



SPHERA

DINCOLO DE RESTAURANTE

Raport de sustenabilitate

2020
2021

CONȚINUT

Despre raport	4	4. Grija pentru Mediu	50
Mesaj din partea Directorului General	5	4.1. Energie	52
1. Despre Companie	9	4.1.1. Consumul de energie electrică al Sphera Franchise Group	52
1.1. Evoluția în piață	10	4.1.2. Consumul de gaze naturale	53
1.2. Diagrama perioadei 2020-2021	12	4.1.3. Transportul	54
1.3. Guvernanța corporativă	12	4.1.4. Consumul de apă	57
1.4. Securitatea cibernetică	17	4.2. Economia circulară	57
1.5. Managementul Executiv	18	4.2.1. Valorificarea și reciclarea deșeurilor	58
1.6. Lanțul valoric	20	4.2.2. Materiale de unică folosință	62
2. Strategia de Sustenabilitate	22	4.2.3. Risipa alimentară	66
2.1. Analiza materialității	25	4.3. Amprenta de carbon și schimbările climatice	68
2.2. Implicarea părților interesate	28	5. Oameni și Comunitate	70
2.3. Premii și afilieri	33	5.1. Responsabili pentru echipa noastră	74
2.4. Taxonomia EU	35	5.1.1. Diversitatea și Drepturile omului	78
3. Produsele Noastre	36	5.1.2. Sănătatea și securitatea angajaților	88
3.1. Inovație și digitalizare – cheia unui Marketing Responsabil	41	5.1.3. Dezvoltarea și creșterea capacității angajaților	92
3.2. Continuitatea și echilibrul în lanțul de aprovizionare	43	5.1.4. Satisfacția și starea de bine a angajaților	96
3.3. Calitatea și siguranța alimentului	46	5.2. Implicarea în Comunitate	99
		5.2.1. Implicarea și impactul asupra comunității	99
		5.2.2. Sănătatea și securitatea furnizorilor și a clienților	101
		6. Index GRI și SASB	102
		Disclaimer	115

Despre raport

Sphera Franchise Group realizează al treilea Raport de Sustenabilitate, aferent perioadei ianuarie 2020 – decembrie 2021, cu scopul de a prezenta în mod transparent informații legate de aspectele cheie ale business-ului, acțiunile, provocările, rezultatele și performanțele companiilor aflate în portofoliu. Informațiile legate de performanțele economice, sociale și de mediu comunicate în prezentul raport fac referire la activitatea desfășurată de cele șase companii în: România, Moldova și Italia.

Aria de aplicabilitate a acestui raport cuprinde operațiunile Sphera Franchise Group și a companiilor aflate în portofoliu: **USFN România** (KFC România*), **USFN Moldova** (KFC Moldova*), **USFN Italia** (KFC Italia*), **American Restaurant System** (Pizza Hut România, Pizza Hut Delivery România*), **California Fresh Flavours** (Taco Bell România*), în cadrul unei abordări integrate.¹

Cadrul general de raportare

Al treilea Raport de Sustenabilitate pentru activitățile Sphera Franchise Group SA prezintă rezultatele obținute în anii 2020 și 2021 din punct de vedere al impactului economic, social și de mediu. Raportul oferă o imagine corectă și reală asupra aspectelor nefinanciare ale activității ce au un impact în realizarea tranziției către un model de business sustenabil, în linie cu obiectivele de dezvoltare durabilă adresate de Agenda 2030. Ultimul Raport de Sustenabilitate a fost publicat pentru anul 2019.

Vom reveni la o raportare anuală a performanțelor noastre pentru a fi aproape de toate părțile interesate cu informații relevante.

Prezentul raport a fost elaborat de către reprezentanții Sphera Franchise Group. Raportul a fost realizat urmărind cadrele de raportare SASB (Sustainability Accounting Standards Board) din industria specifică și metodologia propusă de standardele GRI (Global Reporting Initiative) și îndeplinește cerințele opțiunii Core (de bază). Lista completă a standardelor și indicatorilor aparținând celor două cadre de raportare, folosiți în comunicarea informațiilor din prezentul raport, se regăsesc în ultima secțiune, denumită „GRI & SASB Index”.

De asemenea, raportul respectă prevederile legislative: cerințele Directivei 2014/95/UE, cerințele naționale ale Ordinului nr. 1938/2016 cu modificările ulterioare, Ordinului nr. 3456/2018 și Ordinului Nr. 1239/2021 lansate de Ministrul Finanțelor Publice.

Definirea cadrului de raportare

Raportul are la bază un proces de analiză a materialității realizat extins la nivelul companiei. Analiza s-a desfășurat în două etape: o primă etapă – de reanaliză pe lanțul valoric cu determinarea temelor materiale, a riscurilor și oportunităților, prin implicarea managementului organizației, în trimestrul patru al anului 2021, pentru a identifica relevanța pentru business – și o a doua etapă, prin implicarea și consultarea extinsă a părților interesate interne și externe organizației, realizată în perioada februarie – martie 2022. Astfel s-a definit cadrul de raportare al performanțelor în sustenabilitate. Raportăm indicatorii cantitativi pentru anul 2020 și 2021 comparativ cu ultimul an de raportare. Datele indisponibile sunt marcate cu N/A (Not Available).

Asigurarea raportului

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

Mulțumiri

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

Mulțumim tuturor părților interesate care au contribuit la realizarea acestui raport, prin implicarea lor activă la inițiativele noastre de consultare.

Contact

Prezentul raport poate fi consultat online, pe site-ul <https://spheragroup.com/sustenabilitate/>. Orice opinii, sugestii sau întrebări cu privire la acesta se pot transmite la adresa de e-mail: contact@spheragroup.com

Adresa companiei

Sphera Franchise Group SA, Calea Dorobanților 239, camera 4, etaj 2, 010567, București, Sector 1, România

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

Mesaj din partea Directorului General

Dragi acționari,

Iată-ne ajunși la cel de-al treilea Raport de Sustenabilitate al Sphera Franchise Group, pe care am onoarea să vi-l prezint și să vă invit să îl parcurgeți.

Acesta prezintă intervalul ianuarie 2020 – decembrie 2021, fiind un exercițiu de transparență față de toate părțile interesate, dar și o bună practică de evaluare a aspectelor cheie ale business-ului, acțiunilor, provocărilor, rezultatelor și performanțelor companiilor noastre.

*De peste 28 de ani, dezvoltăm în România unele dintre cele mai iubite branduri la nivel global – **KFC, Pizza Hut și Taco Bell**.*

Listată la Bursa de Valori București în noiembrie 2017, Sphera Franchise Group este cea mai mare companie din industria de food service din România.

Poftă de pui #pebune, pizza autentică și tacos cu aromă de #livemas

De la sunetul clopoțelului care a răsunat la listarea pe Bursă și până în prezent, misiunea noastră a fost aceea de a oferi clienților o experiență memorabilă, susținută de servicii excelente și produse unice, pregătite în fiecare zi de echipe pasionate.

Dincolo de experiența din restaurante, am construit, în timp, un business sustenabil cu un portofoliu de branduri responsabile. Pe măsura dezvoltării Companiei, crește și gradul nostru de responsabilitate față de comunitățile locale în care activăm, față de angajați și mediu. Ne-am stabilit obiective generale și specifice pe termen mediu și lung, cu ținte până în anul 2025 și ne dorim să comunicăm constant evoluția noastră pentru a pune în evidență materializarea eforturilor în raport cu indicatorii stabiliți.

În acest sens, avem o serie de proceduri și demersuri interne, continuând în egală măsură să lucrăm în comunități diverse cu parteneri care sprijină inițiativele axate pe educație, sănătate, reducerea risipei alimentare, egalitate de șanse și tot mai mult pe minimizarea impactului asupra mediului. Este important să ne asigurăm că gestionăm cât mai eficient întreg procesul de business, de la alimentele, ingredientele și ambalajele folo-



*Cu un portofoliu de **170*** de restaurante și operațiuni pe trei piețe – România, Moldova și Italia – viziunea Sphera se bazează pe dezvoltarea continuă ca lider al industriei, prin relevanță și încredere.*

site, până la dezvoltarea de programe de donare de hrană pentru a crea un impact social pozitiv și a preveni risipa alimentară, la eficiență energetică sau incluziune socială și dezvoltare de programe pentru angajați.

În lumina contextelor socio-medicele și politice din ultimii ani, am înțeles cu toții că un business responsabil nu se traduce doar în produse, servicii și cifre, ci are în vedere sustenabilitatea raportată la toți partenerii din lanțul de funcționare: clienți, angajați, furnizori, acționari etc. Sunt mândru de eforturile depuse de echipele noastre din prima linie, sprijinite de colegii din zona de suport, pentru a fi în continuare alături de clienți și a le oferi încrederea că pot consuma în siguranță produsele preferate. Fiind o companie solidă, am reușit să depășim cu bine aceste contexte și să ne adaptăm rapid la noile condiții, devenind și mai pregătiți pentru viitor.

Vă mulțumim pentru sprijinul și angajamentul față de Sphera Franchise Group.

Călin Ionescu,
Director General,
Sphera Franchise Group

* Inclusiv 1 restaurant PAUL

1

Despre Companie

Despre Sphera Franchise Group

Sphera Franchise Group SA („Sphera”, „Compania” sau „Societatea”) a fost înființată la data de 16 mai 2017 ca societate pe acțiuni, cu sediul social în București, Calea Dorobanților nr. 239, camera 4, etaj 2, și este cel mai mare operator din industria de food service din România. Este prezentă cu activități specifice și deservește geografic trei piețe: România, Moldova și Italia.

Împreună cu filialele/companiile sale – în beneficiul cărora prestează servicii de management, marketing, dezvoltare, suport în vânzări, resurse umane și alte – US Food Network SA („USFN”), U.S. Food Network S.r.l. Italia („USFN Italia”), U.S. Food Network SRL Moldova („USFN Moldova”), California Fresh Flavors S.R.L. („CFF”) și American Restaurant System S.A. („ARS”) formează „Grupul” (sau „SFG”).

Sphera Franchise Group SA este listată la Bursa de Valori București din 2017, având simbolul bursier „SFG”.

Portofoliul de restaurante deținut de Sphera a crescut anual ajungând în 2021 la **148*** de locații în România, **2** unități în Moldova și **20** de locații în Italia.



VIZIUNEA

Să fim lideri ai industriei de food service din România și să devenim un actor important la nivel european.



MISIUNEA

Să oferim clienților o experiență memorabilă, susținută de servicii excelente și produse unice, pregătite de echipe pasionate.



VALORILE FUNDAMENTALE

ale Sphera definesc modelul nostru de business și se bazează pe cinci piloni care au contribuit de-a lungul anilor la performanța operațională a Companiei.



Echipă



Încredere



Dezvoltare



Acțiune



Mulțumire

* Inclusiv 1 restaurant PAUL

Despre companie

Sphera deține companiile care operează în sistem de franciză brand-urile:

- **Kentucky Fried Chicken (KFC);**
- **Pizza Hut Dine-In;**
- **Pizza Hut Delivery** (în sistem master-franciză);
- **Taco Bell.**

Strategia de sustenabilitate a Sphera are la bază misiunea noastră: „Să oferim clienților o experiență memorabilă, susținută de servicii excelente și produse unice, pregătite de echipe pasionate”.

Ne desfășurăm activitatea conform celor patru piloni în jurul cărora ne-am dezvoltat, la nivel de companie, valorile fundamentale, care ne-au conferit poziția de lideri de piață:

- **Business** – Excelență în tot ceea ce facem;
- **Produse** – Produse alimentare sigure și de calitate;
- **Oameni și Comunitate** – Responsabilitate socială și implicare în comunitate;
- **Mediu** – Responsabilitate de mediu.

Companiile noastre își desfășoară activitatea pe trei segmente, respectiv:

- restaurante cu servire rapidă (KFC și Taco Bell);
- restaurante cu servire la masă (Pizza Hut Dine-In);
- livrare la domiciliu (Pizza Hut Delivery și KFC Delivey).

Sphera este prezentă în trei țări, cu o rețea de restaurante formată din:

ROMÂNIA

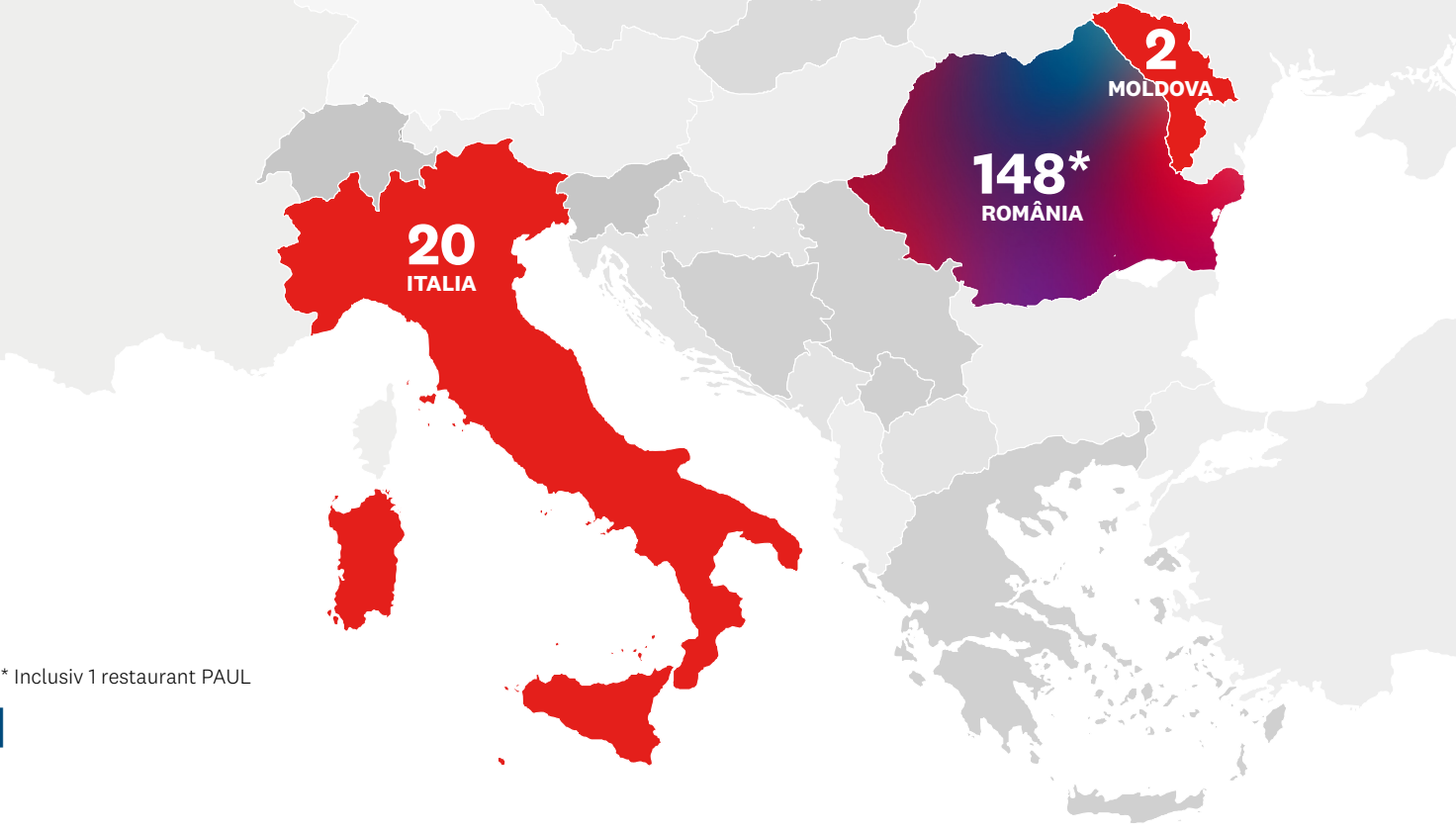
- **KFC** – **92** de restaurante
- **Pizza Hut Dine-In** – **22** de restaurante
- **Pizza Hut Delivery** – **20** de restaurante
- **Taco Bell** – **13** restaurante

ITALIA

- **KFC** – **20** de restaurante

REPUBLICA MOLDOVA

- **KFC** – **2** restaurante



Sphera Franchise Group SA este societatea-mamă pentru companiile:

- **US Food Network SA**, care deține drepturi de franciză pentru operarea restaurantelor sub brand-ul KFC în România;
Sediul social: Calea Dorobanților nr. 239, etaj 2, camera 5, București, sectorul 1.
- **American Restaurant System S.A.**, care deține drepturi de franciză pentru operarea restaurantelor sub brand-urile Pizza Hut și Pizza Hut Delivery în România;
Sediul social: Calea Dorobanților nr. 239, etaj 2, camera 1, București, sectorul 1.
- **California Fresh Flavors S.R.L.**, care deține drepturi de franciză pentru operarea restaurantelor sub brand-ul Taco Bell în România;

Sediul social: Calea Dorobanților nr. 239, etaj 2, camera 11, București, sectorul 1.

