eficient energetic în toate restaurantele de tip Drive Thru și stradale. Iluminat eficient energetic în toate restaurantele nou deschise și cele renovate.
Materiale și ambalaje sustenabile Creșterea achizițiilor de materiale și ambalaje sustenabile	100% ambalaje de consum pe bază de plastic recuperabil sau reutilizabil - până în 2025	Am înlocuit în proporție de 100% paiele din plastic cu paie din hârtie. Am înlocuit în proporție de 100% pungile din plastic.
Risipa alimentară Alinierea la principiile privind evitarea risipei alimentare și implementarea de programe interne pentru prevenirea acestora	Implementarea în toate companiile Grupului	Programul HARVEST prin care am donat peste 3.600 kg de produse alimentare în 2019. Instruirea personalului pentru eficientizarea fluxului de materiale. Planificarea riguroasă a materialelor necesare în proces. Distribuția optimizată a materiilor prime Utilizarea atentă a echipamentelor.

3.1. Energie și resurse

Pentru toate companiile din Grupul Sphera, tot ceea ce înseamnă parte operațională este dependentă de utilizarea de energie. Fie că utilizăm energie electrică, gaz natural sau carburanți, toate procesele noastre se bazează pe utilizarea eficientă a energiei. Suntem conștienți de importanța trecerii progresive către utilizarea energiei provenită din resurse regenerabile pentru protejarea resurselor naturale finite și de aceea suntem focuși să implementăm tehnologii performante și echipamente eficiente din punct de vedere energetic.

Ne dorim, în primul rând, să reducem consumul de energie pentru a diminua emisiile de gaze cu efect de seră în vederea combaterii schimbărilor climatice și minimizării costurilor.

La Sphera, când facem referire la energie și implicit la eficiența energetică, luăm în considerare toate aspectele pe care le putem influența atât intern cât și extern. Grupul își selectează locațiile restaurantelor în

baza calității acestora atât din punct de vedere al eficienței energetice, cât și al proximității acestora față de mijloacele de transport în comun, și participă activ la îmbunătățirea eficienței acestora.

Strategia de Sustenabilitate a Sphera Franchise Group are o direcție clară și asumată privind eficiența energetică, susținută de obiective atent monitorizate.

Consumul total de energie al organizației în 2019 a fost de 147.945 GJ.

Consumul de energie electrică al Sphera Group

Monitorizăm consumul de energie electrică la nivelul unităților noastre. Rețeaua de restaurante a crescut față de 2018, ceea ce a condus la consum mărit ca valoare cumulată. Cu toate acestea, energia consumată per suprafață utilă a fost în scădere datorită programelor noastre orientate pe dotarea restaurantelor cu sisteme de iluminat eficiente, precum și utilizarea eficientă a echipamentelor. Energia electrică consumată în anumite restaurante a fost utilizată și pentru producerea căldurii pe timp de iarnă.

Consumul de energie electrică pentru 2018 și 2019

Consumul de energie electrică la nivelul organizației	Anul	Nr. total restaurante	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
	2018	138	76	23.834,00	23 + 22	7.083,00	5	598,00	2	5,58	10	1.429,68
	2019	154	82	24.263,68	23 + 22	7.562,79	10	1.261,98	2	5,81	15	3.766,77

*Pizza Hut + Pizza Hut Delivery

În raport cu produsele vândute, consumul de energie electrică din restaurantele noastre a evoluat astfel:

2019 vs 2018	KFC România	Pizza Hut România	Taco Bell România	KFC Moldova	KFC Italia
	11,14%	-3,45%	-18,65%	-15,87%	9,24%

Consumul de gaze naturale

În unele dintre restaurantele noastre utilizăm gaz natural pentru prepararea produselor și punctual pentru încălzire. Consumul de gaz natural utilizat este atent monitorizat de către persoanele responsabile din echipele noastre operaționale.

În anul 2019 s-a înregistrat un consum de gaz natural de **788,74 MWh**.

TRANSPORTUL

Distribuția materiilor prime alimentare și ne-alimentare

Colaborăm îndeaproape cu furnizori importanți de servicii logistice, precum HAVI Logistics SRL în România și Moldova, respectiv Quick Service Logistics Italia S.r.l. în Italia.



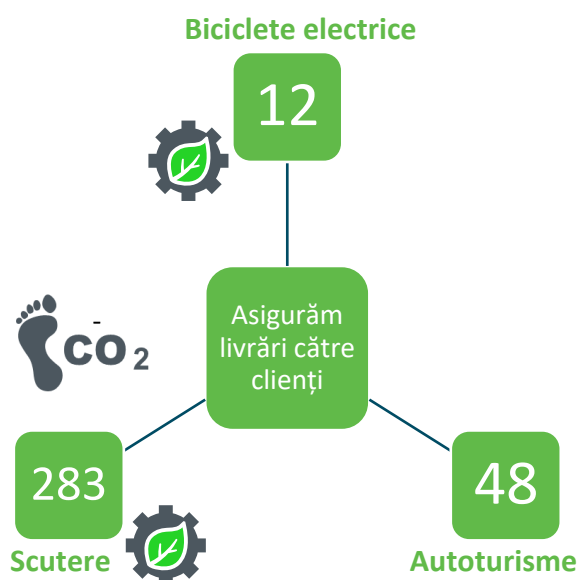
Toate activitățile de depozitare și transport au fost externalizate către aceștia, o mare parte dintre produsele necesare fiind achiziționate direct de ei în baza unor previziuni și estimări de vânzare pe termen scurt. De asemenea, se iau în considerare orarele de livrare prestabilite și cererile de achiziție de stocuri pentru diferite materiale și produse. Toate transporturile sunt eficientizate astfel încât produsele să fie livrate la timp pe trasee optimizate pentru reducerea consumului de combustibil. Furnizorii utilizează programe specifice în baza cărora coordonează întreg procesul de distribuție și transport, urmărind evoluția acestuia și raportând în timp util posibilele probleme.



Distribuția produselor

Pentru noi, este esențial să satisfacem nevoile clienților chiar și atunci când vorbim despre accesul facil la produsele noastre. Din acest motiv am continuat să le livram produsele favorite acasă, la locul de muncă sau oriunde s-ar afla.

Flota proprie a restaurantelor KFC și Pizza Hut Delivery pentru serviciile de livrare în 2019:



În 2019 am remarcat o creștere semnificativă în preferințele clienților noștri privind livrarea produselor la domiciliu.

Consumul de combustibil înregistrat la nivelul flotei de vehicule pentru 2018 și 2019

Consumul de combustibil al flotei proprii, Litri/an	Sphera Group	
	2018	2019
Benzină	167.950	236.439
Motorină	115.007	127.469
GPL	15.203	16.714

Logistică și colaborare cu furnizorii sau alte părți interesate

Pentru a susține o rețea viabilă de restaurante care să satisfacă nevoia clienților noștri, echipa de management executiv și cel operațional se deplasează de câte ori este nevoie în teritoriu pentru a fi aproape de toate părțile interesate (interne și externe) în vederea creării continuității și eficienței activităților. Încurajăm pe cât posibil desfășurarea întâlnirilor virtuale și încercăm să evităm călătoriile atunci când acest lucru este posibil atât la nivel național, cât și internațional.

APA

Apa reprezintă o sursă indispensabilă în restaurantele noastre, fiind utilizată cu preponderență pentru prelucrarea produselor alimentare. Aceasta provine de la rețelele publice de alimentare existente în fiecare oraș în care ne desfășurăm activitatea. Din dorința de a îmbunătăți modul în care utilizăm această resursă, monitorizăm lunar consumul pentru restaurantele proprii și colectăm informații cu privire la consumul de apă per suprafața ocupată de la centre comerciale în care avem închiriate spațiile.

Consumul de apă înregistrat la nivelul Sphera Group în 2018 și 2019

Consum de apă pentru prelucrarea produselor alimentare, m ³	Anul	Sphera Group	KFC România	Pizza Hut România (Dine în plus Delivery)	Taco Bell România	KFC Moldova	KFC Italia
		m ³	m ³	m ³	m ³	m ³	m ³
	2018	207.208	156.000	42.593	2.000	6.097	9.000
	2019	238.045	169.290	43.846	4.409	7.000	13.500

3.2. Valorificarea și reciclarea deșeurilor

Suntem conștienți că este important să evoluăm și să contribuim tot mai mult la un management eficient al deșeurilor. Căutăm permanent soluții de optimizare a procesului, implementând noi inițiative care să ajute tot personalul operațional.

În cadrul Grupului nostru avem implementat sistemul de management al deșeurilor care este monitorizat și îmbunătățit continuu. Prin realizarea periodică a auditurilor de deșeuri în restaurantele noastre, ne asigurăm că toate obiectivele stabilite în planul de management sunt înțelese și respectate, aplicând măsuri corective acolo unde este cazul.

Toate reclamațiile sunt tratate cu strictețe.

Obiectivele noastre sunt pe termen lung, având ca scop principal încurajarea clienților în colectarea separată, prin diverse acțiuni și informări continue la nivelul restaurantelor.

Cerințele legale aplicabile sunt urmărite îndeaproape și respectate cu strictețe.

Misiunea noastră privind managementul deșeurilor este să reducem la minimum cantitatea generată asigurând o colectare separată optimă și eficientă a acestora

în restaurantele noastre. Acest lucru ne ajută la valorificarea și reciclarea materialelor refolosibile din deșeurile generate, reducând astfel consumul resurselor naturale (petrol, apă, energie), precum și nivelul emisiilor nocive în aer.