- **U.S. Food Network S.r.l.**, care deține drepturi de franciză pentru operarea restaurantelor sub brand-ul KFC în Italia;

Sediul social: Via Francesco Restelli 5, 20124, Milano, Italia.

- **U.S. Food Network SRL**, care operează restaurantele sub brand-ul KFC în Republica Moldova;

Sediul social: Str. Mitropolit Bănulescu-Bodoni 45, Chișinău MD-2005.

1.1 Evoluția în piață

Anul 2020, marcat de urgența sanitară la nivel mondial, a avut un impact negativ asupra întregii industrii HoReCa. Noua realitate impusă de măsurile împotriva răspândirii virusului Covid-19 ne-a motivat să continuăm inovarea în unitățile noastre și să dezvoltăm rețeaua de restaurante.

Ca urmare, numărul de unități a crescut de la an la an, cu mici scăderi în lanțul Pizza Hut pentru anul 2020.

KFC

	2019	2020	2021
KFC România	82	86	92
KFC Italia	15	18	20
KFC Moldova	2	2	2



	2019	2020	2021
Pizza Hut (Dine-In)	23	21	22
Pizza Hut Delivery	22	19	20

TACO BELL

	2019	2020	2021
Taco Bell	10	11	13

1.2 Diagrama perioadei 2020-2021

INDICATORI PRIMI		2020 (perioada de raportare 01.01.2020-31.12.2020)				
Organizație*	SFG	USFN (KFC România)	ARS (Pizza Hut & Pizza Hut Delivery România)	CFF (Taco Bell România)	USFN (KFC Italia)	USFN (KFC Moldova)
ECONOMIC						
Număr de restaurante**	–	88	39	11	18	2
Venituri nete (mii lei)	109 047,00	527 588,00	68 403,00	29 512,00	77 182,00	8 678,00
Venituri nete (mii euro)	22 544,00	109 071,00	14 141,00	6 101,00	15 956,00	1 794,00
Taxe și impozite (excluzând costurile sociale de mai jos) (mii euro)	3,00	659,00	187,00	43,00	(1 273,00)	15,00
Costuri cu salariile și beneficiile pentru angajați*** (mii lei)	20 907,00	102 428,00	20 663,00	6 586,00	27 997,00	1 627,00
Profit Net/Pierdere (mii lei)	66 375,00	31 256,00	(17 624,00)	(4 222,00)	(21 099,00)	396,00
SOCIAL						
Număr de angajați****	152	3 234	677	242	281	76
Total instruiți (ore)	–	216 528	53 928	20 544	41 108	1 880
Alimente donate (kg)	–	2 300				N/A
Investiții în comunitate (euro)	258 800,00					
MEDIU						
Deșeuri din hârtie/ carton (tone/an)	–	501,21	145,43	7,43	100,88	16,00
Deșeuri din plastic (tone/an)	–	24,11	6,90	1,63	54,84	0,60
Deșeuri ulei uzat (tone/an)	–	209,02	1,97	7,83	50,69	4,90
Deșeuri alimentare (tone/an)	–	17,65	0,07	0,52	39,04	3,70
Consum de energie electrică (MWh/an)	–	25 366,40	4 758,32	1 245,76	3 468,64	497,67
Consum de apă (m³)	–	176 975,00	27 579,00	5 201,00	13 900,00	4 960,00

* datele financiare sunt prezentate pe bază individuală, incluzând tranzacțiile între societățile din cadrul Sphera Franchise Group

**din punct de vedere administrativ, USFN (KFC România) operează: 86 restaurante KFC, 1 restaurant Pizza Hut Delivery Cluj și 1 restaurant PAUL, iar ARS (Pizza Hut & Pizza Hut Delivery România): 21 restaurante Pizza Hut Dine-In, 17 restaurante Pizza Hut Delivery și o sub-franțiză Pizza Hut Delivery

***inclusiv costurile sociale

****angajați activi la 31 decembrie 2020

INDICATORI PRIMI			2021 (perioada de raportare 01.01.2021-31.12.2021)			
Organizație*	SFG	USFN (KFC România)	ARS (Pizza Hut & Pizza Hut Delivery România)	CFF (Taco Bell România)	USFN (KFC Italia)	USFN (KFC Moldova)
ECONOMIC						
Număr de restaurante**	–	94	41	13	20	2
Venituri nete (mii lei)	66 493,00	736 276,00	91 325,00	48 771,00	114 141,00	12 428,00
Venituri nete (mii euro)	13 513,00	149 634,00	18 560,00	9 912,00	23 197,00	2 526,00
Taxe și impozite (excluzând costurile sociale de mai jos) (mii euro)	48,00	735,00	197,00	60,00	(826,00)	40,00
Costuri cu salariile și beneficiile pentru angajați*** (mii lei)	24 571,00	158 085,00	27 551,00	12 151,00	36 794,00	1 798,00
Profit Net/Pierdere (mii lei)	29 799,00	43 603,00	(11 217,00)	(4 366,00)	(15 345,00)	1 194,00
SOCIAL						
Număr de angajați****	164	3 529	727	265	348	78
Total instruiți (ore)	–	271 273	49 880	28 949	41 108	3 720
Alimente donate (kg)	–	8 400				–
Investiții în comunitate (euro)	–	116 330,00				–
MEDIU						
Deșeuri din hârtie/ carton (tone/an)	–	541,62	177,73	9,37	189,23	17,20
Deșeuri din plastic (tone/an)	–	25,32	8,26	1,89	71,83	0,20
Deșeuri ulei uzat (tone/an)	–	201,34	1,89	10,19	62,39	6,10
Deșeuri alimentare (tone/an)	–	23,09	0,20	1,20	50,90	5,20
Consum de energie electrică (MWh/an)	–	28 663,95	5 854,43	1 693,02	4 608,40	517,44
Consum de apă (m³)	–	199 982,00	33 936,00	6 399,00	18 300,00	4 198,00

* datele financiare sunt prezentate pe bază individuală, incluzând tranzacțiile între societățile din cadrul Sphera Franchise Group

**din punct de vedere administrativ, USFN (KFC România) operează: 92 restaurante KFC, 1 restaurant Pizza Hut Delivery Cluj și 1 restaurant PAUL, iar ARS (Pizza Hut & Pizza Hut Delivery România): 40 restaurante Pizza Hut Dine-In + Pizza Hut Delivery +1 sub-franțiză + 1 unitate Pizza Hut Delivery Cluj Centru

***inclusiv costurile sociale

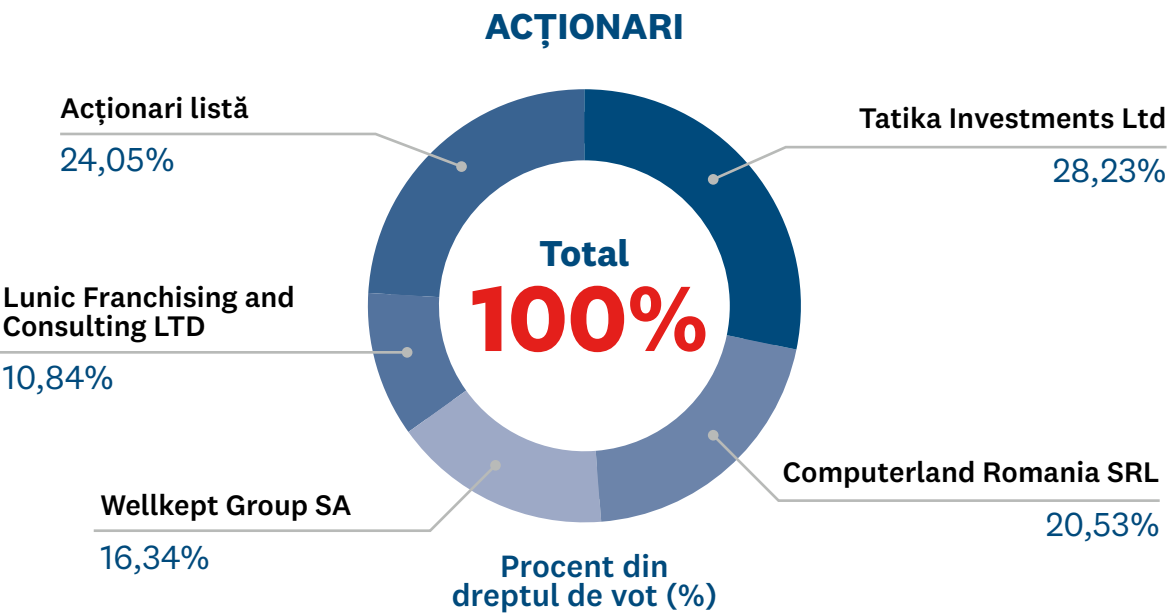
****angajați activi la 31 decembrie 2021

1.3 Guvernanța corporativă

Sphera Franchise Group acordă un interes major activităților desfășurate în cadrul companiei, prin politici interne pentru prevenirea corupției și a conflictelor de interese. Sphera și-a asumat respectarea principiilor și cerințelor de conduită internă ce exprimă angajamentele și responsabilitățile cu privire la conducerea business-ului și a activităților societății, inclusiv evaluarea furnizorilor, oferind transparență în ceea ce privește reclamațiile primite.

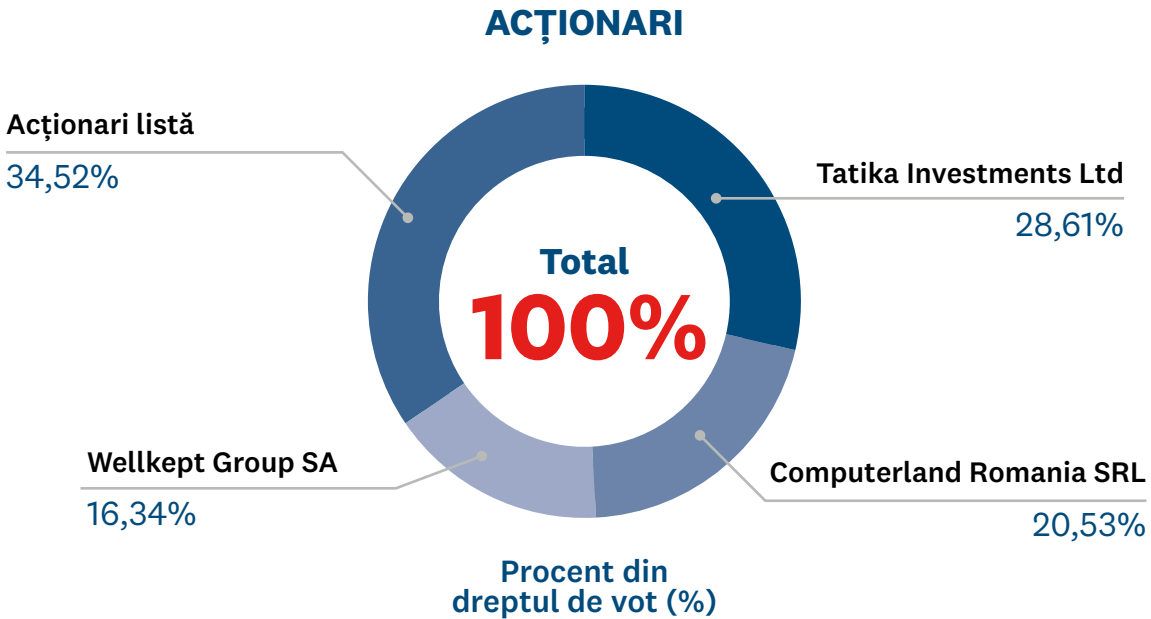
Structura acționariatului Sphera

la 31.12.2020



Structura acționariatului Sphera

la 31.12.2021



Activele deținute de către Sphera Franchise Group în 2020

ACTIVE (mii lei)	2020
Active imobilizate:	513 794,00
Active circulante:	153 481,00
Total active:	667 275,00
Total capital propriu:	149 121,00

Activele deținute de Sphera Franchise Group în 2021

ACTIVE (mii lei)	2021
Active imobilizate:	540 873,00
Active circulante:	193 441,00
Total active:	734 314,00
Total capital propriu:	132 052,00

Guvernanța corporativă în cadrul Sphera are la bază o serie de politici și coduri de conduită pe baza cărora au fost dezvoltate procedurile interne aferente. Aceste politici oferă un cadru transparent și structurat pentru desfășurarea activităților operaționale, respectiv cele de raportare:

- Ghid de raportare continuă (Continuous Reporting Guidelines – Raportare Continuă);
- Politica privind conflictul de interese;
- Politica privind dividendele;
- Politica de prognoză (Forecast Policy);
- Politica privind Adunările Generale ale Acționarilor;
- Politica privind remunerarea personalului;
- Politica de raportare financiară;
- Politica privind operațiunile eficiente (lanțul de aprovizionare, operațiunile restaurantului);
- Politica privind Guvernanța și raportarea în domeniul ESG;
- Politica privind Codul de conduită al Furnizorului;

- **Politica de Aprovizionare cu ambalaje pe bază de hârtie;**
- **Politica privind Drepturile omului și angajamentele cheie la nivel de lanț de aprovizionare;**
- **Politica privind Ambalajele durabile;**
- **Politica privind Bunăstarea animalelor;**
- **Politica privind Marketing responsabil;**
- **Politica privind Protecția datelor;**
- **Politica de Anticorupție;**
- **Principiile durabile ale proteinelor animale.**

Politicele pot fi consultate de către toate părțile interesate, interne și externe, pe website-ul Sphera, la secțiunea **Sustenabilitate**, respectiv **Guvernanță Corporativă**. Politicile interne care conțin cerințe și principii specifice și care întrunesc nevoia internă sunt disponibile doar angajaților companiilor aflate în portofoliul Sphera.

Prin implementarea și gestionarea corectă a unei guvernanțe corporative bazată pe valorile și principiile noastre, în perioada de raportare nu am înregistrat niciun caz sau incident legat de aspecte privind conflictul de interese, dare sau luare de mită și corupție.

Conflictul de interese

Politica Companiei privind conflictul de interese stipulează obligațiile care revin membrilor Consiliului de Administrație și directorilor executivi. 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 propriul interes personal sau profesional, direct sau indirect, face dificilă acțiunea imparțială și independentă în interesul superior al Sphera Franchise Group și al tuturor acționarilor săi.

Combaterea corupției și a mitei

Administrarea 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 Sphera să fie respectate și reputația acesteia protejată.

Nu au existat cazuri de corupție la nivelul organizației și suntem foarte atenți în preîntâmpinarea apariției acestora.

Consiliul de Administrație

Conducerea la nivelul Companiei este asigurată de Consiliul de Administrație și de Adunarea Generală a Acționarilor, puterile decizionale și mecanismul de funcționare fiind stabilite de prevederile Actului Constitutiv și ale Legii 31/1990 privind societățile.