ZERO sancțiuni sau amenzi în anul 2019 privind conformarea cu cerințele de mediu.

Cantitățile de deșeuri generate în 2018 și 2019

Organizație/ tip de deșeu	România										Moldova		Italia	
	Sphera Group		KFC		Pizza Hut		Pizza Delivery		Taco Bell România		KFC Moldova		KFC Italia	
Tone / An	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Deșeuri din Plastic	36,38	54,71	20,15	22,16	5,22	5,91	1,26	1,83	0,31	1,44	0,70	0,70	8,74	22,67
Deșeuri din Hârtie/Carton	673,96	752,23	459,9	473,23	123,9	128,21	11,84	13,25	1,31	6,81	11,00	11,00	65,19	119,72
Deșeuri din Sticlă	2,85	4,11	1,75	2,35	1,04	1,23	0,00	0,00	0,01	0,48	0,05	0,05	0,00	0,00
Deșeuri din Metal	4,89	7,33	2,63	3,24	1,04	1,32	0,25	0,28	0,02	0,04	0,00	0,0018	0,95	2,45
Deșeuri Menajere	7.788,92	7.974,46	7.358,40	7.483,67	239,59	248,81	50,27	53,18	3,06	4,78	85,00	85,00	45,43	99,02
Deșeuri Ulei uzat	293,15	318,60	239,15	243,96	17,40	6,08	0,00	0,00	0,63	6,16	10,50	10,50	25,47	51,91
Deșeuri alimentare	48,53	79,17	21,60	23,54	0,00	0,096	0,00	0,32	0,00	0,00	5,20	5,00	21,73	50,21

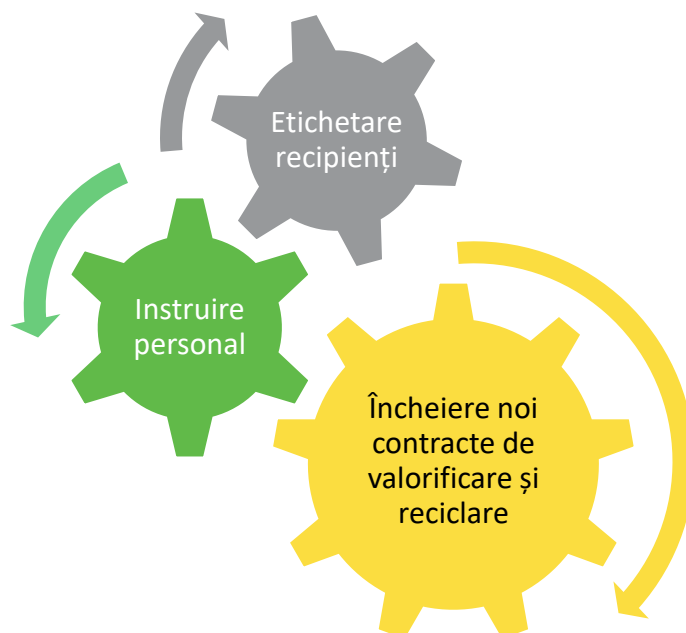


Colectarea separată în restaurantele noastre

Obiectivul principal al acestei inițiative îl reprezintă creșterea cantității de deșeuri reciclate din totalul de deșeuri generate. Suntem o companie responsabilă, care dorește să diminueze impactul pe care îl are asupra mediului înconjurător, de aceea, pe lângă dorința și necesitatea de a ne conforma cu cerințele legislative, dar și cu scopul de a reduce costurile, ne instruiam angajații constant cum să gestioneze cu rigurozitate deșeurile, contribuind activ la succesul acestui demers.

Am obținut rezultate pozitive, reușind să reducem cantitățile de deșeuri municipale amestecate, crescând astfel cantitățile de deșeuri valorificate/reciclate.

Această inițiativă este continuă, fiind monitorizată prin evaluări periodice și vizite interne de verificare a activității de colectare a deșeurilor din restaurantele noastre.





Campanii de conștientizare și informare a clienților și angajaților noștri cu privire la colectarea separată a deșeurilor

Pentru că ne-am propus ca obiectiv strategic să creștem cantitatea de deșeuri reciclate din totalul deșeurilor generate, am demarat și un proiect de informare și conștientizare care vizează atât angajații, cât și clienții noștri.

Principalele activități derulate în cadrul acestui proiect au fost:

- ✓ etichetarea containerelor din restaurante pentru o identificare mai facilă;
- ✓ mesaje de informare scrise pe ambalajele produselor.

Am redus cu peste 16% cantitatea de deșeuri generată față de 2018 în raport cu vânzările din restaurante!

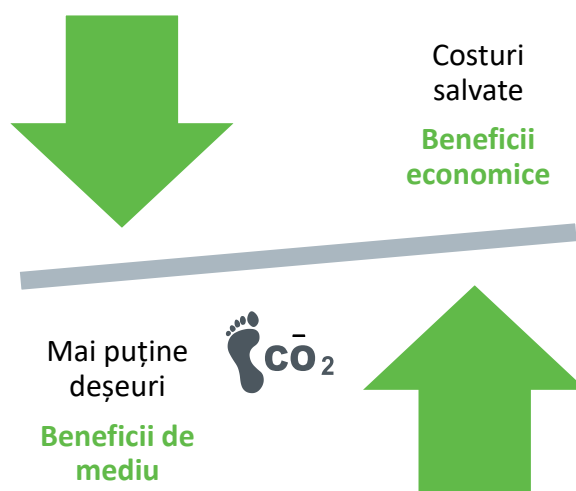


Colectarea uleiului uzat, măsuri cu privire la reducerea cantității generate

Uleiul uzat este un deșeu generat într-o cantitate semnificativă în restaurantele noastre, dar cu potențial mare de valorificare.

Pentru că ne-am dorit să reducem cantitatea de ulei uzat, am implementat în restaurantele noastre un proces controlat de verificare a calității acestuia, utilizând teste omologate.

Procesul este strict monitorizat conform procedurilor interne, fiind urmat de colectarea și valorificarea uleiului uzat, la final rezultând **Bio-Combustibil**.



3.3. Materiale de unică folosință

Plasticul de unică folosință reprezintă cea mai mare pondere de deșeuri din oceane, iar paiele și pungile din plastic ocupă un loc fruntaș în această categorie. În acest context, Sphera a realizat și adoptat, planul pentru eliminarea paielor din plastic din toate restaurantele pe care le operează în România. Începând cu luna aprilie 2019, s-a făcut trecerea la **paie din hârtie** în toate restaurantele KFC din România.

Pungile din plastic au fost înlocuite încă de la începutul anului 2019 pentru toate brand-urile noastre, atât ca urmare a strategiei noastre, cât și a schimbărilor legislative.

Hârtia folosită la producerea paielor provine **din păduri administrate în mod sustenabil**.

Limităm impactul pe care îl are plasticul de unică folosință în poluarea mediului înconjurător.

Sphera Group colaborează cu producători și furnizori care au fost aleși în baza deținerii unor certificări emise de Programme for Endorsement of Forest Certification (PEFC) și Forest Stewardship Council (FSC).

3.4. Risipa alimentară

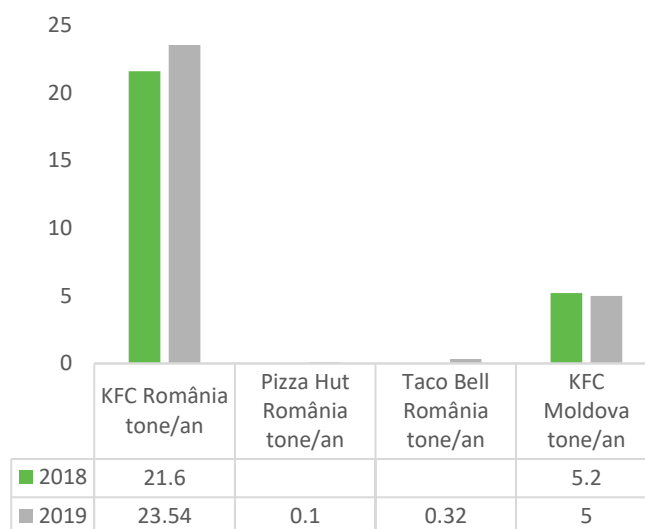
În companiile din cadrul Grupului Sphera, diminuarea risipei alimentare nu mai reprezintă demult doar un trend. Ne-am angajat prin strategia de sustenabilitate să prevenim și să reducem cantitatea de deșeuri alimentare.

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.

Continuăm toate inițiativele logistice primare și secundare implementate și comunicate în 2018 monitorizând cu preponderență:

- Instruirea personalului pentru eficientizarea fluxului de materiale
- Planificarea riguroasă a materialelor necesare în proces
- Distribuția optimizată a materiilor prime
- Utilizarea atentă a echipamentelor

Deșeuri alimentare generate



Continuarea **programului Harvest** cu scopul de a reduce risipa alimentară și de a sprijini persoanele din medii defavorizate.



În 2019 am donat peste **3.600 de kg de produse alimentare** în termen de valabilitate asigurând astfel una dintre mesele principale zilnice pentru persoanele din medii defavorizate sau aflate în risc de excludere socială.

În 2019 am donat de 3 ori mai multe produse alimentare către peste 600 de beneficiari!

3.5. Amprenta de carbon și schimbările climatice

Continuăm să monitorizăm riguros consumurile de energie pentru a avea o vedere clară asupra eficienței măsurilor implementare. Pentru noi, este important să ne asigurăm că impactul pe care îl avem asupra mediului este redus la minimum, din acest motiv, pe baza consumului înregistrat, am calculat și în acest an emisiile directe și indirecte de CO₂ (Scopul 1 și Scopul 2). Acest calcul a fost realizat pentru Grupul Sphera și acoperă toate tipurile de energie pe care le utilizăm în operațiunile noastre: energie electrică, carburanți și gaze naturale. Nu au fost incluse în calculul emisiilor 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 de CO₂ s-au utilizat factori de conversie LCA (Life Cycle Assessment).

975,06 tone 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 sau climatizare spații)

18.020,9 tone 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

Observații:

* Emisiile de CO₂ pentru Scopul 1 nu includ emisiile aferente consumului de gaz natural pentru climatizarea restaurantelor localizate în spații închiriate din 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



04

**Grija față de oameni și
comunitate**

Facem tot posibilul să fim cea mai bună variantă a noastră

În activitatea de zi cu zi, Sphera Franchise Group are ca obiectiv fundamental menținerea unei culturi organizaționale prin asigurarea unor condiții de muncă propice angajaților, care să respecte legislația națională în domeniu și drepturile omului. Mediul de lucru pe care îl promovăm pentru angajații noștri este unul incluziv, în care diversitatea este binevenită. De asemenea, ne concentrăm pe crearea unor locuri de muncă stabile și investim în programe de instruire și dezvoltare profesională.

Sphera este o companie responsabilă, care se implică în comunitățile în care activează, nu doar prin asigurarea bunăstării angajaților proprii, ci și prin derularea de proiecte de responsabilitate socială.

Anul trecut am dezvoltat strategia de sustenabilitate și am subscris Obiectivelor de Dezvoltare Durabilă, existente la nivel global. Acordăm un interes deosebit pilonului responsabilitate socială și implicare în comunitate și facem tot posibilul să atingem țintele stabilite.

PILONUL DE RESPONSABILITATE SOCIALĂ



Obiective	Ținte	Progres
Drepturile omului "Angajator dorit" prin asigurarea unui loc de muncă non-discriminativ, diversitate și incluziune	2% personal angajat provenind din comunități vulnerabile sau persoane cu handicap, precum și naționalități diverse, până în 2023 Toleranță zero față de discriminarea de gen, religioasă, orientare politică	În procesele noastre de recrutare, ne adresăm comunităților vulnerabile și unei diversități de naționalități, astfel încât să putem avea, până în 2023, 2% personal angajat din aceste categorii
Dezvoltarea și creșterea capacităților angajaților Asigurarea oportunităților de învățare și dezvoltare continuă	50% dintre programele de instruire din operațiuni să fie disponibile pe aplicații / format digital sau folosind metoda jocului (gamification), până în 2022	Continuăm să implementăm programele de instruire din operațiuni, prin aplicații / în format digital, astfel încât, până în 2022, 50% dintre acestea să fie accesibile în mediul digital
Sănătatea și securitatea angajaților Asigurarea unui mediu de lucru sigur pentru angajați	80% rată de promovare internă pentru rolurile manageriale aferente restaurantelor, până în 2025	Continuăm să susținem procesul de promovare internă prin implementarea unor programe de dezvoltare a competențelor personale și profesionale astfel încât, până în 2025, 80% din promovări să aibă la bază potențialul uman intern.
Satisfacția și starea de bine a angajaților Recunoașterea drept "cel mai dorit angajator" prin asigurarea unui mediu de lucru plăcut, stabil și sigur.		Acordăm o atenție deosebită instruirilor de leadership pentru funcțiile manageriale.

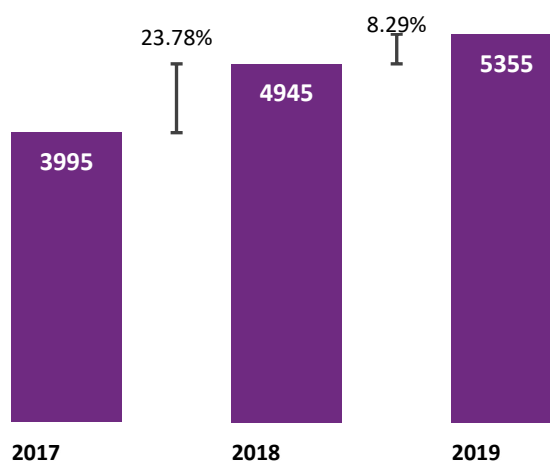
4.1. Responsabili pentru angajații noștri

Sphera își dorește să atragă resurse umane talentate, creative, motivate să performeze la locul de muncă. Compania își propune, prin strategia de Resurse Umane și proiectele implementate la nivel de Grup, să se adreseze unor categorii foarte variate ale populației active. În următorii ani, ne dorim să asigurăm un cadru sustenabil și divers de integrare socială adecvată și unor categorii care provin din medii defavorizate și să includem într-o măsură mai mare persoane apte de muncă cu vârsta peste 45 de ani, persoane cu anumite dizabilități, persoane care doresc să își continue studiile și care au nevoie de un cadru prin care se pot susține financiar.

Strategia noastră referitoare la angajați are la bază dorința de a oferi tuturor celor care lucrează în cadrul Grupului o experiență memorabilă prin crearea unui context de legalitate, stabilitate, siguranță, colaborare și dezvoltare. Ne propunem să oferim o experiență completă angajaților noștri, de tip **Hire2Retire**, cu scopul de a maximiza atât potențialul individual, cât și al organizației.

Numărul angajaților noștri a crescut în fiecare an, ca urmare a dezvoltării Grupului. La finalul lui 2019 am înregistrat un total de **5.355 de angajați** activi la 31 Decembrie 2019, în creștere cu 8,29% față de numărul angajaților activi la finalul anului 2018.

96,30% angajați cu contract pe perioadă nedeterminată și **3,70%** angajați cu contract pe perioadă determinată.



Număr total angajați 2019*

	TOTAL Sphera Franchise Group		Sediul Central		KFC România		Pizza Hut România		Pizza Hut Delivery România		Taco Bell România		KFC Italia		KFC Moldova	
	♀	♂	♀	♂	♀	♂	♀	♂	♀	♂	♀	♂	♀	♂	♀	♂
Angajați contract de muncă perioadă nedeterminată	5.157		142		3.422		610		452		290		147		94	
	2.741	2.416	82	60	1.925	1.497	329	281	118	334	147	143	76	71	64	30
Angajați contract de muncă perioadă determinată	198		6		7		1		0		0		184		0	
	92	106	2	4	0	7	0	1	0	0	0	0	90	94	0	0
TOTAL	5.355		148		3.429		611		452		290		331		94	
	2.833	2.522	84	64	1.925	1.504	329	282	118	334	147	143	166	165	64	30

*angajați activi la 31 decembrie 2019

Majoritatea contractelor de muncă sunt full time: 73,59% dintre angajați au contract de muncă full time și **26,41%** au contract de muncă part time.

Conceptul de **muncă decentă** reprezintă unul dintre Obiectivele de Dezvoltare Durabilă la care ne-am aliniat strategia de sustenabilitate. Avem în vedere continuarea implementării și dezvoltării unor programe strategice care se adresează:

- ➔ integrării și dezvoltării competențelor noilor angajați;
- ➔ consolidării competențelor funcționale ale angajaților activi;
- ➔ cultivării calităților de leadership.

Drepturile omului

Subiectul drepturilor omului reprezintă cheia responsabilității organizației față de comunitatea din care face parte. Drepturile omului reprezintă un indicator de performanță pentru toate companiile din Grup. Ne angajăm să creăm un mediu de lucru care să favorizeze diversitatea și incluziunea socială, garantând că drepturile omului sunt pe deplin recunoscute și respectate.

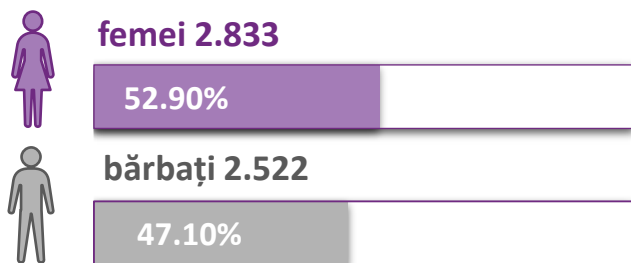
Compania noastră înțelege și acționează în sensul diversității angajaților din punct de vedere al vârstei, nivelului și preocupărilor educaționale. Această abordare permite companiei să recruteze angajați care pot alege programe de lucru adaptate nevoilor personale, care pot opta pentru diverse programe de dezvoltare personală și profesională sau pot aplica pentru burse. De asemenea, companiile din grup facilitează accesul la angajare persoanelor care doresc să lucreze în domeniul ospitalității, prin campanii de recrutare adresate acestora atât segmentului tânăr (elevi cu vârstă mai mare de 15 ani care au acordul părinților, studenți, etc.), cât și segmentului persoane active peste 45 ani.

Campaniile se desfășoară diferențiat și presupun alocarea unor resurse dedicate pentru acest proces, un proces interesant și provocator pentru că facilitează integrarea individuală și la nivel de echipă a noilor persoane care ni se alătură, prin instruiți specifice locului de muncă.