Consiliul de Administrație are rolul de a trasa direcția principală, activitatea și dezvoltarea Companiei, respectiv de a aproba planul de business și orice modificări ale acestuia.

Consiliului de Administrație este format din cinci membri, toți neexecutivi, ce asigură o administrare a Companiei în sistem unitar, prin delegarea directorilor executivi și a unui Director General.

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

Schimbări față de anul 2019

Anul 2020 a venit cu câteva schimbări importante la nivel de Consiliu de Administrație:

- în 23.04.2020 Dl. Georgios Argentopoulos a renunțat la mandatul de director general, iar de la finele lui mai 2020 și la mandatul de administrator (executiv până la data de 23.04.2020) al Sphera;
- în 08.10.2020 Dl. Anastasios Tzoulas a renunțat la mandatul de administrator în cadrul Sphera;
- diminuarea naturală a numărului de administratori de la 7 (șapte) la 5 (cinci) membri.

Dat fiind contextul pandemic, prioritatea Consiliului de Administrație a fost eficientizarea activității și a costurilor.

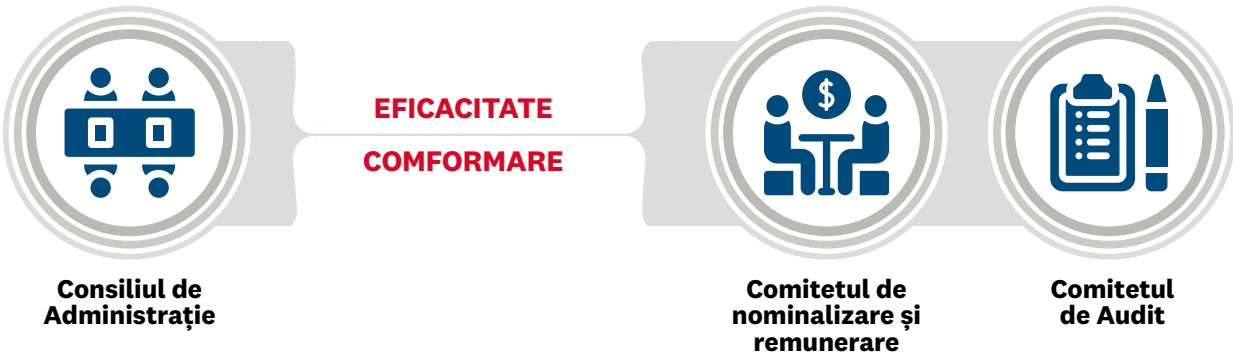
Adunarea generală extraordinară a acționarilor a aprobat modificarea actului constitutiv al Societății, în sensul reducerii numărului de administratori din componența Consiliului de Administrație de la 7 (șapte) la 5 (cinci).

Membrii Consiliului de Administrație la data de 31.12.2020 valid și identic și la data de 31.12.2021 erau următorii:

- Lucian HOANCĂ – Președinte;
- Silviu-Gabriel CĂRMACIU – Vicepreședinte;
- Georgios-Vassillios REPIDONIS;
- Valentin ARNAOUTOU;
- Răzvan LEFTER.

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

Conform legii, membrii Consiliului de Administrație au îndatoriri de diligență și loialitate față de Companie, prevăzute în Actul Constitutiv și în alte regulamente interne ale acesteia. Totodată, sunt responsabili pentru îndeplinirea tuturor actelor utile și necesare în vederea realizării obiectului de activitate al Sphera, cu excepția atribuțiilor care sunt prin lege conferite 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 formate din trei membri aleși de către Consiliu dintre membrii săi, unul dintre aceștia fiind desemnat Președinte.

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

Evaluarea performanțelor

Dezvoltarea Sphera se poate realiza prin îmbunătățirea performanțelor echipelor noastre, motiv pentru care implementăm în continuare activități specifice de evaluare anuală a performanțelor pentru membrii Consiliului, ai echipelor de management și a tuturor celorlalți angajați.



Metodologia de evaluare a performanțelor a rămas aceeași în perioada de raportare, față de anul 2019. Pentru mai multe informații referitoare la procesul și procedurile de evaluare, vă rugăm consultați Raportul de Sustenabilitate pentru anul 2019 (pag.12-13) sau anul 2018 (pag.13-14).

Managementul riscului

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

Scopul nostru este dezvoltarea prin relevanță și încredere



Riscuri pentru business

- Risc de neconformare cu legislația
- Risc de piață
- Risc de branding
- Risc de încălcare coduri de conduită în afaceri
- Riscuri de întrerupere stocuri și criză
- Riscuri cibernetice
- Riscuri financiare
- Riscuri de sustenabilitate (sociale, de mediu și de guvernanță)



Riscuri operaționale

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

Acțiunile noastre legate de gestionarea riscului

- Evaluăm aspectele privind conformarea legislativă și ne supunem atât cerințelor legale naționale, cât și internaționale
- Evaluăm vulnerabilitățile în toate ariile operaționale
- Sphera lucrează în mod consecvent la 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 conducere
- 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 pe aceste aspecte
- Evaluăm aspectele de mediu care pot genera un impact negativ și suntem proactivi în generarea de soluții de diminuare potențială
- Compania atenuează riscurile prin monitorizări și control din partea departamentului juridic

În perioada 2020-2021, considerând contextul generat de criza de sănătate apărută pe fondul pandemiei, am identificat potențiale riscuri operaționale și de business care ne puteau afecta și ne-am concentrat rapid pe acțiuni concrete pentru diminuarea impactului și managementul de criză, precum:

- Diminuarea riscului de contaminare cu SARS-CoV-2 atât pe lanțul de aprovizionare, cât și pe cel de deservire și livrare clienți. Am implementat proceduri stricte aplicând cerințele legale impuse, dar și alte proceduri care să susțină securitatea amplasamentelor noastre
- Ne-am asigurat că toți angajații noștri înțeleg riscurile, am comunicat intens și am instruit personalul
- Am creat fluxuri specifice pentru aprovizionare, procesare, servire și livrare
- Am colaborat cu furnizorii pentru a preîntâmpina probleme în funcționare
- Am stabilit sisteme de retenție personal, astfel încât să putem menține restaurantele funcționale în perioadele de relaxare, iar în perioadele de „lockdown” total să susținem financiar angajații
- Am fost nevoiți să închidem temporar sau chiar definitiv unele restaurante pentru că erau supuse unor presiuni de nefuncționare pe termen lung considerând contextul pandemic

1.4 Securitatea cibernetică

Securitatea cibernetică este extrem de importantă pentru Sphera, deoarece protejează toate categoriile de date indiferent că vorbim de furtul sau distrugerea acestora. În categoriile de date putem include date sensibile, date de identificare personală, sisteme informatice din industrie, dar și alte tipuri.

Toate tipurile de atacuri cibernetice pot aduce pierderi economice în cadrul unei organizații și pot avea impact asupra componentei sociale prin prejudicierea directă a persoanelor afectate de scurgeri sau furturi de date cu caracter personal. Sphera, prin intermediul unor procese interne, asigură monitorizarea și gestionarea potențialelor situații de criză provocate de atacurile cibernetice cu impact asupra infrastructurii, continuității business-ului și al securității persoanelor.

Evaluăm periodic cu echipa de IT toate posibilele riscuri identificate de aceștia și ne asigurăm să avem disponibile instrumente și sisteme de combatere a potențialelor fraude cibernetice. Echipa de IT are o trasabilitate asupra tuturor incidentelor și se asigură ca tot personalul să fie instruit, echipamentele utilizate cu infrastructură informatică să fie protejate, astfel încât toate datele să fie securizate împotriva pierderii, furtului sau deteriorării acestora.

Astfel, sistemele cele mai importante în activitatea companiilor din sectorul financiar și operațional au fost auditate atât intern, cât și de către o entitate independentă, iar



măsurile recomandate au fost implementate. Comunicățiile între sistemele și platformele de lucru, ERP, comenzi, integrările cu sistemele de plată, documente clasificate au fost criptate pentru a împiedica scurgerile de date. De altfel, nu au fost constatate evenimente de tip „data breach” pentru niciuna dintre companiile noastre.

O altă misiune importantă a fost monitorizarea conformității furnizorilor cu politicile de securitate CIS și protecția datelor și, chiar dacă acestea au relevat atacuri asupra unor parteneri importanți, în urma analizelor efectuate, s-a constatat că acestea nu au generat absolut nicio scurgere de date dinspre Sphera și nici sistemele informatice proprii nu au fost afectate în vreun fel.

Politica GDPR la Sphera Franchise Group

În cadrul Sphera există un responsabil dedicat cu protecția datelor (DPO – Data Protection Officer), ce implementează politica și procedurile specifice GDPR, elaborate conform normelor legislative în vigoare. Principalele atribuții sunt de suport și asistență, dar și de audit privind conformitatea cu cadrul legal. Procedând în acest mod, politicile deja implementate au fost actualizate și completate cu

proceduri adaptate specificului fiecărei entități din cadrul Sphera. Întrucât cele mai mari vulnerabilități sunt cele generate de resursa umană, Compania pune accent pe instruirea personalului și pe conștientizarea riscurilor. În redactarea și implementarea politicilor sunt utilizate ghidurile și orientările Comitetului European pentru Protecția Datelor (CEPD).

Nu au existat incidente de securitate / de compromitere / de divulgare neautorizată a datelor cu caracter personal.

1.5 Managementul Executiv

Există trei niveluri de management care sunt controlate de către Directorul General al Sphera Franchise Group (CEO – Chief Executive Officer).¹

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

În aprilie 2020, ca efect al renunțării Dl. Georgios Argentopoulos la mandatul de CEO, Directorul de Operațiuni a preluat și funcția de Acting CEO, care, în 8 octombrie 2020, a fost numit CEO cu efecte depline. Ceilalți directori din Top Management sunt implicați în gestionarea activităților departamentelor specifice.

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



¹ 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, pag.16,17,18)



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

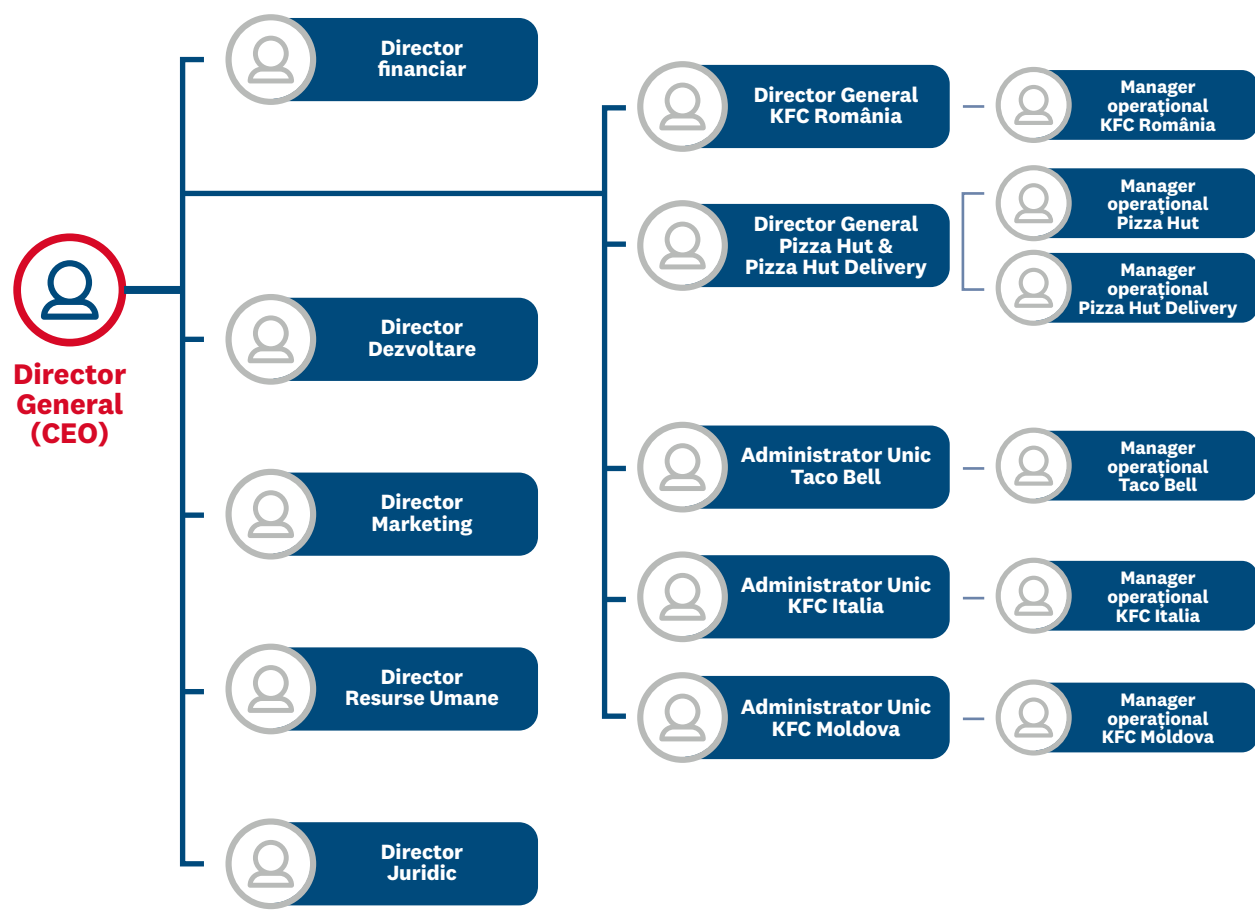


În Moldova, responsabilitatea pentru administrarea restaurantelor KFC revine Administratorului Unic desemnat, având suportul departamentelor operaționale din cadrul KFC România.



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.

Organizația este condusă pe trei niveluri de management



1.6 Lanțul valoric

Suntem conștienți de importanța lanțului valoric și, tocmai de aceea, dorim să creăm valoare în fiecare arie a acestuia, fapt pentru care încercăm să identificăm nevoia și așteptările părților interesate cu care interacționăm, fie interne sau externe. Ne bazăm pe o colaborare strânsă în toate etapele lanțului valoric cu foarte multe grupuri de părți interesate și adresăm aspecte relevante atât pentru aceștia, cât și pentru business-ul nostru. Din anul 2020 am început să lucrăm intens cu furnizori de servicii specializați în livrarea de produse pentru a ne asigura că preparatele noastre ajung în continuare la clienți. Procesul nu a fost unul facil, dar am reușit să creăm colaborări fructuoase.

Ferme

- Diverse produse alimentare;
- Implementarea standardelor de produs Yum! Brands;
- Auditarea producătorilor de materii prime.

Transport materii prime

- Transportul materiilor prime către depozitul central;
- Cerințe și eficiență de transport.

Livrare

- Transfer conform planificării către restaurante;
- Cerințe și eficiență de transport.

Livrare clienți

- Colaborare cu furnizori specializați în servicii de livrare;
- Livrare în timp;
- Satisfacție și securitate clienți;
- Sănătate și securitate furnizori și angajați.

Procesare

- Procesarea primară a unor alimente;
- Audit standard de achiziție;
- Sănătatea și securitatea angajaților;
- Achiziții de ambalaje sustenabile.

Distribuție

- Distribuție către depozitul central;
- Aprobări;
- Certificări.

Restaurante

- Securitatea alimentului;
- Echipamente standard și facilități;
- Audit de conformare pe standardul alimentar;
- Restaurante care operează conform cerințelor standardului de siguranță alimentului.