Distribuția angajaților în funcție de gen

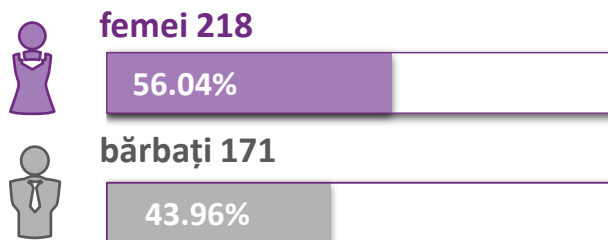
2019

TOTAL **5.355** (angajați)*



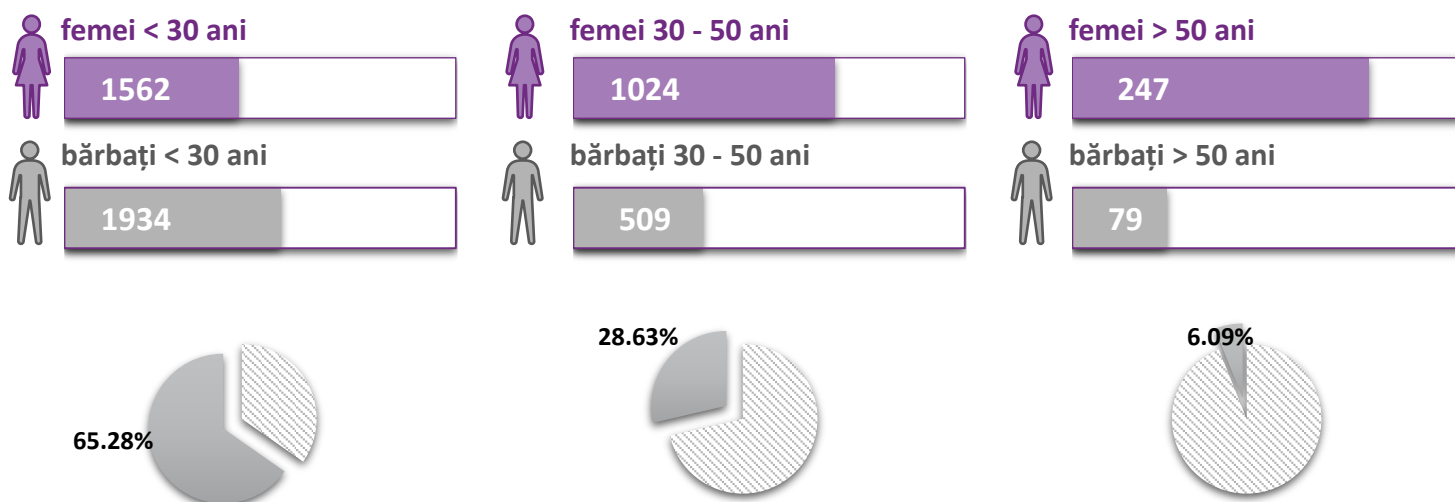
Distribuția angajaților în poziții de management în funcție de gen

TOTAL **389**



*angajați activi la sfârșitul anului 2019

Față de anul 2018, procentul femeilor angajate în poziții de management a crescut de la 53% la 56,04%.



*angajați activi la sfârșitul anului 2019

În ceea ce privește distribuția angajaților în funcție de vârstă și gen, față de 2018, se poate observa o creștere a angajaților cu vârste peste 30 de ani. Procentul persoanelor din categoria de vârstă 30 – 50 ani a crescut de la 24% la 28,63% din numărul total de angajați, iar procentul celor cu vârste peste 50 de ani a crescut de la 4% la 6,09% .

Politicile noastre interne urmăresc de asemenea **crearea unui mediu de lucru incluziv** care să permită asimilarea diferitelor categorii de angajați și încadrarea acestora într-un loc de muncă în care să își poată desfășura activitățile în condiții de siguranță și în care drepturile le sunt respectate. În măsura în care, angajații doresc să comunice cu managementului companiei, o pot face prin Telefonul angajatului.

Telefonul angajatului este un canal de comunicare accesibil oricărui angajat, apelurile fiind preluate și investigate în scopul găsirii celor mai potrivite soluții.



Nu au existat incidente legate de discriminare în anul 2019.

În 2019, Sphera Franchise Group a decis să adere la proiectului internațional Carta Diversității.

Carta Diversității din România are la bază un set de principii generale, asumate, cu scopul de a promova diversitatea, non-discriminarea, incluziunea și egalitatea de șanse la locul de muncă.

Prin semnarea Cartei, Grupul se angajează să sprijine, să protejeze și să dezvolte diversitatea prin: implementarea politicilor de management al diversității și favorizarea egalității de șanse la locul de muncă.



**CARTA
DIVERSITĂȚII
DIN ROMÂNIA**

Reunim și integrăm, cultural și profesional, o diversitate de naționalități în cadrul echipei noastre, în acest moment.

Prin **politica noastră de șanse egale** ne asigurăm că nu există niciun fel de discriminare în recrutarea, retenția și formarea angajaților pe bază de gen, stare civilă, identitate sexuală, religie și credință, opțiuni politice, etnie/rasă, timpul de muncă, vârstă, dizabilități, context socio-economic, fără ca enumerarea să fie limitativă.

Sănătatea și siguranța angajaților

Compania depune eforturi susținute în vederea satisfacerii, în totalitate, a prevederilor referitoare la securitatea muncii conform legislației în vigoare, precum și a celor formulate în standardele interne. Constant se transmit informări, se identifică riscurile și eventualele pericole, se efectuează audituri utilizând cele mai bune practici și metode de instruire, astfel încât politicile și măsurile noastre de sănătate și siguranță să fie înțelese și respectate. Ne asigurăm că dispunem de resurse pentru a crea locuri de muncă sigure pentru angajații noștri.

Sănătatea și siguranța angajaților este esențială în derularea activității de zi cu zi. În acest sens:

- ➔ am dezvoltat un plan de instruire și formare privind sănătatea și securitatea în muncă, precum și proceduri specifice prin intermediul cărora să monitorizăm eventualele accidente de muncă și alte evenimente specifice;
- ➔ am dezvoltat un parteneriat cu un consultant extern care efectuează periodic audituri specifice pentru a ajuta la înlăturarea neconformităților;
- ➔ angajații au la dispoziție instrucțiuni și materiale necesare privind instruirea pe subiectul sănătății și securității în muncă.

Securitatea și sănătatea în muncă este extrem de importantă deoarece:

- ➔ Ne aliniem la valorile companiei prin care excelența în tot ceea ce facem este prioritară;
- ➔ Poate afecta obiectivele strategice ale companiei;
- ➔ Respectarea legislației și a regulilor de siguranță este în armonie cu principiile și valorile companiei;
- ➔ Reduce absenteismul la locul de muncă;
- ➔ Reduce probabilitatea pierderilor materiale și financiare.

Orice salariat beneficiază de condiții de muncă adecvate activității desfășurate, de protecție socială, de securitate și sănătate în muncă.

Pentru îmbunătățirea performanțelor, Sphera depune eforturi susținute în vederea creșterii gradului de conformare cu cerințele impuse de legislația specifică Securității și Sănătății în Muncă, iar pentru buna desfășurare a activității, compania asigură: materiale igienico-sanitare, echipamente de protecție și supraveghere medicală de către medicul specialist de medicina muncii.

- ➔ Conducerea societății a urmărit îmbunătățirea condițiilor de la locul de muncă, prin aplicarea tuturor măsurilor organizatorice, tehnice și sanitare, conform planului de prevenție și protecție, acordarea echipamentului individual de protecție corespunzător riscurilor ce apar la îndeplinirea sarcinilor de serviciu.
- ➔ Stabilirea și semnalizarea zonelor cu risc ridicat și specific de accidentare prin montarea unor afișe și panouri de avertizare în spațiile de lucru.

- ➔ Grupul alocă resurse financiare pentru instruirea personalului.
- ➔ Pentru asigurarea sănătății lucrătorilor, se menține colaborarea cu furnizorul de medicina muncii pentru realizarea tuturor analizelor medicale conform legislației. Acesta asigură asistența medicală, prin controale periodice și încheierea fișelor de aptitudine pentru angajații existenți sau nou veniți.
- ➔ Noii angajați sunt instruiți și testați conform instructajului introductiv general și al celui de la locul de muncă.
- ➔ Instructajul periodic se desfășoară conform graficului stabilit și aprobat.
- ➔ În fiecare locație există planuri de evacuare și intervenție, precum și semnalizarea corespunzătoare pentru evacuare, respectiv pentru fumat.
- ➔ Se verifică permanent împământarea prizelor și continuitatea conexiunilor electrice.
- ➔ Se verifică periodic stingătoarele de incendiu.

Obiectivele politicii de securitate și sănătate sunt:

- ⊗ protejarea sănătății și asigurarea securității angajaților, vizitatorilor, clienților și contractorilor;
- ⊗ asigurarea și menținerea condițiilor sigure și sănătoase de lucru;
- ⊗ informarea angajaților, vizitatorilor și a contractorilor asupra riscurilor de accidentare;
- ⊗ asigurarea instruirii și a consultanței de specialitate;
- ⊗ menținerea stării de "TOLERANȚĂ ZERO" față de orice situație sau acțiune periculoasă și față de manifestările din categoria incidentelor periculoase care pot cauza leziuni sau reprezenta un pericol pentru sănătatea tuturor persoanelor implicate în procesul muncii;
- ⊗ desfășurarea activității astfel încât să nu pericliteze în nici un fel sănătatea angajaților, clienților și furnizorilor de servicii sau materii prime;
- ⊗ asigurarea cadrului prin care angajații sau orice altă persoană interesată pot formula sugestii legate de îmbunătățirea condițiilor de lucru sau calității produselor.