Consumatori

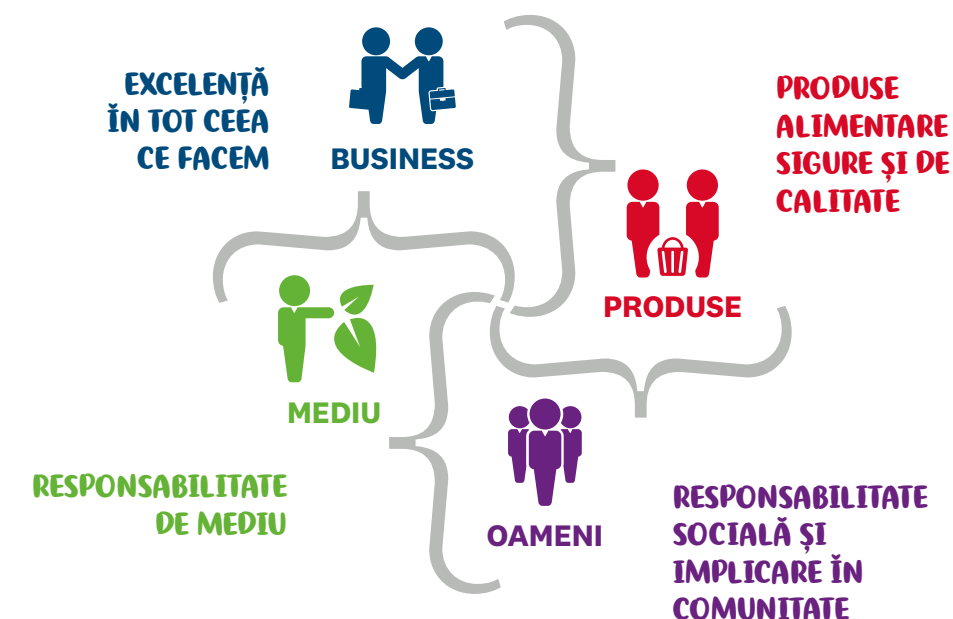
- Cerințe de calitate;
- Cerințe de siguranță alimentului;
- Satisfacția clientului;
- Securitatea amplasamentelor.



2 Strategia de sustenabilitate

Strategia de Sustenabilitate

Strategia noastră se bazează pe patru piloni și pe subiectele materiale relevante definite împreună cu părțile interesate ale organizației. Am stabilit obiective generale și specifice pe termen mediu și lung, cu ținte până în anul 2025. Dorim să comunicăm evoluția noastră pentru a pune în evidență materializarea eforturilor în strictă corelare cu indicatorii stabiliți pentru atingerea ODD-urilor (Obiectivele de Dezvoltare Durabilă) la nivel internațional.



Asigurăm un echilibru între impactul generat de business, nevoile societății și mediul înconjurător, dorind să acționăm ca lider în domeniul sustenabilității în industria de food service. Am început să contribuim activ la îmbunătățirea performanțelor de mediu ale operațiunilor noastre și vom promova bunăstarea comunităților prin acțiunile de responsabilitate socială.

Obiectivele de dezvoltare durabilă la care am subscris



Progresul nostru pe țintele asumate

Ținta	Descrierea țintei	Progres
Ținta 1	Auditarea furnizorilor de produse de bază conform Codului de etică și conduită și Abordarea Sustenabilității, până în 2025	Codul de conduită este semnat de către toți furnizorii noștri pe proprie răspundere. 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 unor standarde ridicate.
Ținta 2	100% restaurante echipate cu sisteme de comandă tip kiosk (unde suprafața și design-ul permit), până în 2021	Am încheiat anul 2021 având toate restaurantele KFC și Taco Bell echipate cu sisteme de comandă tip kiosk, acolo unde suprafața și designul ne-au permis: 62 de restaurante în țară 20 de restaurante în Italia – 100% În continuare urmărim implementarea acestor sisteme în toate restaurantele nou deschise.
Ținta 3	100% restaurante echipate cu panouri digitale pentru meniuri în toate restaurantele KFC și Taco Bell, până în 2022	În prezent, toate locațiile noastre KFC și Taco Bell sunt echipate cu panouri digitale pentru meniuri. Ne angajăm să continuăm echiparea tuturor restaurantelor nou deschise pentru a ne atinge ținta de 100% până în 2022.
Ținta 4	100% ambalaje de consum pe bază de plastic recuperabil sau reutilizabil, până în 2025	Toate produsele achiziționate sunt obținute prin metode responsabile, sustenabile și etice. În perioada 2020-2021 am înlocuit o serie de produse din plastic de unică folosință (paletine de amestecat și tacâmuri) cu produse din hârtie sau lemn. 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. - Am înlocuit în proporție de 100% paiele din plastic cu paie din hârtie. - Am înlocuit în proporție de 100% pungile din plastic. - Am înlocuit conform Directivei Europene toate produsele din categoria materialelor plastice de unică folosință O serie de articole care conțin plastic sunt marcate cu pictograma „Plastic in product”- șervețele umede și paharele de băutură.
Ținta 5	100% iluminat eficient energetic (iluminat LED), până în 2024	Avem iluminat eficient energetic în toate restaurantele de tip Drive Thru și stradale. Ne-am asigurat să avem iluminat eficient energetic în toate restaurantele nou deschise și cele renovate.
Ținta 6	2% personal angajat provenind din comunități vulnerabile sau persoane cu handicap, precum și naționalități diverse, până în 2023	În campaniile noastre de recrutare ne adresăm tuturor categoriilor de potențiali candidați care sunt apți pentru prestarea activităților în cadrul business-ului nostru. În acest moment avem angajați provenind din 16 țări și angajați, persoane cu handicap, însumând peste 2% din totalul numărului de angajați.
Ținta 7	50% din programele de instruire din operațiuni să fie disponibile pe aplicații/ format digital sau folosind metoda jocului (gamification), până în 2022	90% dintre programele de instruire din operațiuni sunt disponibile pe platforme digitale de învățare.
Ținta 8	80% rată de promovare internă pentru rolurile manageriale aferente restaurantelor, până în 2025	Începând cu 2020 am lansat proiectul „E-learn@SPHERA” bazat pe o platformă digitală de învățare, care cuprinde 12 categorii majore de subiecte și peste 600 de cursuri diverse. Am atins 75% rată de promovare internă; continuăm să derulăm programe de dezvoltare a competențelor și monitorizăm atent potențialul uman intern.

2.1 Analiza materialității

Matricea de Materialitate ne ajută să identificăm și să evaluăm nevoile și așteptările părților interesate, aliniindu-le la prioritățile companiilor aflate în portofoliul Sphera și la strategia de business, pentru a le supraveghea consecvența și a identifica ariile de îmbunătățire. Identificarea relevanței și importanței subiectelor materiale s-a realizat prin sondaje și chestionări interne și externe.

Procesul de pregătire a Matricei de Materialitate a parcurs patru etape esențiale:

Reanalizarea subiectelor relevante

- Tendențe globale la nivel de sector;
- Analiza lanțului valoric;
- Provocări la nivel de sector;
- Standarde specifice în industrie (SASB);
- Oportunități și riscuri.



Prioritizarea

- Analiză internă de management;
- Sondaj în rândul părților interesate (chestionarea).

Integrarea și evaluarea

- Integrarea răspunsurilor;
- Matricea de Materialitate (sumar);
- Discutarea recomandărilor;
- Preluarea unor recomandări în analiza internă de management;
- Setarea unor priorități în abordarea unor recomandări în acțiuni concrete la nivel intern.

Matricea Materialității

- Validare internă;
- Matricea de Materialitate finală.

Având în vedere faptul că, în anul 2020, am introdus o activitate specifică de colaborare cu furnizori de servicii specializați în livrare, dar și pentru că au apărut provocări noi în industrie, am considerat importantă reanalizarea subiectelor materiale pentru Sphera și companiile sale. Astfel, față de anii 2018 și 2019, am identificat două subiecte materiale noi: securitatea cibernetică, respectiv transportul eficient și livrarea la timp. De asemenea, am decis să redefinim câteva subiecte materiale considerând anumite aspecte specifice legate de acestea. Astfel, am supus atenției, la nivel intern și extern, în identificarea relevanței pentru business, cât și a impactului sau influenței asupra comunității, un număr de 23 de subiecte materiale.

Definim subiectele materiale pentru companiile noastre conștientizând impactul negativ, dar și cel pozitiv creat în domeniul economic, social și de mediu.

Subiecte de interes pentru pilonul BUSINESS

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 guvernanța corporativă: de la respectarea tuturor normelor și procedurilor interne și a politicilor anti-corupție, la evaluarea furnizorilor, până la transparența în ceea ce privește reclamațiile primite.

Conformare și managementul riscului

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

Inovare și digitalizare

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

Continuitatea și echilibrul în lanțul de aprovizionare

Sphera promovează transparența în lanțul de aprovizionare și stabilirea de relații pe termen lung cu furnizorii și colaboratorii săi, alături de instruirea și îndrumarea acestora spre abordări sustenabile în activitate, pentru a îmbunătăți continuu performanța acestora în relația cu Sphera și, implicit, cu consumatorul final. Asigurarea continuității business-ului Sphera și a unui echilibru optim cu furnizorii produselor de bază sunt prioritare.

Diversitate în lanțul de aprovizionare

Diversitatea în lanțul de aprovizionare reprezintă o prioritate, deoarece doar astfel putem avea garanția continuității și disponibilității produselor pentru toate companiile noastre. Diversitatea producătorilor și a furnizorilor este esențială pentru succesul business-ului Sphera și reprezintă, de asemenea, un avantaj competitiv.

Securitatea Cibernetică

Securitatea Cibernetică este extrem de importantă pentru Sphera deoarece protejează toate categoriile de date, indiferent că vorbim de furt sau distrugerea acestora. În categoriile de date putem include date sensibile, date de identificare personală, informații medicale, sisteme informatice din industrie, dar și alte tipuri de date.

Subiecte de interes pentru pilonul PRODUSE

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.

Acuratețea informației și comunicarea

Sphera și companiile sale 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.

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, cu deschidere pentru orice îmbunătățiri care pot fi oferite de părțile interesate.

Achiziții etice în lanțul de aprovizionare

Sphera se bazează pe achiziții etice în lanțul de aprovizionare, 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 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.

Subiecte de interes pentru pilonul MEDIU

Transport eficient și livrare în timp util

Sphera își selectează locațiile restaurantelor și colaboratorii pentru transport pe baza caracteristicilor de eficiență și livrare facilă și în timp util către clienți. De asemenea, selectăm cu mare grijă noile locații pentru restaurantele noastre pe baza caracteristicilor de eficiență energetică și a proximității de transportul public. În permanență eficientizăm flota proprie de transport astfel încât să diminuăm gradual impactul asupra mediului.

Energia

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.

Emisiile de carbon și impactul asupra climei

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 continuue ale Sphera în eficiența energetică și tehnologiile cu emisii reduse de carbon vor aduce beneficii Companiei și comunităților în cadrul cărora ne desfășurăm activitatea.

Economia circulară – Valorificarea și reciclarea deșeurilor

La Sphera suntem pe deplin conștienți de responsabilitatea pe care o avem față de mediu și de nevoia de implicare foarte mare pentru o tranziție rapidă către o economie circulară. 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.

Produse din plastic de unică folosință

Pentru că ne dorim să avem un mediu curat, am înlocuit produsele din plastic de unică folosință – paiele din plastic cu paie din hârtie; tacâmurile și paletinele de amestecat băuturi cu altele din lemn, în toate restaurantele noastre, 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 din plastic generate.

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.

Subiecte de interes pentru pilonul OAMENI

Dezvoltarea și creșterea competențelor angajaților

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

Satisfacția și starea de bine a angajaților

Sphera sprijină 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 de a atrage și păstra oameni talentați, 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.

Implicarea și impactul asupra comunității

Sphera se angajează să inițieze 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 dezvoltarea profesională. Succesul business-ului nostru depinde în mare măsură de calitatea vieții clienților noștri și de bunăstarea comunităților în care activăm.

Diversitatea și Drepturile omului

Sphera și companiile sale se angajează să facă din incluziune și echitate o prioritate. Sphera ține cont de diversitatea angajaților în ceea ce privește vârsta, genul, naționalitatea, nivelul educațional și preocupările individuale. Având în vedere diversitatea, Sphera, organizează campanii de recrutare pentru a atrage forță de muncă atât din țară, cât și din afara acesteia urmărind incluziunea migrantilor. Peste 2% din personalul angajat reprezintă cetățeni străini.

Sănătatea și securitatea angajaților

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

Sănătatea și securitatea furnizorilor și a clienților

Sphera înțelege dreptul consumatorilor de a se aștepta ca alimentele pe care le achiziționează și le vor consuma să fie sigure și de înaltă calitate, iar mediul din restaurant unul fără riscuri. De asemenea știm cât de importantă este siguranța pentru furnizorii noștri. Dorim să ne asigurăm că practicile noastre respectă toate standardele în vigoare specifice domeniului alimentar și ne concentrăm în permanență pe găsirea de soluții noi și diverse.

2.2 Implicarea părților interesate

Angajamentul Sphera față de părțile interesate, așa cum am fost identificate în 2018, presupune și consultarea constantă a acestora în ceea ce privește direcțiile și prioritățile noastre de dezvoltare prin intermediul unor canale multiple. Suntem în permanență atenți la identificarea unor părți interesate noi dacă contextul activităților se schimbă. Gestionăm relațiile cu aceștia în funcție de nevoile și așteptările lor, punând accent pe un echilibru cât mai bun.

Implicăm anual stakeholderii într-un proces care ne ajută să înțelegem prioritățile acestora în ceea ce privește activitatea noastră, concentrându-ne asupra riscurilor identificate în

îndeplinirea obiectivelor de dezvoltare durabilă. Pentru a ne asigura că procesul de consultare și, deci rezultatele acestuia, reflectă fidel viziunea părților interesate, acesta este organizat în mai multe etape:

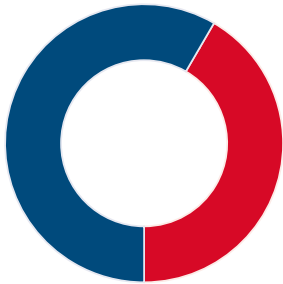
- consultare internă și externă prin lansarea unei chestionări țintite pentru o plajă largă de stakeholderi în România, Italia și Moldova
- discuții și interviuri cu managementul

Am întocmit Matricea Materialității considerând evaluarea unui număr de 560 de răspunsuri primite din partea stakeholderilor interni și externi. Rata de răspuns a fost diferită.

Categorie – Grupă/Parte Interesată	Grupuri de părți interesate	Partiția răspunsurilor
INTERN	Angajați	46,79
EXTERN	Autoritate Publică/Primărie	0,71
EXTERN	Clienți	24,11
EXTERN	Foști angajați	1,07
EXTERN	Furnizori	9,11
EXTERN	Investitor/Analist	0,36
EXTERN	Media (presă/social media)	0,54
EXTERN	ONG-uri	1,61
EXTERN	Potențiali angajați	0,36
EXTERN	Companii de servicii specializate	0,18
EXTERN	Universitate/Școală	3,57
INTERN	Acționari	0,71
INTERN	Management	10,89

Răspunsuri
Părți Interesate (PI – %)

INTERN
58,39%



EXTERN
41,61%

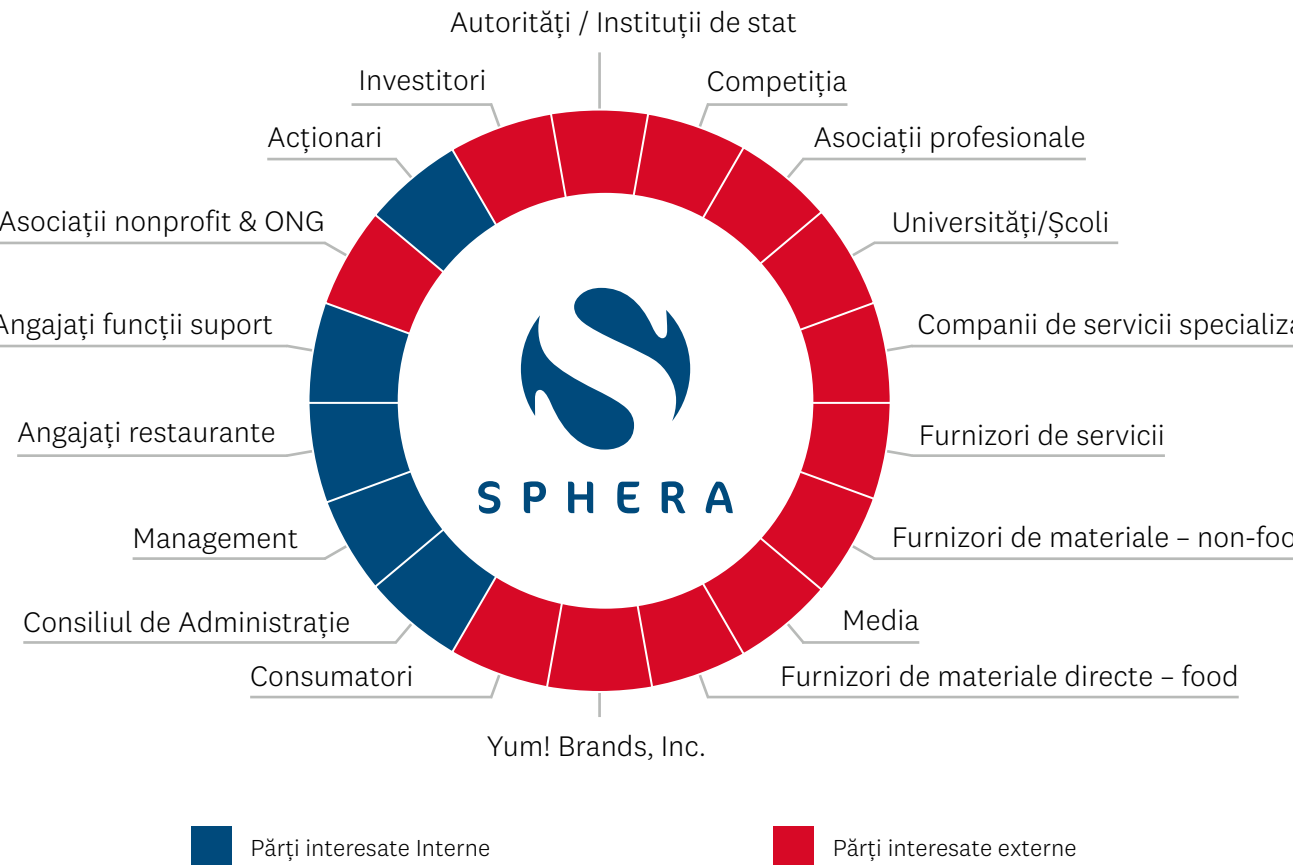
Cum colaborăm?

Părerile și recomandările părților interesate sunt colectate prin interviuri directe sau online pentru pregătirea matricei. Comunicăm și colaborăm cu părțile interesate în activitatea pe care o desfășurăm zilnic și încercăm să găsim împreună cu aceștia căi de conlucrare, să îmbunătățim și să dezvoltăm responsabilitatea corporativă.

De-a lungul ultimilor doi ani, având în vedere contextul pandemic, am intensificat dialogurile cu furnizorii și cu clienții noștri. Ne-am dorit eficientizarea activităților, evitarea unor riscuri operaționale și satisfacția colaborării cu companiile noastre.

Părți interesate INTERNE	Părți interesate EXTERNE
• 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	• 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 interacțiune cu diferite grupuri de părți interesate se poate consulta în detaliu tabelul din Raportul de Sustenabilitate aferent 2018 (cap.1.6, pag. 26-27)



Recomandări primite din partea părților interesate

- Valorificarea și reciclarea deșeurilor;
- Reducerea risipei alimentare și participa-rea la proiecte verzi;
- Acțiuni ce ar putea să ajute comunitatea (ex. aziluri de bătrâni, copii cu nevoi speciale etc.);
- Organizarea de evenimente caritabile;
- Favorizarea energiei regenerabile;
- Implementare rapidă și bine verificată în vederea reciclării și colectării selective a deșeurilor;
- Măsuri de conștientizare a încălzirii globale;
- Introducerea de meniuri vegane;
- Protecția mediului prin ambalaje biode-gradabile;
- Educație și training pentru studenți și tineri aflați la început de carieră;
- Accent pe aspecte ecologice, siguranța alimentară precum și pe aspecte care țin de sănătatea angajaților și mediul de lucru;
- Diversitatea la locul de muncă;
- Produse reutilizabile;
- Amplasarea de panouri fotovoltaice sau panouri solare pentru reducerea energiei electrice artificiale;
- Conștientizare pe impactul emisiilor de carbon;
- Integrarea minorităților.

Am primit recomandări din partea părților interesate care sunt în aliniament cu multe din proiectele deja inițiate la nivel intern. Suntem recunoscători că eforturile noastre se îndreaptă într-o direcție bună, în asentiment cu nevoia și așteptările multor grupuri de părți interesate. Ceea ce ne propunem în continuare este să comunicăm mai mult atât intern, cât și extern inițiativele noastre pentru că înțelegem importanța acestora. Prin îmbunătățirea comunicării vom reuși să răspundem activ propunerilor venite din partea părților interesate (clienți, angajați etc) și vom crea o punte de comunicare foarte bună a impactului pozitiv creat de proiectele în care companiile noastre sunt angrenate.

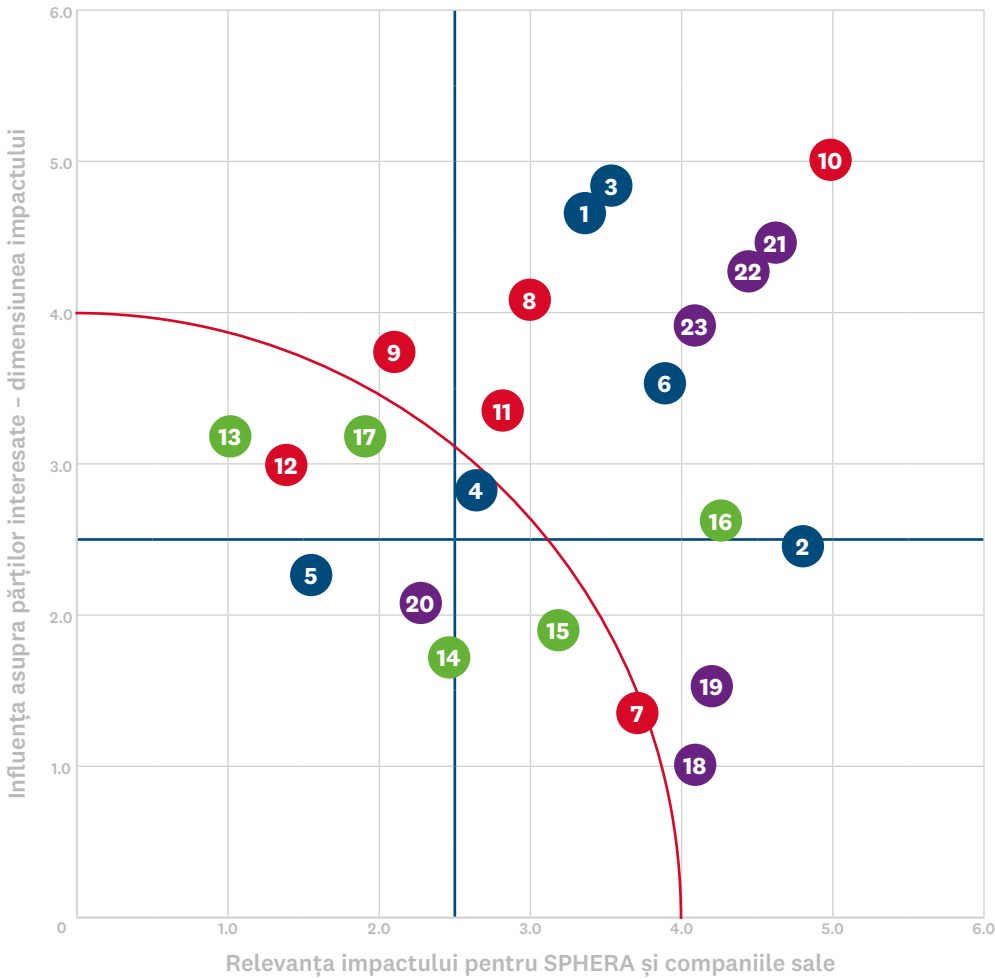
Prezentul raport pune în evidență performanțele Sphera la nivel economic, social și de mediu. Structura raportului ține cont de limitele unor subiecte materiale. Am pus accent pe acele subiecte materiale semnificative care pot afecta business-ul, dar care sunt relevante pentru părțile interesate pentru că pot să influențeze pozitiv sau negativ comunitatea. Subiectele semnificative aduc un impact economic, social și de mediu pe care noi îl identificăm, controlăm și monitorizăm continuu.

Suntem conștienți că unele riscuri le putem transforma în oportunități și lucrăm continuu la identificarea și adresarea lor.

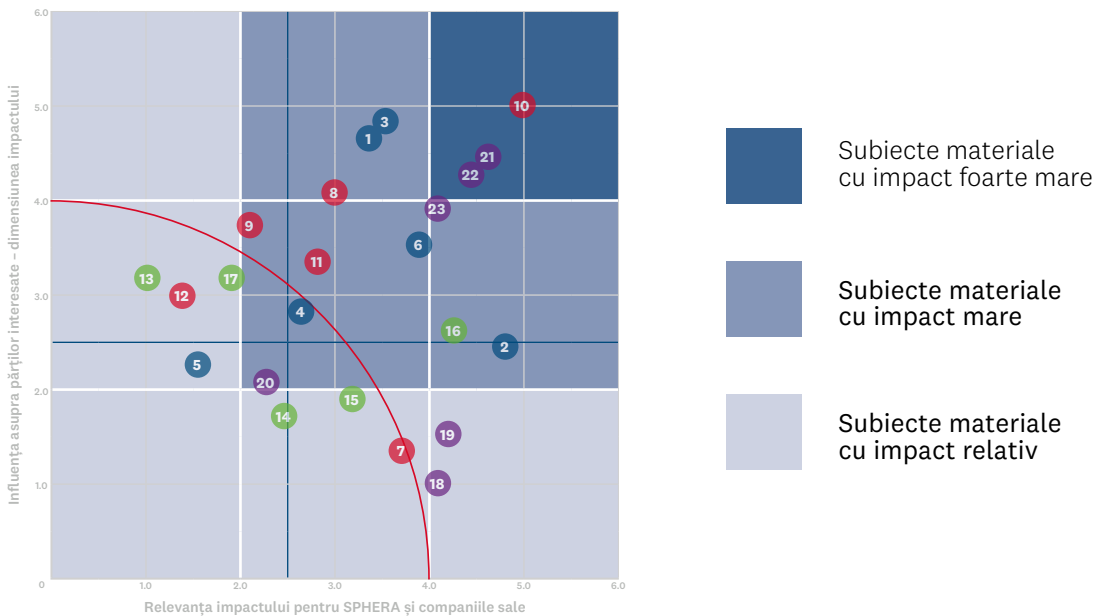
Matricea de Materialitate

Conținutul raportului și dezvoltările pe subiecte materiale s-au concentrat pe date calitative și cantitative considerând două perspective:

- potențiala dimensiune a impactului în comunitate, considerând relevanța po-sibilelor influențe ale impactului pentru business;
- sfera de aplicare internă și externă a su-biectelor materiale. Aplicarea este diferită considerând că nevoia și interesul unor grupuri de părți interesate au avut unele limitări.



- Subiecte materiale relevante pe Domeniul Economic
- Subiecte materiale relevante pe Domeniul Mediu
- Subiecte materiale relevante pe Domeniul Social



CONTINUT
DEPRE
COMPANIE
STRATEGIA DE
SUSTENABILITATE
PRODUSELE
NOASTRE
GRUA PENTRU
MEDIU
OAMENI SI
COMUNITATE
INDEX
GRI SI SASB

Nr.	Subiect material	Domeniul de aplicare /Limitări			
		INTERN	Limitări	EXTERN	Limitări
1	Guvernanță corporativă	SFG		Yum!, F, AP, AUTP, M, I	
2	Conformare și managementul riscului	SFG		Yum!, F, AP, AUTP, C, M, ONG, I	
3	Inovare și digitalizare	SFG	✓	Yum!, F, AP, C, M, I	
4	Continuitatea și echilibrul în lanțul de aprovizionare	SFG		Yum!, F, AP, ONG, I, M	
5	Diversitate în lanțul de aprovizionare	SFG	✓	Yum!, F, AP, C	✓
6	Securitate cibernetică	SFG	✓	Yum!, F, AP, AUTP, U, ONG, C, M	✓
7	Trasabilitate în lanțul de aprovizionare	SFG		Yum!, F, AP, AUTP	✓
8	Acuratețea informației și comunicarea	SFG		Yum!, F, AUTP, C, M, ONG, AP	
9	Marketing responsabil	SFG		Yum!, C, F, M, I, ONG, AUTP, AP	
10	Calitatea și siguranța alimentului	SFG		Yum!, C, F, AUTP, AP	✓
11	Achiziții etice în lanțul de aprovizionare	SFG	✓	Yum!, F, AUTP, AP, I, ONG, M, C	
12	Transport eficient și livrare în timp	SFG	✓	C,F,M	✓
13	Energie	SFG		Yum!, F, AP, AUTP, U, ONG, C, M	
14	Emisiile de carbon și impactul asupra climei	SFG		Yum!, F, AP, AUTP, U, ONG, C, M	
15	Economia circulară – Valorificarea și reciclarea deșeurilor	SFG	✓	Yum!, F, AUTP, C, M	✓
16	Produse din plastic de unică folosință	SFG	✓	Yum!, F, AP, AUTP, C, M, ONG	
17	Risipa alimentară	SFG		Yum!, F, AUTP, C, M, ONG	
18	Dezvoltarea și creșterea capacității angajaților	SFG		Yum!, U, AP, C, AUTP	
19	Satisfacția și starea de bine a angajaților	SFG		Yum!, AUTP, AP, C	✓
20	Implicarea și impactul asupra comunității	SFG		Yum!, C, F, U, AP, ONG, AUTP, M, I	
21	Diversitatea și Drepturile omului	SFG		Yum!, C, F, AP, ONG, AUTP, M, I	✓
22	Sănătatea și securitatea angajaților	SFG		Yum!, F, AUTP, AP	✓
23	Sănătatea și securitatea furnizorilor și a clienților	SFG	✓	Yum!, C, F, AUTP, AP	✓

Legendă:

Grupe de părți interesate

- 1. Sphera Franchise Group: **SFG**
- 2. Yum! Brands, Inc: **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 (KFC România), American Restaurant System SA (Pizza Hut Drive-In și Pizza Hut Delivery România), California Fresh Flavours S.R.L. (Taco Bell România), U.S. Food Network SRL (KFC Moldova), U.S. Food Network S.r.l (KFC 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

2.3 Premii și afilieri

Companiile noastre au fost apreciate în diferite competiții din industrie.