În 2019, la nivel de Grup au fost raportate 78 de accidente de muncă. S-a identificat o stagnare a accidentelor de muncă la nivelul restaurantelor, dar și o ușoară creștere la serviciile de livrare la domiciliu. Sănătatea angajaților noștri și prevenirea accidentelor de muncă sunt foarte importante pentru noi, de aceea, toți angajații participă în mod regulat la training-uri pentru prevenirea și diminuarea accidentelor. Colaborăm cu furnizori specializați pentru a menține un echilibru constant în portofoliul de training-uri și dezbateri interne pe potențialele cazuri critice.

	Sphera Franchise Group		
	2017	2018	2019
Număr accidente de muncă	52	64	78
Număr de zile concediu medical ca urmare a accidentelor de muncă	243	158	211

33.584 zile de concediu medical din alte cauze decât accidentele de muncă.

Grupul asigură atenție maximă securității muncii și desfășoară un proces continuu de promovare, la toate nivelurile, a regulilor de securitate și sănătate.

Fiecare angajat este angrenat într-un program de urmărire a stării de sănătate, începând de la angajare și continuând pe toată perioada desfășurării activității în companie. Se asigură asistență medicală de calitate tuturor angajaților existând dotările necesare acordării primului ajutor în condiții eficiente.

În conformitate cu prevederile legale în vigoare, toate serviciile de medicina muncii sunt asigurate de personal și instituții abilitate.

Dezvoltarea și creșterea competențelor angajaților

Starea de bine a angajaților noștri, sănătatea și siguranța lor, posibilitatea de a se dezvolta și de a promova în carieră sunt aspecte importante în strategia noastră și suntem siguri că putem crea un mediu de lucru atractiv, care să inspire și să influențeze pozitiv pe cât mai mulți dintre aceștia. Sprijinim și oferim oportunități de creștere și dezvoltare pentru angajații noștri fiind în dialog constant cu ei. Un element important care stă la baza succesului pe termen lung și a dezvoltării sustenabile este grija pe care compania o are pentru dezvoltarea capitalului uman. Acționăm în mod responsabil pe măsură ce creștem prezența brand-urilor KFC, Pizza Hut, Pizza Hut Delivery și Taco Bell în România și dorim să oferim clienților noștri produse și servicii de calitate, să creștem durabil și să deblocăm 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 și a celei personale. 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.

Demersurile noastre încep încă din momentul în care interacționăm cu potențialii angajați, prin șansele de dezvoltare oferite prin intermediul stagiilor de practică susținute în baza unor parteneriate durabile, pe care le avem cu atât cu instituții de învățământ, cât și cu asociații orientate spre susținerea categoriilor defavorizate sau care au nevoie de suport în găsirea unui loc de muncă.

În 2019 am derulat 229 de stagii de practică în România.

Numărul orelor de instruire în cadrul organizației

Ore de pregătire per funcție aferentă	KFC	Pizza Hut	Pizza Hut Delivery	Taco Bell	Total Sphera (în România)	KFC Italia	KFC Moldova
Management	42.352	7.992	14.520	6.776	71.640	5.856	992
Personal restaurant	272.048	35.448	27.496	33.264	263.040	7.084,80	3.440
Total, 2019	314.300	43.440	42.016	39.040	334.680	12.940,80	4.432

Dezvoltarea oamenilor noștri și a capacităților acestora necesită o abordare personalizată și interactivă, care ne permite să deblocăm potențialul angajaților noștri și să îi ajutăm să facă diferența la locul de muncă și în comunitățile lor.

Pentru a se asigura că oamenii din echipe sunt în permanentă implicați, motivați și conectați la nevoile clienților, Grupul pune accent pe menținerea unui mediu de lucru dinamic prin implementarea unor programe de training dedicate, care să corespundă nevoilor specifice fiecărui post.

Centrul de Pregătire și Performanță

Reprezintă locul unde facem cunoștință cu noii colegi și consolidăm relațiile de colaborare cu angajații activi, canalizăm potențialul uman și stabilim direcțiile de lucru, organizăm evenimente de învățare și de recunoaștere a meritelor angajaților sau de comunicare deschisă între aceștia și managementul companiei.



Programe de dezvoltare

În 2019, am continuat sesiunile de training și dezvoltare pentru colegii noștri.

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 plină de satisfacție. Astfel, o parte dintre angajați pot alege să facă o schimbare în parcursul lor profesional sau pot contribui la schimburi de experiență cu colegii lor din țările unde activăm.

Instruire inițială pentru angajații noi

Programul de onboarding a fost actualizat în 2019 pentru a-i ajuta 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 plăcute. Include sesiuni față în față și online de prezentare și interacțiune cu colegii care ocupă funcții similare.

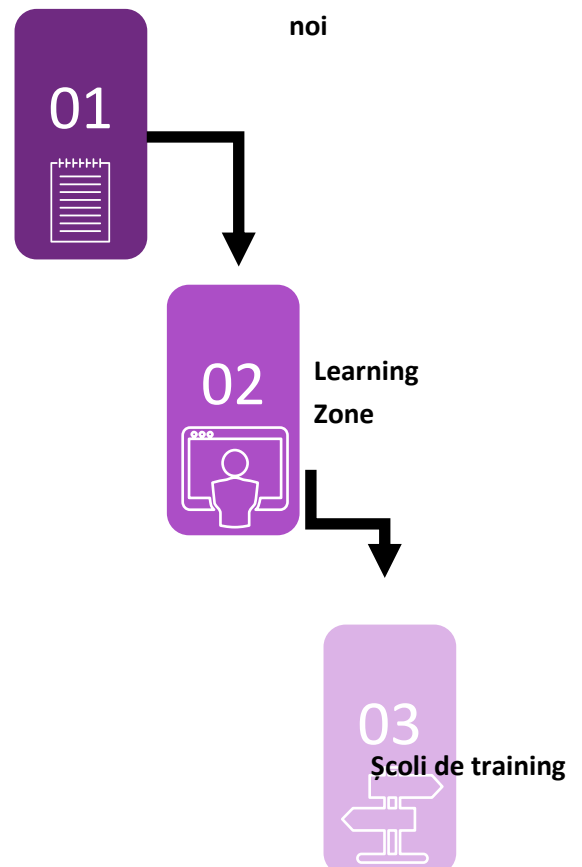
Learning Zone

Este o platformă de învățare online, accesibilă tuturor angajaților, indiferent de nivelul de experiență. Prin intermediul acesteia reușim să actualizăm toate informațiile necesare în demersurile noastre de integrare și confirmare a angajaților pe posturile pe care le ocupă.

Școli de training

În dorința de a susține angajații în activitatea lor încă din prima zi și de a le oferi ocazia de a experimenta noul job, într-un cadru de siguranță, am decis în 2019 să punem bazele unor Școli de Training dedicate fiecărui brand KFC, Pizza Hut, Pizza Hut Delivery și Taco Bell. Astfel, am ales anumite restaurante și le-am pregătit pentru a primi

Instruire inițială pentru angajații noi



angajații noi și a-i susține în procesul lor de certificare a competențelor specifice postului ocupat. 488 de angajați au fost instruiți în școlile de training în 2019.

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 echipelor 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 le identifice pe cele eficiente care induc starea de bine la nivel personal și de echipă.



Performanță

Un proiect de dezvoltare a competențelor manageriale – program desfășurat și derulat în perioada mai – iunie 2019, alături de un furnizor extern, în cadrul căruia s-a urmărit susținerea a 86 de colegi manageri din echipele KFC, Pizza Hut, Pizza Hut Delivery și Taco Bell din Ploiești, Brașov, Cluj, Constanța și Timișoara. Fiecare participant a dedicat 40 ore subiectelor abordate: **Manager versus Lider, Managerul un exemplu pentru echipa sa; Succesul în restaurantul meu și Relaționarea interpersonală.**

HR College

În 2019, la Centrul de Pregătire și Performanță al Grupului, timp de 2 zile, am găzduit **KFC HR College**, un eveniment de învățare și împărtășire de bune practici, dedicat colegilor din echipele de Resurse Umane și Operațiuni KFC CEE, Russia & CIS.

Susținem obiectivul general de inovare și digitalizare prin furnizarea de experiențe inedite membrilor echipelor. În această direcție, am dezvoltat un program pilot de centralizare a solicitărilor specifice de Resurse Umane, pe o platforma digitală de asistență și gestionare a incidentelor.

Proiectul pilot **HR4KFC** a fost premiat în cadrul HR Summit 2019 primind Sanders HR Awards, cu distincția „Best Project 2019”.

Satisfacția și starea de bine a angajaților

Sphera sprijină inițiativele pentru dezvoltarea angajaților, îmbunătățirea mediului de lucru și a aspectelor privind sănătatea și securitatea la locul de muncă. Succesul business-ului nostru depinde de capacitatea de a atrage și de a păstra oameni talentați, sănătoși, fericiți și responsabili. Accesul la programe de dezvoltare, precum și crearea unui mediu de lucru sigur sunt elemente care fac parte din cultura noastră organizațională.

Satisfacția și starea de bine a angajaților reprezintă un aspect important al relației angajat – angajator. Alături de oferta financiară cu creșteri salariale în trepte și un pachet de beneficii, oferim angajaților noștri flexibilitate în ceea ce privește programul de lucru.