Effie Awards

2020

KFC

Bronze in Brand Experience

Silver in Branded Content & Entertainment

2021

KFC

Silver in KFC Restaurants – The Wings and Strips Anti-manifesto

Silver in Seasonal Marketing – Christmas Bucket

Gold in Brand Experience– Killer Discounts

Gold in Branded Content & Entertainment– The CROPPERS

Gold in Engaged Communities – Killer Discounts

Internetics

2020

KFC

Gold in Online Branded Content – The CROPPERS

Gold in Digital Brand Experience – Killer Discounts

Gold in Retail – The CROPPERS

Gold in Retail – Killer Discounts

Premiu Special pentru Cea mai bună tehnologie utilizată – Killer Discounts

2021

KFC

Cliantul Digital al anului

Gold in Retail – Freshly Prepared campaign (AltKFC)

Silver in Retail – KFC e-commerce launch

Gold in Digital Platform (Social Media – Influencer Marketing) – Freshly Prepared campaign (AltKFC)



PR Awards

2021

KFC

Golden Award for Excellence in Brand PR (New products and services)

Silver Award for Excellence in Digital PR

Silver Award for Excellence in Social Media – AltKFC

Webstock

2021

KFC

Locul 1 in Best Use of Groups & Communities – e-commerce launch

Locul 2 in Best Experiential Campaigns – AltKFC

Locul 2 in Best Brand pe YouTube

Taco Bell

Locul 2 in Best Use of Photography – Taco Moon global campaign

Top Social Brands

2020

KFC

Locul 1 pentru cel mai puternic QSR brand în media social

Locul 5 în clasamentul general Top Social Brands

2021

Locul 1 pentru cel mai puternic QSR brand în media social

Locul 6 în clasamentul general Top Social Brands

Afilieri

Suntem afiliați unor grupuri sau entități din industria în care activăm. Ne asumăm și respectăm toate obligațiile de aderare la aceste inițiative.

- **US Food Network** este membru în „Uniunea Crescătorilor de Păsări din România”.
- **US Food Network & American Restaurant System** sunt membri ai Organizației HORA, autoritatea reprezentativă a industriei ospitalității românești, cu misiunea de a susține și de a promova interesele și valorile comune ale membrilor săi, pe plan național și internațional.
- **Sphera Franchise Group** s-a alăturat UN Global Compact, cea mai importantă inițiativă internațională de responsabilitate socială corporativă. Discuțiile de aderare au început în 2021, afilierea urmând a fi definitivată în 2022.



2.4 Taxonomia EU

Ne dorim ca dezvoltarea Sphera și a companiilor sale să se realizeze într-un mod sustenabil, cu o creștere echitabilă din punct de vedere economic, social și mediu. Astfel, urmărim tendințele legislative și operaționale la nivel european și ne aliniem obiectivelor și planurilor Uniunii Europene în ceea ce privește creșterea economică și protecția climatică. Deoarece Pactul Verde European a adus în prim plan nevoia dezvoltării unui sistem de finanțare și investiție sustenabilă, Sphera urmărește direcționarea investițiilor sale în aliniament cu Taxonomia UE.



Păstrând aceeași transparență, vom adapta procesul de raportare în viitor pentru a include atât investițiile noastre verzi, ca și până acum, dar și costurile operaționale aferente acestora.

În 2022 vom demara procesul de identificare a activităților noastre care se supun Taxonomiei UE, urmând ca, odată cu finalizarea acestui proces complex, să putem raporta indicatorii specifici:

- Natura și proporția investițiilor verzi (CAPEX-uri verzi);
- Veniturile atrase din investiții verzi;
- Raportul investițiilor verzi per venituri totale;
- Valoarea totală a costurilor operaționale pentru aceste investiții verzi (OPEX).

Astfel, în funcție de fezabilitatea financiară și operațională, avem în vedere ca, începând din 2022, investițiile noastre să urmărească criteriile de sustenabilitate prezentate prin Taxonomia UE.

Pentru anul 2022, a fost aprobat bugetul de 20 milioane de euro, ce va fi direcționat către:

- deschiderea de 18 noi restaurante (9 unități KFC în România, 2 unități KFC în Italia, 4 unități Pizza Hut – atât restaurante Fast Casual Delivery, cât și Express – și 3 unități Taco Bell);
- remodelarea amplasamentelor existente;
- altele.

Prin urmărirea obiectivelor strategice ale Companiei, care sunt alinate cu Obiectivele de Dezvoltare Durabilă ale Națiunilor Unite, vom putea implementa măsuri de reducere a impactului asupra mediului și a amprente de carbon. Una dintre țintele deja asumate este de a implementa iluminat eficient energetic (iluminat LED) în proporție de 100% în toate amplasamentele noastre până în 2024.

În același timp, vom continua să evaluăm fezabilitatea altor investiții verzi, cum ar fi instalarea de sisteme energetice alternative, înlocuirea sistemelor de control temperatură, implementarea sistemelor de climatizare SMART și multe altele.

3

Produsele noastre

Suntem branduri responsabile

Misiunea noastră: „Să oferim clienților o experiență memorabilă, susținută de servicii excelente și produse unice pregătite de echipe pasionate”.

Lucrăm constant la identificarea soluțiilor care să susțină dezvoltarea sustenabilă a Companiei noastre, pliate pe aspecte fundamentale, precum inovația, digitalizarea, colaborarea în lanțul de aprovizionare, calitatea și siguranța alimentului, comunicarea facilă și marketingul responsabil.



Strategia de sustenabilitate Sphera are la baza trei obiective majore, asumate în conformitate cu Obiectivele de Dezvoltare Durabilă (ODD) propuse de Națiunile Unite prin Agenda 2030. Urmărim creșterea angajamentului nostru în ceea ce privește un business sustenabil prin produsele și serviciile pe care le oferim în restaurantele noastre și monitorizăm constant progresul în atingerea Țintelor stabilite.



Sphera are în portofoliu **170*** de restaurante în România, Italia și Moldova.

În perioada 2020-2021, la nivelul Companiei au fost inaugurate 9 restaurante în 2020, respectiv 13 în 2021 (date valabile la 31 decembrie 2021).

* Inclusiv 1 restaurant PAUL



La 31 decembrie 2021, rețeaua KFC însumează, la nivel național, 92 de restaurante, precum și 2 locații în Moldova și 20 în Italia.

Evoluție număr de restaurante

	2019	2020	2021
KFC România	82	86	92
KFC Moldova	2	2	2
KFC Italia	15	18	20



Inovație

- 206 fețe kiosk-uri de comandă digitală și touchless;
- Lansare platformă de livrare proprie;
- Introducere serviciu **Click & Collect**;
- Parteneriate cu platforme de comenzi online;
- Campanii inovative, oferte dedicate.



La 31 decembrie 2021, rețeaua Pizza Hut însumează 42 de restaurante la nivel național.

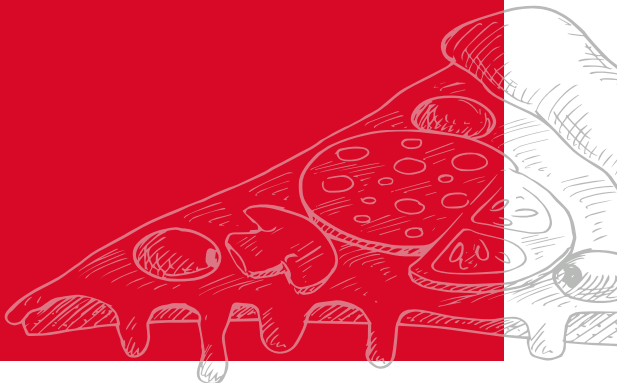
Evoluție număr de restaurante

	2019	2020	2021
Pizza Hut (Dine-in)	23	21	22
Pizza Hut Delivery	22	19	20



Inovație

- Kiosk de comandă digital;
- Website și aplicație pentru comenzi online;
- Introducere serviciu **Click & Collect**;
- Parteneriate cu platforme de comenzi online;
- Produse inovative, oferte dedicate.





La 31 decembrie 2021, rețeaua Taco Bell însumează 13 restaurante la nivel național.

Evoluție număr de restaurante

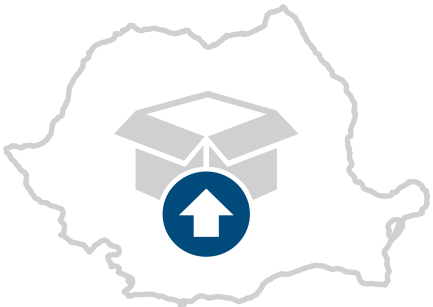
	2019	2020	2021
Taco Bell	10	11	13



Atenție, grijă și calitate

Ne asigurăm că fiecare produs este pus spre vânzare doar pentru o perioadă limitată de timp, astfel asigurând o calitate înaltă și proapețime pentru clienții noștri. Atât în selectarea materiei prime, cât și în procesul de preparare a produselor și gestionare a deșeurilor, aplicăm principii solide de sustenabilitate.

Sușținem economia locală



> 70%

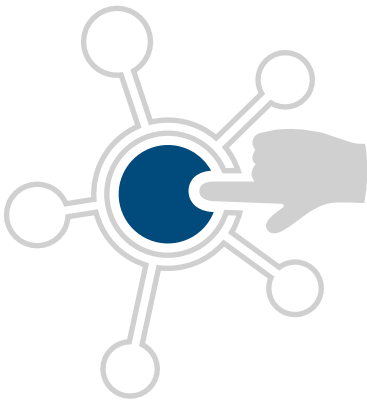
alimentele și ingredientele Companiei provin de pe piața din România, inclusiv categorii importante precum carne, brânză și legume.

- **Carnea de pasăre: 80%** din întreaga cantitate de carne de pui a fost achiziționată din România.
- **Salamul Pepperoni** folosit în Pizza Hut și Pizza Hut Delivery este produs **100%** în România.
- **Mozzarella** folosită în Pizza Hut și Pizza Hut Delivery este produsă **100%** în România.
- **Făina KFC** este produsă **100%** în România.
- **Smântâna Taco Bell** este un produs **100%** românesc.
- **Sosurile KFC (cu usturoi; cu roșii și usturoi; ketchup)** sunt produse **100%** în România.
- **Uleiul de floarea soarelui și de rapiță** folosit nu conține grăsimi artificiale de tip trans.
- **Cafeaua** comercializată este certificată Fairtrade și provine **100%** din boabe de cafea Arabica.

3.1 Inovație și digitalizare
cheia unui Marketing Responsabil

Ne concentrăm atenția asupra implementării de practici responsabile în toate activitățile companiilor din portofoliul Sphera și suntem orientați spre inovare continuă pentru a deveni mai competitivi și mai eficienți.

Integritatea și reputația brandurilor noastre reprezintă aspecte fundamentale la nivelul Sphera, fiind principalii factori care determină creșterea vânzărilor și consolidarea notorietății în domeniul HoReCa.



Companiile din portofoliul Sphera NU desfășoară campanii de marketing adresate copiilor ca public țintă. Ne menținem angajamentul de a integra responsabilitatea în toate procesele de marketing în conformitate cu **Politica de marketing responsabil**, acest lucru fiind evidențiat și prin strategia noastră de marketing. Comunicăm într-un mod transparent, integru și onest, utilizând platforme facile și utile de comunicare, cu o plajă largă de părți interesate.

Toate informațiile importante legate de produsele și serviciile oferite de brand-urile din portofoliul nostru sunt disponibile atât în mediul online, pe website-urile fiecărui brand, cât și în mod fizic, în fiecare restaurant,

în meniuri. În perioada 2020-2021 nu au fost înregistrate neconformități privind comunicările de marketing.

Pentru că ne dorim să rămânem relevanți pentru consumatori, desfășurăm studii, analizăm piața și identificăm tiparele de consum și nevoile acestora.

Inovarea constituie o prioritate pentru Sphera, în procesul de dezvoltare sustenabilă. Utilizarea tehnologiilor inovatoare pentru efectuarea comenzilor, comunicarea în format digital a meniurilor, precum și alte inițiative de digitalizare au fost introduse cu scopul de a îmbunătăți experiența clienților și angajaților noștri.



Comunicăm deschis și transparent

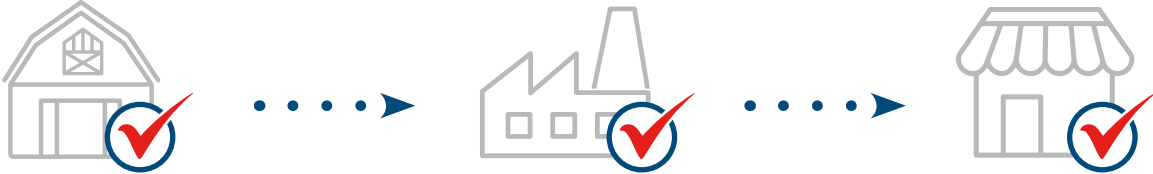
Considerăm că acuratețea informațiilor și comunicarea sunt importante și ne dorim o interacțiune constructivă, cât mai apropiată de comunitățile în care activăm. Sphera și companiile sale comunică într-un mod transparent, utilizând diferite medii, inclusiv rețele de socializare. Satisfacția clienților noștri este evaluată prin intermediul Guest Experience Survey, un sistem care le permite acestora să evalueze experiența avută în restaurantele noastre.

Compania noastră are în vedere atât respectarea cerințelor legislative, cât și a celor interne, ce țin de fiecare brand în parte. În restaurante sunt disponibile informații cu privire la conținutul produselor și originea ingredientelor pe mai multe canale de comunicare: kiosk-uri, meniu pe suport de hârtie în imediata apropiere a caselor de marcat, menu board-uri digitale, dar și ambalajele produselor, acolo unde este cazul. De asemenea, informațiile se regăsesc pe site-urile tuturor brandurilor: **KFC**, **KFC Moldova**, **Pizza Hut**, **Pizza Hut Delivery** și **Taco Bell**.

Pentru a evita orice erori, ne asigurăm de corectitudinea informațiilor pe care le oferim clienților în baza specificațiilor primite de la furnizorii de materii prime și verificăm informațiile de pe buletinele de analiză emise de laboratoarele autorizate.

3.2 Furnizorii noștri

importanța unui lanț de aprovizionare sustenabil



Trasabilitatea în lanțul de aprovizionare

Ne dorim să promovăm 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.

În scopul asigurării unui nivel ridicat de protecție a sănătății consumatorului final, acordăm o atenție deosebită identificării și urmăririi lotului unui aliment sau/și a materiei prime folosite în restaurante, pe parcursul tuturor etapelor (producție, prelucrare, distribuție) în întreg lanțul de aprovizionare. Astfel, stabilim proceduri de intervenție preventivă pentru menținerea standardelor de calitate. În cazul unor suspiciuni legate de siguranța consumatorilor, putem bloca comercializarea unui anumit lot, minimizând

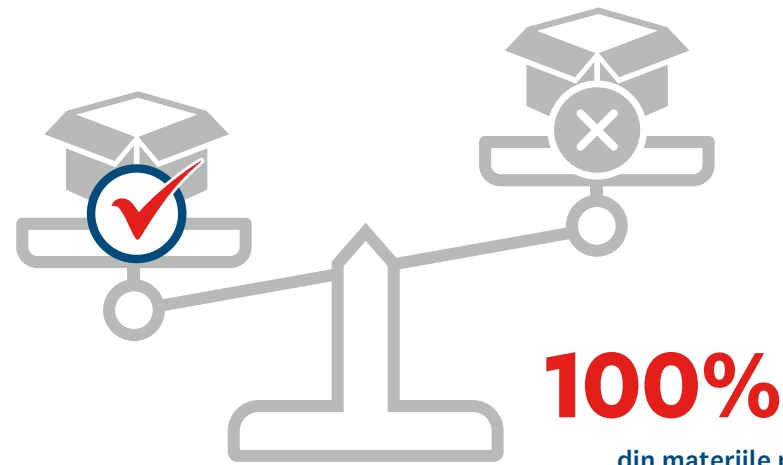
în acest fel orice risc cu privire la siguranța și sănătatea clienților.

Depistarea oricăror potențiale amenințări la adresa sănătății clienților noștri reprezintă o prioritate pentru noi. În acest sens, evaluăm impactul asupra sănătății și siguranței pentru toate categoriile de produse. Fiecare produs (materie primă) este integrat în sistemele de management ale calității și siguranței alimentului, conform principiilor Sistemului de Siguranță Alimentară HACCP. Astfel, fiecare articol trece printr-un proces de verificare, aprobare și documentare, asigurând trasabilitatea acestuia.