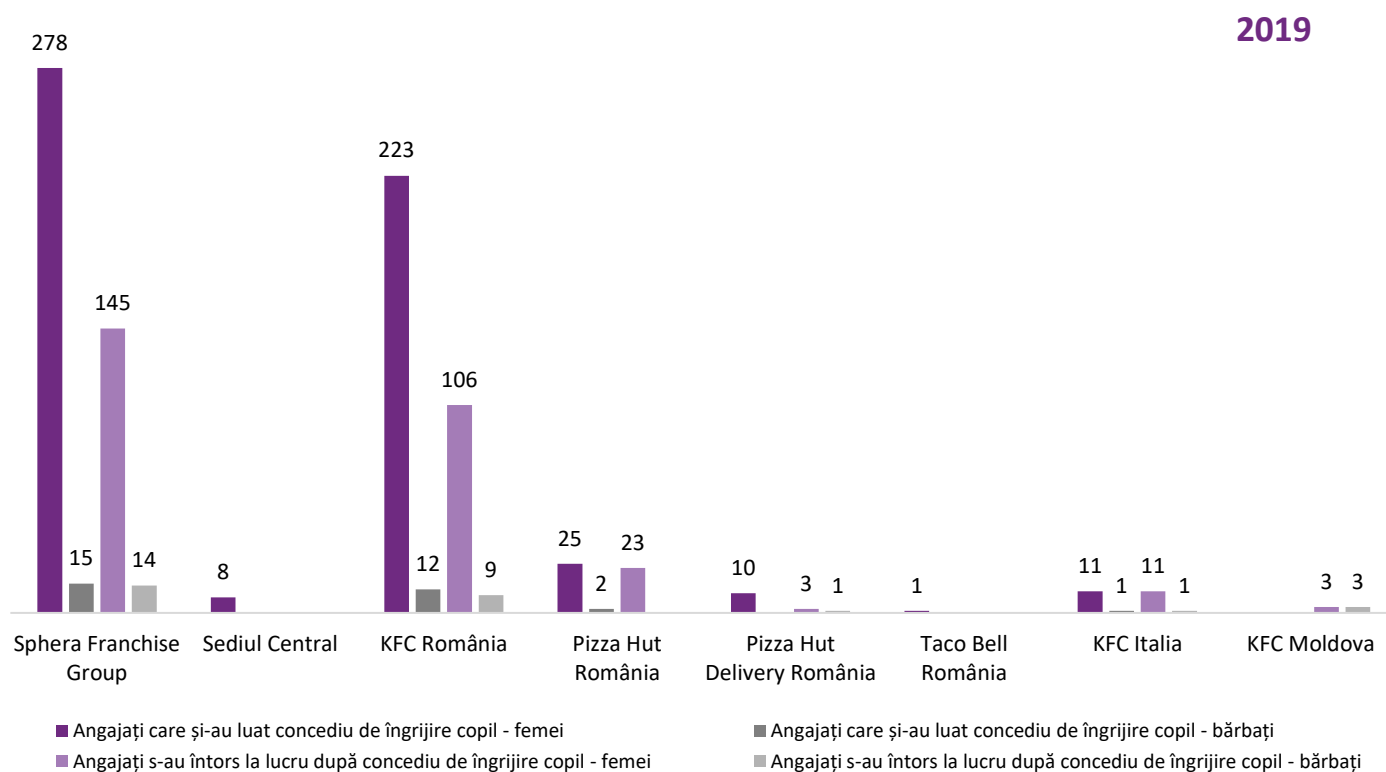
La angajare nu solicităm experiență profesională anterioară și îi încurajăm pe candidați să descopere domeniul ospitalității. Susținem parcursul profesional al angajaților prin instruirii inițiale și periodice pentru că ne dorim să oferim șansa dezvoltării unei cariere în domeniul restaurantelor.

Pe durata colaborării încercăm să fim aproape de angajați și familiile lor prin:

- ➔ Organizarea de evenimente pentru copiii angajaților în preajma sărbătorilor;
- ➔ Oferirea de 8 martie a unui cadou, simbol al aprecierii noastre, pentru colegile noastre;
- ➔ Felicitarea angajaților cu ocazia zilei lor de naștere;
- ➔ Recunoașterea comportamentelor eficiente, a meritelor și dezvoltarea angajaților la nivel individual;
- ➔ Organizarea evenimentelor de recunoaștere pentru angajați și oferirea ocaziei de a trăi experiențe inedite;
- ➔ Sărbătorirea momentelor de succes individuale;
- ➔ Sărbătorirea loialității angajaților;
- ➔ Acordarea pe durata anului 2019, în baza unor criterii de selecție, a unor burse interne de susținere a angajaților;
- ➔ Sărbătorirea momentelor de succes ale echipei, atât în restaurant, cât și în afara lui;
- ➔ Participarea la acțiuni de voluntariat și încurajarea angajaților de a face fapte bune;
- ➔ Informarea angajaților în mod constant prin buletine de știri, comunicări formale, revista internă etc.;
- ➔ Păstrarea activă a dialogului și a comunicării deschise bazată pe feedback, oferirea ocaziei de a apela **Telefonul Angajatului** ori de câte ori un angajat consideră că nu are informațiile necesare pentru a soluționa o problemă cu care se confruntă.

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.



Grupul efectuează plăți în numele angajaților săi pentru pensii (planuri de contribuții determinate), asigurări medicale, impozitele angajatorului și al personalului care sunt calculate conform cotelor statutare în vigoare în cursul exercițiului, în baza salariilor brute. Indemnizațiile pentru alimente, cheltuielile de deplasare și indemnizațiile pentru concediu se calculează, de asemenea, conform legislației locale. Grupul nu operează niciun alt plan de pensii sau beneficii post-angajare și, în consecință, nu are nicio obligație cu privire la pensii.

În conformitate cu reglementările italiene din domeniul muncii, Grupul utilizează doar în Italia un plan de beneficii determinate care constă în plata unei indemnizații către angajați la terminarea contractului de muncă, plan ce presupune contribuții către un fond administrat separat.

Potențialul fiecărui angajat este evaluat în funcție de anumite criterii specifice postului ocupat sau vizat. Astfel, întrucât ne dorim omul potrivit la locul potrivit, avem planuri specifice de pregătire și dezvoltare pentru cei care doresc să parcurgă alături de noi un traseu profesional.



	TOTAL Sphera Franchise Group	Sediul Central	KFC România	Pizza Hut România	Pizza Hut Delivery România	Taco Bell România	KFC Italia	KFC Moldova
Angajați promovați 2019	356	5	201	34	47	28	38	3

4.2. Implicarea și impactul în comunitate

Suntem o companie care pune accent pe implicarea socială, continuăm să inițiem campanii de informare și educare, precum și proiecte comunitare, deoarece succesul business-ului nostru depinde în mare măsură de calitatea vieții clienților și de bunăstarea comunităților în care activăm.

Dorim ca relația dintre organizația noastră și comunitate să fie una colaborativă, bazată pe respect, susținere și înțelegere reciprocă. Suntem orientați spre inovație și standarde înalte de calitate și siguranță alimentară, dar înțelegem, în același timp, că avem responsabilitatea de a ne implica în dezvoltarea comunităților și de a ajuta la soluționarea problemelor cu care acestea se confruntă. Ne implicăm în activități de sprijin social, fiind preocupați să consolidăm angajamentul nostru în sfera responsabilității sociale. De asemenea, ne-am asumat misiunea de a contribui la educația tinerilor și încercăm să-i sprijinim cu resursele necesare pentru a-și construi viitorul.

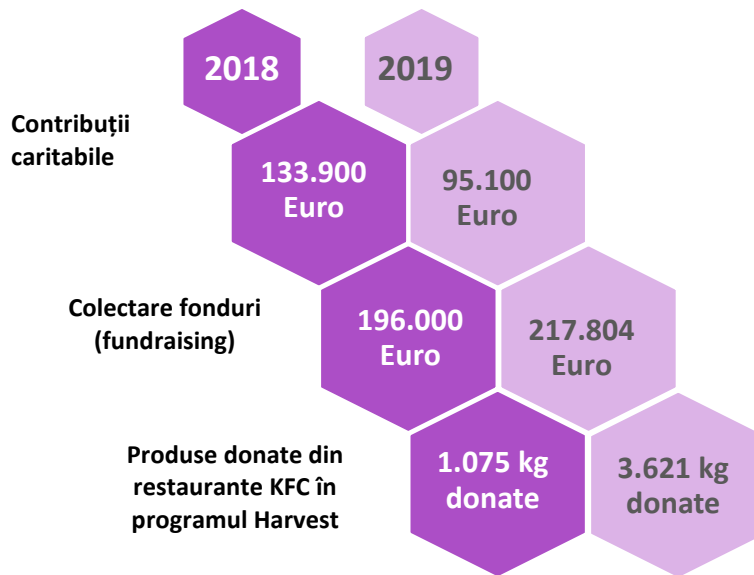
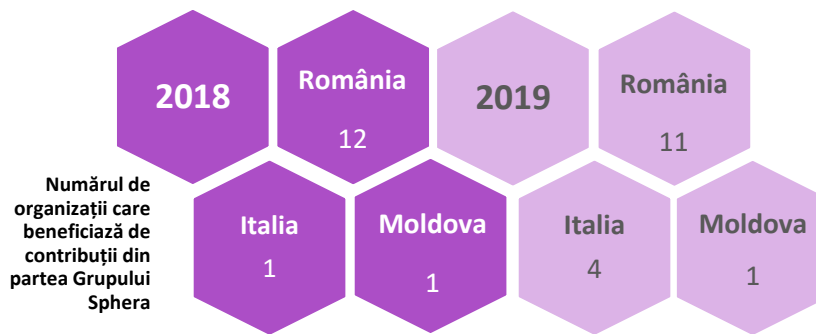
Ne implicăm în dezvoltarea comunităților și ajutăm la soluționarea problemelor cu care acestea se confruntă

De-a lungul timpului, în baza unor parteneriate pe termen lung, încheiate cu organizații non-guvernamentale, am pus bazele unor programe adresate persoanelor provenind din medii defavorizate. Astfel, beneficiarii proiectelor au avut acces la educație și programe de sănătate, care le-au oferit oportunități mai bune de integrare și șansa de a deveni membri activi ai comunității din care fac parte.