Audituri HACCP

Entitate	2019	2020	2021
KFC România	26	338	301
KFC Moldova	26	8	8
KFC Italia	36	67	77
Pizza Hut & Pizza Hut Delivery România	18	100	138
Taco Bell România	9	40	44



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

Achiziții etice

Sphera se bazează pe achiziții etice în lanțul de aprovizionare, 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 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.

Colaborăm cu furnizori care s-au angajat să folosească sisteme alimentare durabile și care fac o prioritate din sănătatea oamenilor, animalelor și a mediului înconjurător.

Toți furnizorii semnează pe proprie răspundere **Codul de Conduită** ➡ care face referire la respectarea tuturor legilor și reglementărilor aplicabile privind salariile și programul, inclusiv cele referitoare la salariul minim, criterii sociale precum discriminarea, constrângerea și hărțuirea, munca involuntară, munca copiilor, sănătatea și securitatea în muncă și criterii de protecția mediului.

Dezvoltăm parteneriate numai cu furnizori și producători care s-au angajat să respecte cele mai înalte standarde de siguranță alimentară și calitate și să folosească practici etice de afaceri, după cum reiese din codul nostru de conduită pentru furnizori. Pentru a atenua orice potențiale riscuri din lanțul de

aprovizionare, 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 condimente) intră într-un proces de pre-aprobare de către Yum! Brands Inc.

Pentru a reduce impactul negativ al produselor noastre în toate etapele lanțului de aprovizionare, avem politici interne și colaborăm cu părțile interesate – furnizori, producători, distribuitori – pentru a susține utilizarea ambalajelor durabile. Astfel, 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, conform politicii noastre de aprovizionare cu ambalaje pe bază de hârtie. La Pizza Hut și Pizza Hut Delivery, cutiile de pizza și pungile din hârtie provin din păduri gestionate în mod responsabil și/sau din surse reciclate.

Mai multe informații despre acțiunile noastre sunt disponibile aici:

- **Politica Sphera Privind Ambalajele Durabile** ➡;
- **Politica Sphera de Aprovizionare cu Ambalaje pe Bază de Hârtie** ➡.

Bunăstarea animalelor

Bunăstarea animalelor ➡ reprezintă un principiu esențial pentru furnizarea de produse alimentare de origine animală sănătoase și sigure. Îi încurajăm atât pe furnizorii noștri cât și părțile interesate cu care colaborăm să dezvolte parteneriate bazate pe principii etice. Respectând aceste norme, pierderile pe întregul lanț de aprovizionare vor fi, implicit, minimizate.

Până la finalul anului 2022 toți furnizorii noștri de carne de pasăre vor susține Audit de Bunăstare. Prin atingerea acestui obiectiv, dorim să creștem, pe lângă performanța de mediu a companiei, încrederea consumatorului în produsele oferite de brand-urile noastre.

Continuitatea și echilibrul în lanțul de aprovizionare

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

Acest subiect are la bază coordonarea activităților și a fluxurilor de produse și informații primite de la furnizori și producători. Pentru businessul nostru este importantă asigurarea circulației rapide a materiilor prime și informațiilor pentru garantarea serviciilor optime oferite clienților finali. Din acest motiv, ne-am extins colaborarea pe termen mediu și lung cu furnizori de **clasa A & B** (QSA – Quality System Audit) și **risc 1** (FSA – Food Safety Audit) ce dețin certificări GFSI.



Diversitatea în lanțul de aprovizionare reprezintă o altă prioritate, deoarece doar astfel putem avea garanția continuității și disponibilității produselor pentru toate companiile noastre, reprezentând, de asemenea, un avantaj competitiv.

Numărul furnizorilor a rămas relativ constant în ultimii doi ani, deși condițiile pandemice au dus la delistarea multor articole din meniurile restaurantelor noastre. Din cauza faptului că am funcționat cu un meniu restrâns, implicit am fost nevoiți să reducem și numărul furnizorilor, însă doar pentru anumite brand-uri. În proporție de peste **95%** colaborăm cu HAVI Logistics.



Numărul de furnizori locali

Entitate	2019	2020	2021
KFC România	114	112	101
KFC Moldova	123	123	123
KFC Italia	1	1	1
Pizza Hut România	106	101	103
Taco Bell România	30	28	33

Numărul total de furnizori

Entitate	2019	2020	2021
KFC România	128	130	121
KFC Moldova	134	134	134
KFC Italia	1	1	1
Pizza Hut România	119	113	118
Taco Bell România	39	37	43

În 2021, am demarat procedurile în vederea obținerii certificării ISO 22000:2018 pentru toate companiile aflate în portofoliul Sphera.

Procedurile de siguranță alimentară, în conformitate cu principiile sistemului de siguranță alimentară HACCP, sunt puse în aplicare în toate unitățile noastre iar, prin intermediul acestora, monitorizăm toți parametrii cu potențial impact asupra sănătății consumatorilor. Enumerăm câțiva mai jos:

- Trasabilitatea produselor;
- Temperatura de depozitare a produselor și a materiilor prime;
- Temperatura de gătire și păstrare la cald a produselor;
- Calitatea uleiului în procesul de gătire și managementul acestuia;
- Igiena personalului;
- Instruirile frecvente ale personalului și ale colaboratorilor noștri;
- Altele.

Toți furnizorii noi sunt selectați pe baza unor criterii de siguranță alimentară, după care sunt auditați în ceea ce privește calitatea și siguranța alimentară de către o companie de terță parte a Yum! Brands, proces care include comasarea standardelor pe siguranță alimentară (IFS, BRC, FSCC), care fac referire minimum la:

- Evaluarea riscurilor în materie de siguranță alimentară;
- Analiza riscurilor și punctul critic de control (HACCP);
- Cultura siguranței alimentare;
- Frauda alimentară și apărarea alimentară;
- Controlul și combaterea dăunătorilor;
- Bunele practici de fabricație (GMP) & sănătatea și igiena angajaților;
- Prevenirea și controlul corpurilor străine;
- Întreținerea și salubritatea;
- Aprobarea furnizorului;
- Trasabilitatea produselor.

Atât metodele de preparare, cât și calitatea ingredientelor pot avea un impact asupra siguranței alimentare în industria noastră. Din acest motiv, procentul restaurantelor noastre care au fost audiate cel puțin o dată pe an a crescut semnificativ.

3.3 Calitatea și siguranța alimentului

Sphera se angajează să ofere produse și servicii de cea mai bună calitate, care să satisfacă cerințele și așteptările clienților noștri. Businessul nostru depinde de calitatea și integritatea produselor comercializate și de percepția consumatorilor.

Asigurăm un control eficient și urmărim atenuarea riscurilor asociate fiecărei etape din cadrul lanțului nostru de aprovizionare prin programele implementate în privința siguranței alimentare și a calității.



CALITATEA ȘI
INTEGRITATEA

% Furnizori auditați

Entitate	2019	2020	2021
KFC România	84,21	100,00	100,00
KFC Moldova	84,21	100,00	100,00
KFC Italia	30,00	100,00	100,00
Pizza Hut & Pizza Hut Delivery România	60,00	100,00	100,00
Taco Bell România	100,00	100,00	100,00

Număr total de audituri

Entitate	2019	2020	2021
KFC România	26	38	41
KFC Moldova	26	38	41
KFC Italia	36	67	77
Pizza Hut & Pizza Hut Delivery România	18	28	25
Taco Bell România	9	5	5

Audituri efectuate în restaurantele noastre

Procentul de restaurante auditate de o autoritate în domeniul siguranței alimentare (%)

Entitate	2020	2021
KFC România	60	96
KFC Moldova	100	100
KFC Italia	100	100
Pizza Hut România	37	50
Pizza Hut Delivery România	5	37
Taco Bell România	10	46

În perioada de raportare 2020-2021 am primit 10 116 sesizări pe canalele noastre de comunicare cu clienții – rețelele de socializare, call center. Tratăm și soluționăm orice reclamație cu prioritate maximă și ne asigurăm că toate părțile interesate primesc răspuns în timp util.

Număr sesizări

Entitate	2019	2020	2021
KFC România	227	3 283	4 963
Pizza Hut România	10	544	999
Pizza Hut Delivery România	42		
Taco Bell România	4	140	187

Număr puncte de vedere întocmite

Entitate	2019	2020	2021
KFC România	12	21	16
Pizza Hut România		0	3
Pizza Hut Delivery România	3	1	3
Taco Bell România	0	0	1

Restricțiile survenite ca urmare a pandemiei au fost un factor important în creșterea numărului de sesizări, pe fondul schimbării obiceiurilor de consum, respectiv plasarea de comenzi online prin intermediul platformelor dedicate.

Majoritatea situațiilor semnalate de către clienți au fost asociate cu schimbările care au intervenit la nivel de produse disponibile, închiderea parțială sau totală a unor restaurante, precum și criza de personal care s-a reflectat cel mai puternic în industria HoReCa din cauza condițiilor pandemice în ultimii doi ani.

Creșterea numărului sesizărilor este corelată și cu creșterea numărului de tranzacții. În medie, numărul sesizărilor raportat la numărul tranzacțiilor a avut o creștere de doar 0,02% în 2020 și 0,03% în 2021, nefiind o majorare semnificativă la nivelul restaurantelor noastre.

Instruiri

Pentru a diminua impactul potențial negativ asupra societății, dar și cu scopul de a promova dezvoltarea profesională continuă, toți angajații restaurantelor noastre sunt instruiți în domeniul siguranței alimentare, iar unitățile sunt inspectate și auditate periodic de către responsabilii noștri interni și externi. Echipele manageriale ale restaurantelor sunt, de asemenea, instruite pentru implicarea și motivarea personalului în vederea respectării cerințelor și standardelor de calitate stabilite intern. Pentru a ne asigura de respectarea strictă a criteriilor de siguranță alimentară, toți angajații noștri completează anual „Chestionarul pentru evaluarea nivelului de siguranță alimentară”.

Ore de instruire pe siguranța alimentului

Entitate	2019	2020	2021
KFC România	77 728	47 408	61 632
KFC Moldova	1 376	464	1 104
KFC Italia	110	110	110
Pizza Hut România	10 128	2 704	3 440
Pizza Hut Delivery România	7 856	4 160	6 432
Taco Bell România	9 504	4 528	6 032

4 Grijă pentru Mediu

Grija pentru mediu



Există un angajament ferm din partea Sphera de a depune toate eforturile pentru ca impactul generat asupra mediului să fie unul redus, precum și de a micșora amprenta de carbon. Ne-am angajat să dezvoltăm un business sustenabil care să fie reflectat în întregul ecosistem al Companiei, începând de la modul de a procura materiile prime, până la maniera în care sunt construite restaurantele și modalitatea de utilizare a ambalajelor.



La nivel operațional, Sphera se concentrează pe:

- Eficientizarea consumului de energie;
- Eficientizarea transportului;
- Diminuarea consumului de apă;
- Diminuarea consumului de plastic;
- Valorificarea și reciclarea deșeurilor;
- Diminuarea risipei alimentare;
- Colaborări în lanțul de aprovizionare.

4.1 Energie

Energia este o resursă esențială pentru viață. Sphera lucrează la găsirea celor mai bune variante care să asigure o gestionare eficientă a acesteia.

Fie că utilizăm energie electrică, gaz natural sau carburanți, suntem conștienți de importanța trecerii progresive către opțiuni regenerabile pentru protejarea resurselor naturale finite și, de aceea, implementăm tehnologii performante și echipamente eficiente.

Selecția noilor locații se face pe criterii stricte care includ **accesibilitatea**, **vizibilitatea** și **proximitatea** față de transportul public. Ne orientăm în permanență să eficientizăm flota proprie de transport (pentru livrare și mașinile de serviciu), astfel încât să diminuăm gradual impactul asupra mediului.

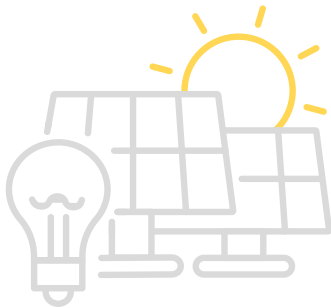
Consumul total de energie al organizației în perioada 2020-2021 a fost de

282 004,74 GJ

Consumul total de energie (GJ/an)

2019	2020	2021
147 945,00	130 211,94	151 792,80

4.1.1 Consumul de energie electrică al Sphera Franchise Group



Energia electrică este monitorizată la nivelul unităților noastre. Rețeaua de restaurante a crescut față de 2019, ajungând la 31.12.2021 la un număr total de 170* de unități, ceea ce a condus la consumul mărit ca valoare cumulată pe care am încercat să îl menținem într-un mod echilibrat.

Am continuat programele de monitorizare a consumului și avem în toate restaurantele iluminat eco-eficient. Nu producem energie din alte surse regenerabile, întreaga cantitate de energie, pe care în anumite restaurante o utilizăm și pentru încălzirea spațiilor pe timp de

iarnă, provine din rețeaua de distribuție la nivel național, în toate locațiile în care activăm.

Ne propunem pe viitor instalarea de surse pentru producerea de energie din surse regenerabile on site sau off site. Suntem în stadiul de analize interne și calcule de fezabilitate pe acest subiect.

* Inklusiv 1 restaurant PAUL

Consumul de energie electrică la nivelul Companiei (MWh)

	2019	2020	2021
Sphera Franchise Group – nr. restaurante*	154	157	169
Consum energie electrică (MWh)	36 348,75	35 336,79	41 337,25
KFC România – nr. restaurante**	82	87	93
Consum energie electrică (MWh)	24 263,68	25 366,40	28 663,95

	2019	2020	2021
Pizza Hut România – nr. restaurante***	23+22	21+18	22+19
Consum energie electrică (MWh)	7 562,79	4 758,32	5 854,43
Taco Bell România – nr. restaurante	10	11	13
Consum energie electrică (MWh)	1 261,98	1 245,76	1 693,02
KFC Moldova – nr. restaurante	2	2	2
Consum energie electrică (MWh)	581,00****	497,67	517,44
KFC Italia – nr. restaurante	15	18	20
Consum energie electrică (MWh)	3 766,77	3 468,64	4 608,40

* Excluzând 1 restaurant PHD sub-franciză și incluzând 1 restaurant PAUL operat de USFN România

** Incluzând 1 restaurant PAUL operat de USFN România

*** Pizza Hut + Pizza Hut Delivery; Excluzând sub-franciza

**** Valoarea a fost rectificată pentru anul 2019.

În raport cu produsele vândute, consumul de energie electrică din restaurantele noastre a evoluat astfel față de anul 2019:

Entitate	2020 vs. 2019	2021 vs. 2019
KFC România	0,66%	7,57%
Pizza Hut România*	-27,40%	-20,83%
Taco Bell România	-17,74%	-4,17%
KFC Moldova	-14,34%	-10,94%
KFC Italia	-23,26%	-8,24%

*Pizza Hut + Pizza Hut Delivery

Această evoluție s-a datorat în principal descreșterii numărului de produse vândute versus 2019 considerând condițiile de operare de-a lungul pandemiei, dar și implementării de măsuri manageriale de eficientizare consum la nivelul restaurantelor. Pentru brandul KFC suntem în stadiul de testare aferent unor investiții în măsuri tehnice de reducere a consumului de energie și de recuperare a căldurii.

4.1.2 Consumul de gaze naturale

Folosim gazul natural în anumite situații atât pentru încălzirea spațiilor, cât și pentru prepararea anumitor produse. Consumul generat este monitorizat îndeaproape de persoanele responsabile din cadrul echipelor noastre operaționale.



Consumul de gaz (MWh)

	2019	2020	2021
Sphera Franchise Group	788,74	828,52	822,36

Față de anul 2019, am înregistrat o creștere de 5,04% la nivelul anului 2020, respectiv de 4,26% la nivelul anului 2021. Această creștere este determinată de deschiderea de noi restaurante.

Gazele naturale sunt folosite cu câteva mici excepții, exclusiv pentru încălzirea locațiilor în care ne desfășurăm activitatea și nu pentru prepararea produselor. Consumul de gaze este influențat mai mult de aspectele meteorologice, dar și de numărul unităților.