Toate companiile din Grupul Sphera sunt implicate în proiecte în comunitate.

Identificăm nevoile grupurilor țintă și, cu ajutorul organizațiilor din comunitate, ne asigurăm că putem genera un impact pozitiv.

Impactul în comunitate în cifre



Investiții în comunitate

Monitorizăm impactul direct creat atât prin proiectele lansate de companiile noastre, cât și impactul indirect generat cu ajutorul clienților noștri care ne sprijină în campaniile de strângere de fonduri. Aceste fonduri le direcționăm controlat pentru a fi siguri că impactul social va fi unul cuantificabil.

Impact direct

Proiecte sociale relevante

În 2019 am continuat să implementăm o serie de proiecte cu impact direct, beneficiarii fiind persoane provenind din medii defavorizate. Astfel, am contribuit la ameliorarea condițiilor sociale, la îmbunătățirea abilităților și cunoștințelor din anumite comunități, dezvoltarea personală și profesională, accesul la servicii de sănătate și creșterea calității vieții.

Programul de donare de hrană HARVEST

A continuat cu succes și în 2019 în scopul reducerii risipei alimentare, sprijinirii comunităților nevoiașе și a reducerii amprente ecologice. Prin intermediul acestui program internațional de responsabilitate socială, KFC România contribuie la reducerea risipei alimentare și la sprijinirea persoanelor ce provin din medii defavorizate.

În 2019, am donat peste 3.600 de kg de produse din pui, din 11 restaurante KFC din București și din țară

Programul Harvest, implementat inițial ca o platformă pilot, pentru prima dată în România, în noiembrie 2017, reprezintă 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 excluziune socială. Ulterior acesta a fost implementat cu succes și în Italia, de acesta beneficiind grupul țintă al unor asociații din zona Toscana, Veneția și Piemont.

Conlucrăm cu asociațiile non-profit pentru a ajunge la grupurile țintă – beneficiari.

Asociația “O Masa Caldă” Cluj Napoca pregătește, în fiecare zi de luni până vineri, **270 de mese calde**, de care beneficiază: 70 de copii cu vârste cuprinse între 6 și 16 ani, înscriși în centre de zi; 110 adulți înscriși în centre de adăpost; 90 persoane cu venituri mici/fără adăpost/cu diverse adicții, femei și bărbați, cu vârste cuprinse între 35 și 93 de ani (cea mai vârstnică beneficiară are 93 de ani).

O masă caldă – cu ajutorul KFC și a programului HARVEST

Asociația Bucuria Darului ‘Brașov’, a oferit suport beneficiarilor cantinei sociale, persoane cu venituri mici sau fără venituri care nu reușesc să-și asigure hrana zilnică, respectiv familii monoparentale și familii cu mulți copii unde salariile părinților nu acoperă cheltuielile curente; vârstnici fără aparținători cu venituri mici sau fără venituri; persoane cu handicap/boli cronice; oameni ai străzii. Beneficiarilor li se asigură un prânz/zi lucrătoare/persoană, fie sub forma unei mese calde acordate zilnic, fie sub forma pachetelor cu alimente necesare pentru pregătirea prânzului (acestea sunt acordate săptămânal - alimente de bază, legume, lactate, carne, oua, pâine etc.).

În perioada aprilie-decembrie 2019 au fost 570 de beneficiari timp de 9 luni de zile

Centrul pentru Viață Independentă pentru Persoane Adulte cu Dizabilități Sfântul Lazăr și Centrul Rezidențial pentru Persoane Adulte fără Adăpost Locuința Socială Sfântul Lazăr.

Persoanele care au beneficiat de produsele donate de KFC România sunt bărbați și femei cu vârsta cuprinsă între 18 și 46 de ani, cazuri sociale și majoritatea provin din stradă sau din vechile centre de stat din “anii de glorie”.

Produsele pregătite și servite zilnic unui număr de aproximativ 60 de persoane – cazuri sociale.

Caritas București, în 2019, a oferit constant produse KFC prin programul Harvest către cei **60 beneficiari ai cantinei** (vârstnici nedeplasabili și cei 16 copii găzduiți în Casa Sf. Ioan, copii cu vârste cuprinse între 8-17 ani). Ocazional au primit pachete cu produse alimentare **250 persoane în dificultate** din diferite parohii, oameni vârstnici, sau persoane din familii numeroase cu mulți copii cu mari probleme privind lipsa unui loc de muncă sau cu probleme medicale, persoane în perioada recuperatorie post-adicții, oameni ai străzii și adulți aflați în dificultate cu probleme de toxico-dependență sau lipsa unei locuințe.

60 beneficiari constanți ai cantinei Caritas

Ocazional alte 250 persoane în dificultate ajutate cu hrană

Regional Food Bank Foundations (Italia), prezintă cu sucursale în zonele Veneția, Piemont și Toscana, beneficiază de donațiile noastre prin intermediul asociațiilor de caritate locale (organizații de caritate care sunt în principal cantine și supermarketuri dedicate persoanelor aflate în dificultate) care retrag produsele donate și le folosesc la cantinele lor și supermarket-uri.

2019 - Proiectul HARVEST lansat și în 5 restaurante din Italia. Produse donate în valoare totală de 7.299,34 euro

Proiectul “Vreau în clasa a noua!” și-a continuat parcursul și în 2019 în colaborare cu organizația World Vision, în scopul sprijinirii continuării studiilor pentru copiii care provin din medii defavorizate. Astfel, printr-un efort comun, luna octombrie a devenit, în mod simbolic, luna donațiilor. Acel moment din an în care toți angajații și clienții din restaurantele KFC și Pizza Hut află poveștile tinerilor înscriși, în fiecare an, în programul „Vreau în clasa a 9-a!” și contribuie la construirea viitorului lor. Dacă în primul an de colaborare (2008), suma donată către World Vision România a fost de 10.000 euro, în 2019 am ajuns la sumă totală **140.000 de euro** care a fost redirecționată către organizație în vederea susținerii parcursului personal și profesional a sute de tineri provenind din medii defavorizate.

În 2019, **238 de tineri** au beneficiat de bursă lunară, activități lunare de educație non formală, activități trimestriale de socializare, tabără de vară, consiliere psihologică, școlară și vocațională, meditații precum și donații de bunuri necesare frecventării cursurilor liceale. Temele activităților din 2019, au avut ca scop stimularea comunicării, creșterea eficienței luării deciziilor și dezvoltarea spiritului critic de analiză a situațiilor cotidiene și de rezolvare de probleme, precum și cunoașterea personală.

De asemenea, pentru elevii de clasa a XII a, pe tot parcursul anului școlar, pe lângă toate celelalte activități desfășurate la nivelul proiectului, o atenție aparte se acordă orientării vocaționale.

Elevii susținuți în anul școlar 2018-2019 provin din mediul rural, au frecventat licee din București și județele Cluj, Dolj, Vâlcea, Ialomița, Iași, Vaslui și provin din familii cu venituri financiare mici. Pe lângă situația materială precară, copiii se confruntă cu diverse alte probleme familiale, cum ar fi: 21,34 % provin din familii monoparentale, 35,4 % provin din familii cu cel puțin 3 copii, 10,74 % provin din familii care trăiesc în locuințe în stare avansată de degradare iar familia nu are acces la utilități, în mod special la o sursă de apă, electricitate și încălzire, 7,24 % provin din familii în care cel puțin unul din părinți e plecat la muncă în străinătate.

“Christmas lights the Padua station 2019” evenimente socio – culturale organizate de asociația PadovaCresce (Asociația pentru promovarea socială și culturală) care pune în aplicare acțiuni pentru îmbunătățirea zonei degradate din jurul gării și a unor străzi din Padova cu scopul de a îmbunătăți calitatea vieții în aceste zone și de a reduce criminalitatea.

63,44 % dintre elevii susținuți de KFC au înregistrat progres școlar iar rata de promovabilitate la examenul de bacalaureat, la nivelul proiectului, în 2019 a fost de 81,13% versus 75,5% rata națională.

500 Euro contribuție pentru acțiuni care conduc la scăderea criminalității locale în Italia

Impact indirect

Prin colectarea de fonduri în restaurantele KFC, Pizza Hut și Taco Bell, am sprijinit beneficiari ai mai multor asociații non-profit.

În 2019, am direcționat peste 72.000 de euro pentru susținerea a două case din satul SOS București

Donații de peste 75.000 de euro pentru incluziune socială

Beneficiari:

Copii cu vârsta cuprinsă între 5-18 ani și tineri cu vârsta cuprinsă între 18 -25 ani

Ajutor pentru 24 copii cu vârste cuprinse între 5 – 16 ani, cu dizabilități neuromotorii severe

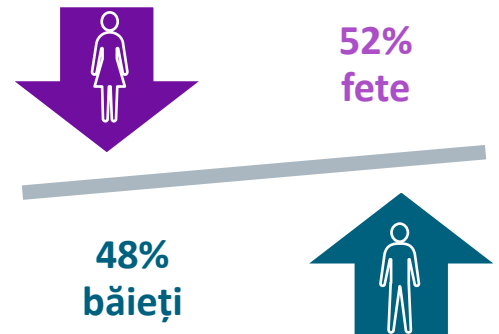
În 2019, Taco Bell, cu ajutorul clienților, a donat peste 2.700 de euro

În anul 2019, Pizza Hut și Pizza Hut Delivery, au direcționat peste 23.000 de euro

Donații pentru organizația SOS Satele Copiilor în programul „Bucket de Bine”. Au fost direcționați peste **72.000 de euro** pentru susținerea celor **două case ,adoptate’ de KFC**, în care locuiesc 9 copii împreună cu mamele sociale și care beneficiază, în cadrul proiectului, de pregătire școlară adecvată, dar și de activități extra curriculare, prin care își descoperă și își dezvoltă abilități și aptitudini importante pentru formarea acestora.

Cu ajutorul donațiilor în bani făcute de clienți în toate restaurantele **KFC**, au fost donați, în 2019, **peste 75.000 de euro asociației ASCHFR** care își propune să dezvolte programe cu și pentru copiii și tinerii cu dizabilități fizice și/sau asociate și ajutor specializat familiilor acestora, în vederea facilitării incluziunii sociale.

Organizația Națională a implementat și dezvoltat diverse proiecte și activități de care au beneficiat **1200 de copii și tineri cu dizabilități fizice și asociate.**



În cadrul acestui proiect, Centrul de zi Aurora, sucursala din București a ASCHFR, a beneficiat de o parte din donații și a derulat activități educaționale, adaptând programele școlare ale sistemului de învățământ la particularitățile specifice ale copiilor. Beneficiari au fost **24 de copii cu vârste cuprinse între 5 – 16 ani**, cu dizabilități neuromotorii severe și familiile acestora. În plus au fost asigurate servicii de transport, kinetoterapie, logopedie și stimulare cognitiv-senzorială.

Din al doilea an de activitate pe piața locală, **Taco Bell** s-a implicat în sprijinirea **Asociației Little People** care are ca scop susținerea emoțională a copiilor bolnavi de cancer din România și Republica Moldova, prin amplasarea unor urne speciale, de donație, în restaurantele Taco Bell. Cu ajutorul clienților, au fost donați, în 2019, peste 2,700 de euro către organizație, bani investiți în programele de suport psihosocial pentru copii și adolescenți, și în evenimentele anuale și seminariile oferite comunității de supraviețuitori Temerarii. Tinerii au provenit din **10 secții oncopediatrice**. Au beneficiat de suport emoțional cca. **1.890 de copii și tineri afectați de cancer din România cu vârstele cuprinse între 0 și 30 de ani.**

Organizația HOSPICE Casa Speranței. Pizza Hut și Pizza Hut Delivery au început, din februarie 2017, o colaborare cu această organizația non-profit care face eforturi pentru a schimba în bine viețile celor care trăiesc cu o boală incurabilă. În fiecare lună, o donație de aproximativ 2.000 de euro merge către această organizație, care a fost alături de **peste 22.000 de oameni și de familiile lor**. În 2019, peste 23.000 de euro au fost direcționați către organizație cu scopul de a susține pacienții cu boli în stadiu terminal, copii și adulți, prin îngrijire medicală și suport social.

4.3. Satisfacția clienților

Când vorbim despre satisfacția clienților ne concentrăm pe oferirea de produse și servicii de calitate, asigurarea unui mediu sigur în restaurantele noastre, curățenie și crearea unui ambient plăcut.

Experiențe frumoase în restaurantele noastre

Pentru toate brand-urile Grupului, satisfacția clienților reprezintă un aspect foarte important. În acest sens, angajații noștri sunt instruiți să ofere experiențe frumoase clienților în restaurantele noastre.

Cu o atitudine pozitivă, servirea **Customer Mania** respectă 100% standardele CHAMPS. Pentru fiecare standard CHAMPS, **atitudinea pozitivă** este exprimată într-un mod diferit, pentru a atinge obiectivele de **Curățenie, Ospitalitate, Acuratețe, Întreținere, Calitate a produselor și Viteză de servire**.

**Toți angajații sunt
pregătiți să asigure o
servire Customer Mania**

Respectarea 100% a standardelor CHAMPS așa cum sunt definite mai sus, este principala responsabilitate prevăzută în fișele de post ale tuturor angajaților.

Măsurăm gradul de satisfacție al clientului în toate restaurantele noastre prin chestionări rapide, după achiziția produselor, în baza unor criterii bine definite.

GES (Guest Experience Survey) reprezintă un indicator de evaluare a experienței clienților noștri și dorim să aflăm părerea a cel puțin 30 de clienți lunar.

Clientul are posibilitatea să completeze mai multe detalii cu privire la satisfacția sau nemulțumirea avută prin mediile de lansare a feedback-ului utilizând acest sistem inovativ și foarte flexibil pentru clienți.

Indexul de conținut GRI

Număr element de informare GRI	Denumire	Pagina
Elemente de informare generale		
102-1	Numele organizației	3, 7
102-2	Activități, mărci, produse și servicii	24 - 26
102-3	Localizarea sediilor centrale	7
102-4	Localizarea operațiunilor	7, 24 - 25
102-5	Tipul de proprietate și forma legală de organizare	7
102-6	Piețele deservite	7, 8
102-7	Dimensiunea organizației	8 - 9, 24 - 25, 45
102-8	Informații despre angajați și alți lucrători	45 - 47
102-9	Lanțul de aprovizionare	Prezentat în raportul din 2018
102-10	Schimbări semnificative în organizație sau lanțul de aprovizionare	Nu sunt schimbări
102-11	Principiul precauției sau abordarea precaută	12 - 14
102-12	Inițiative externe	54 - 58
102-14	Cuvânt înainte din partea celui mai înalt reprezentant al companiei	5, Mesaj din partea echipei de management
102-16	Valori, principii, standarde și norme de conduită	7, 10, 13
102-18	Structura de conducere	14 - 15
102-19	Delegarea autorității	11 - 12
102-20	Responsabilitatea managementului executiv referitor la aspectele economice, de mediu și sociale	14
102-22	Componența celui mai înalt organism de conducere și a comisiilor sale	10 - 12
102-23	Președintele celui mai înalt organism de conducere	11 - 12
102-25	Conflict de interese	13
102-26	Rolul celui mai înalt organism de conducere în stabilirea scopului, valorilor și strategiei	10 - 12
102-28	Evaluarea performanțelor celui mai înalt organism de conducere	12
102-40	Lista grupurilor de părți interesate	17
102-42	Identificarea și selectarea părților interesate	17
102-43	Abordarea privind implicarea părților interesate	17 - 18
102-44	Subiecte și preocupări cheie ale părților interesate	17 - 19, 21
102-45	Entitățile incluse în declarațiile financiare consolidate	7
102-46	Definirea conținutului raportului și limitele subiectelor relevante	19 - 20
102-47	Lista subiectelor materiale	18 - 20
102-48	Reluarea / revizuirea anumitor informații	17 - 18, 20
102-49	Modificări în procesul de raportare	20
102-50	Perioada de raportare	3
102-51	Data celui mai recent raport de sustenabilitate	3
102-52	Frecvența de raportare	3
102-53	Adresa de contact pentru întrebări privind conținutul raportului	4
102-54	Declarație privind nivelul de conformitate cu Standardele GRI	4
102-55	Index de conținut GRI	60 - 61
102-56	Asigurarea externă a raportului	Nu este cazul
Elemente de informare specifice		
201-1	Valoare economică direct generată și valoare economică distribuită	9, pentru mai multe informații consultați Raportul Anual al Grupului pentru anul 2019
205-1	Operațiuni evaluate pentru identificarea riscurilor asociate prevederilor codului de conduită	12 - 14
205-2	Comunicare și formare profesională privind politicile și procedurile anti-corupție	13
205-3	Incidente confirmate privind corupția și măsuri luate	14

PRODUSELE NOASTRE		
103-1, 103-2, 103-3	Abordarea managerială	24
417-1	Cerințe privind etichetarea și oferirea de informații despre produse și servicii	29
FP10(GRI G4)	Politici și practici privind alterarea stării fizice și utilizarea anesteziei	30
GRIJA FAȚĂ DE MEDIU		
103-1, 103-2, 103-3	Abordarea managerială	35 - 36
302-1	Consumul de energie al organizației	36 - 37
303-1	Consumul de apă	38
305-1	Emisii directe de gaze cu efect de seră (Scop 1)	42
305-2	Emisii indirecte de gaze cu efect de seră (energie) (Scop 2)	42
305-3	Alte emisii indirecte de gaze cu efect de seră (Scop 3)	42
306-2	Cantitatea de deșuri în funcție de tip și metoda de eliminare	39, 41
307-1	Neconformarea cu legislația și regulamentele privind protecția mediului	38
GRIJA FAȚĂ DE OAMENI ȘI COMUNITATE		
103-1, 103-2, 103-3	Abordarea managerială	44
401-3	Concediu creștere copil	53
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	49
404-2	Programe pentru îmbunătățirea competențelor profesionale ale angajaților și programe de asistență în cazul schimbărilor de parcurs al carierei	50 - 52
405-1	Diversitate în rândul structurii manageriale și al angajaților	46 - 47
406-1	Incidente privind discriminarea și acțiuni corective întreprinse	47
413-1	Operațiuni derulate cu implicarea comunităților locale, evaluarea impactului și programe de dezvoltare	54 - 58
203-2	Impact economic indirect semnificativ	57 - 58

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 revizuirii 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.