4.1.3 Transportul

Distribuția materiilor prime alimentare și nealimentare

Colaborăm în continuare 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.

Lucrăm împreună cu colaboratorii noștri în domeniu pentru a identifica soluții de eficientizare. Furnizorii utilizează programe specifice în baza cărora coordonează întreg procesul de distribuție și transport, urmărind evoluția acestuia și raportând în timp util posibilele probleme. HAVI și-a înlocuit flota cu Tiruri Euro 6 în proporție de 100%. Până în 2025 depozitul central HAVI din Chitila va fi alimentat cu energie electrică produsă de panouri solare, ceea ce va duce la o reducere cu cel puțin 30% a consumului.



Toate transporturile sunt realizate astfel încât produsele să fie livrate la timp, pe trasee optimizate, în vederea reducerii consumului de combustibil.

A fost analizată de către HAVI o posibilă investiție pentru achiziționarea mașinilor care funcționează cu gaz natural comprimat însă, în prezent, în România există o singură pompă de la care se poate realiza alimentarea cu acest tip de combustibil. În paralel a fost luată în calcul înlocuirea flotei actuale de camioane cu una electrică, însă, din cauza autonomiei scăzute a acesteia, nu reprezintă în acest moment o soluție fezabilă pentru HAVI.

Distribuția produselor

Dorim să asigurăm consumatorilor acces facil la produsele noastre. În perioada pandemică am continuat să livrăm clienților produsele favorite, respectând în totalitate măsurile și restricțiile impuse de către autorități.

Flota proprie a KFC și Pizza Hut Delivery pentru serviciile de livrare în perioada 2020-2021:



Autoturisme

Benzină	44
Motorină	0
GPL	N/A
Hibrid	0



Biciclete

18



Mopede

262



Altele

Mopede electrice

4

În anotimpul rece, mașinile care utilizează GPL sunt sub contract de împrumut de folosință pe perioade scurte (3 luni).

Consumul de combustibil al flotei proprii, Litri/an

Sphera Franchise Group	2019	2020	2021
Benzină	236 439,00	227 167,00	246 418,00
Motorină	127 469,00	91 060,74	99 951,00
GPL	16 714,00	233 751,61	251 004,57

Față de 2019, cantitatea de motorină utilizată la nivelul flotei proprii a scăzut cu 28,56% în 2020, respectiv 20,59% în 2021. Am încercat să utilizăm mașini pe GPL pentru a avea consumuri mai mici de combustibil, dar și un impact economic și de mediu mai mic.

Logistică și colaborare cu furnizorii sau alte părți interesate

Pentru a susține activitățile operaționale la nivel de restaurante, echipa de management executiv și cea operațională au efectuat mai puține deplasări în teritoriu având în vedere contextul pandemic, precum și desfășurarea activității restaurantelor doar în anumite condiții, acolo unde a fost posibil acest lucru. Am încurajat pe cât posibil desfășurarea întâlnirilor virtuale și evitarea călătoriilor la nivel național și internațional, atunci când acest lucru a fost posibil.

În vederea asigurării accesului clienților la produsele noastre, am încheiat contracte comerciale de colaborare (pentru KFC, Pizza Hut și Pizza Hut Delivery) cu furnizori specializați în domeniul livrării, precum:

- Tazz
 - Glovo
- Foodpanda
 - Takeaway

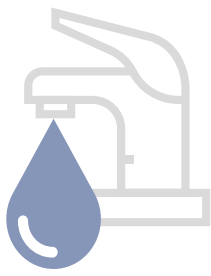
În ceea ce privește Taco Bell, folosim platformele colaboratorilor specializați, atât pentru plasarea comenzilor, cât și pentru livrarea acestora, metoda de colaborare fiind una End-to-End.

Brand	Platforme colaboratori specializați	Data începere contract	Orașe deservite
KFC	Foodpanda	Noiembrie 2019	București, Alba Iulia, Arad, Bacău, Baia Mare, Balotești, Bârlad, Bistrița, Botoșani, Brașov, Brăila, Buzău, Cluj, Constanța, Craiova, Deva, Drobeta, Focșani, Galați, Iași, Miercurea Ciuc, Oradea, Piatra Neamț, Pitești, Ploiești, Râmnicu Vâlcea, Roman, Satu Mare, Sfântu Gheorghe, Sibiu, Suceava, Târgoviște, Târgu Jiu, Târgu Mureș, Timișoara, Zalău
	Takeaway	Aprilie 2020	
	Tazz	Mai 2020	
	Glovo	Iunie 2020	
Pizza Hut Dine-In	Foodpanda	2019	Galați, Iași, Timișoara, Bacău, Cluj, Constanța, Craiova, Ploiești, Brașov, București
	Tazz	2020	
	Glovo	2020	
	Takeaway	2020	
Pizza Hut Delivery	Foodpanda	2019 - 2022	București, Ploiești, Constanța, Cluj, Târgu Mureș
	Glovo	2019 - prezent	
	Tazz	2020	
Taco Bell	Foodpanda	Februarie 2019	București, Cluj, Timișoara, Constanța, Sibiu, Ploiești, Brașov, Iași, Bacău
	Glovo	Aprilie 2019	
	Tazz	Mai 2020	
	Takeaway	Mai 2020	

La nivelul furnizorilor de servicii, specializați în servicii de livrare, nu ne-am asumat cuantificarea numărului de kilometri parcurși sau cantitatea de combustibil utilizată pentru livrarea produselor noastre din două considerente majore:

- reprezenta o tranziție către noi tipuri de colaborări considerând contextul pandemic;
- nu există exclusivitate la livrare, motiv pentru care, monitorizarea este aproape imposibilă.

4.1.4 Consumul de apă



Utilizăm apa cu preponderență pentru prelucrarea materiilor prime, curățenie în zona de gătit și parțial pentru curățenie în zona de servire. Din dorința de a îmbunătăți modul în care utilizăm această resursă, monitorizăm lunar consumul în restaurantele proprii și colectăm informații cu privire la consumul de apă per suprafață ocupată de la centrele comerciale în care avem închiriate spații. Apele uzate sunt eliminate în canalizarea disponibilă la nivelul locațiilor în care activăm. Nu reutilizăm sau reciclăm apa, aceasta fiind consumată pentru procesare în special

și pentru curățenia spațiilor din bucătării și restaurante. Apa uzată produsă nu poate fi reciclată, iar spațiile noastre nu permit instalarea unor echipamente specifice și fezabile pentru acest proces.

Consum de apă pentru prelucrarea produselor alimentare (m³)

	2019	2020	2021
Sphera Franchise Group	238 045,00	228 615,00	262 815,00
KFC România	169 290,00	176 975,00	199 982,00
Pizza Hut România*	43 846,00	27 579,00	33 936,00
Taco Bell România	4 409,00	5 201,00	6 399,00
KFC Moldova	7 000,00	4 960,00	4 198,00
KFC Italia	13 500,00	13 900,00	18 300,00

*Pizza Hut + Pizza Hut Delivery

4.2 Economia circulară

La Sphera suntem pe deplin conștienți de responsabilitatea pe care o avem față de mediu și de nevoia de implicare pentru o tranziție rapidă către o economie circulară. 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, ne îndreptăm către soluții de revalorificare cu recuperare de energie prin companii autorizate.

Tipurile de ambalaje utilizate pentru anumite branduri sunt stabilite de către francizor în conformitate cu legile și reglementările locale și europene. Colaborăm strâns cu francizorul pentru a implementa strategii de reducere a utilizării ambalajelor nesustenabile și colectare și valorificare a deșeurilor.



Continuăm să luăm măsuri de valorificare și reciclare a deșeurilor, dar și de reducere a risipei alimentare.

4.2.1 Valorificarea și reciclarea deșeurilor

În cadrul Sphera avem implementat sistemul de management al deșeurilor care este monitorizat și îmbunătățit continuu. Acesta se bazează pe cerințele legale aplicabile, dar și pe implementarea unor concepte proprii prin care încercăm să valorificăm la maximum potențialul de selecție a deșeurilor la punctele de generare. Astfel, avem audituri regulate de deșeuri în restaurantele noastre pentru a ne asigura că toate obiectivele stabilite în planul de management sunt înțelese și respectate, aplicând măsuri corective acolo unde este cazul.

Contribuim la conștientizarea și informarea clienților și angajaților noștri cu privire la colectarea separată a deșeurilor prin etichetarea pubelelor și utilizarea ambalajelor ce conțin informații despre utilizarea acestora în mod responsabil.

Principalele activități de informare și conștientizare derulate au fost:

- etichetarea containerelor din restaurante pentru o identificare mai facilă;
- instruirea echipelor de curățenie în vederea efectuării corecte a colectării și verificării finale a selectării;
- mesaje scrise de informare pe ambalajele produselor.

Cerințele legale aplicabile sunt urmărite îndeaproape și respectate cu strictețe.

Nu s-au primit amenzi sau contravenții în anii 2020 și 2021 privind conformarea cu cerințele de mediu la nivel de restaurante.

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 re folosibile din deșeurile generate, reducând astfel consumul resurselor naturale (petrol, apă, energie), precum și nivelul emisiilor nocive în aer.

Cantitățile de deșeuri generate în 2019, 2020 și 2021

 Deșeuri din Plastic	2019	2020	2021
Sphera Franchise Group	54,71	32,64	35,47
KFC România	22,16	24,11	25,32
Pizza Hut România	5,91	5,00	6,11
Pizza Hut Delivery România	1,83	1,90	2,15
Taco Bell România	1,44	1,63	1,89
KFC Moldova	0,70	0,60	0,20
KFC Italia	22,67	54,84	71,83

 Deșeuri din Hârtie/Carton	2019	2020	2021
Sphera Franchise Group	752,23	654,07	728,72
KFC România	473,23	501,21	541,62
Pizza Hut România	128,21	131,42	161,31
Pizza Hut Delivery România	13,25	14,01	16,42
Taco Bell România	6,81	7,43	9,37
KFC Moldova	11,00	16,00	17,20
KFC Italia	119,72	100,88	189,23

 Deșeuri din Sticlă	2019	2020	2021
Sphera Franchise Group	4,11	4,45	5,17
KFC România	2,35	2,42	2,71
Pizza Hut România	1,23	1,31	1,54
Pizza Hut Delivery România	0,00	0,00	0,00
Taco Bell România	0,48	0,71	0,92
KFC Moldova	0,05	0,04	0,01
KFC Italia	0,00	0,00	0,00

 Deșeuri din Metal	2019	2020	2021
Sphera Franchise Group	7,33	5,32	5,95
KFC România	3,24	3,42	3,75
Pizza Hut România	1,32	1,43	1,63
Pizza Hut Delivery România	0,28	0,37	0,45
Taco Bell România	0,04	0,10	0,12
KFC Moldova	0,00	0,00	0,00
KFC Italia	2,45	0,00	0,00



Deșeuri Menajere

	2019	2020	2021
Sphera Franchise Group	7 974,46	7 228,89	7 881,99
KFC România	7 483,67	6 829,34	7 369,37
Pizza Hut România	248,81	185,39	242,44
Pizza Hut Delivery România	53,18	67,27	60,22
Taco Bell România	4,78	3,97	4,52
KFC Moldova	85,00	75,60	98,60
KFC Italia	99,02	67,32	106,83



Deșeuri Ulei uzat

	2019	2020	2021
Sphera Franchise Group	318,60	218,82	213,42
KFC România	243,96	209,02	201,34
Pizza Hut România	6,08	1,97	1,89
Pizza Hut Delivery România	0,00	0,00	0,00
Taco Bell România	6,16	7,83	10,19
KFC Moldova	10,50	4,90	6,10
KFC Italia	51,91	50,69	62,38



Deșeuri Alimentare

	2019	2020	2021
Sphera Franchise Group	79,17	18,23	24,49
KFC România	23,54	17,65	23,09
Pizza Hut România	0,10	0,07	0,20
Pizza Hut Delivery România	0,32	0,00	0,00
Taco Bell România	0,00	0,52	1,20
KFC Moldova	5,00	3,70	5,20
KFC Italia	50,21	39,04	50,90

Reciclăm **100%** următoarele tipuri de deșeuri: ambalaje hârtie-carton, ambalaje materiale plastice, ambalaje metalice și ambalaje din sticlă.

Organizație/ tip de deșeu, tone pe an		Sphera Franchise Group		
		2019	2020	2021
Deșeu din plastic	Reciclat	54,71	32,64	35,47
Deșeu din hârtie/carton	Reciclat	752,23	654,07	728,72
Deșeu din sticlă	Reciclat	4,11	4,45	5,17
Deșeu din metal	Reciclat	7,33	5,32	5,96
Deșeu menajer	Eliminat	7 974,46	7 228,89	7 881,99
Deșeu ulei uzat	Reciclat	318,60	218,82	213,42
Deșeu alimentar	Eliminat	79,17	18,23	24,50
Tone deșeu valorificat prin reciclare		1 136,98	915,30	988,74
Tone deșeu eliminat		8 053,63	207,91	233,83



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. De aceea, am implementat un proces controlat de verificare a calității acestuia, utilizând teste omologate cu scopul de a diminua cantitatea de ulei uzat. Procesul este strict monitorizat conform procedurilor interne, fiind urmat de colectare și valorificare, la final rezultând Bio-Combustibil.

Ulei de gătit uzat (tone/an)

Cantitatea /organizație/an	2019	2020	2021
Sphera Franchise Group	318,62	278,52	281,99
KFC România	243,96	209,02	201,34
Pizza Hut România*	6,08	1,97	1,89
Taco Bell România	6,16	7,83	10,19
KFC Moldova	10,50	4,90	6,10
KFC Italia	51,92	50,69	62,39

*Pizza Hut + Pizza Hut Delivery

Ulei de gătit reciclat (tone/an)

Cantitatea /organizație/an	2019	2020	2021
Sphera Franchise Group	318,62	278,52	281,99
KFC România	243,96	209,02	201,34
Pizza Hut România*	6,08	1,97	1,89
Taco Bell România	6,16	7,83	10,19
KFC Moldova	10,50	4,90	6,10
KFC Italia	51,92	50,69	62,39

*Pizza Hut + Pizza Hut Delivery

Față de anul 2019, cantitățile de ulei uzat au scăzut cu **12,6%** în anul 2020, respectiv cu **11,5%** în 2021.

4.2.2 Materiale de unică folosință

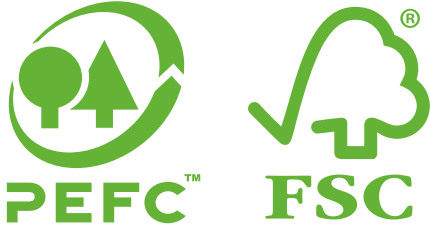
Inițiativa noastră lansată în 2018 de substituție treptată a materialelor din plastic de unică folosință a continuat și în 2020 și 2021. Am înlocuit în toate restaurantele noastre paiele din plastic cu paie din hârtie, tacâmurile și paletele de amestecat băuturi cu cele din lemn, reușind tranziția completă la finalul lunii iulie 2021.

Câteva inițiative lansate gradual la nivel de restaurante care au condus la reducerea cantității de deșeuri provenite din materiale de unică folosință:

- până în octombrie 2020 paiele și tacâmurile din plastic au fost furnizate clienților exclusiv în cazul solicitării acestora. O astfel de acțiune a avut ca rezultat scăderea radicală a consumului de paie (cca. 83%), respectiv a tacâmurilor (17%);
- din octombrie 2020 paiele din plastic au fost înlocuite cu paiele din hârtie la nivelul Companiei;
- din iulie 2021 și tacâmurile din plastic au fost înlocuite cu tacâmuri din lemn;
- pungile din plastic au fost integral înlocuite cu pungi din hârtie.

Sphera Franchise 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).

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



Folosim în operațiunile noastre preponderent ambalaje din hârtie și carton și de aceea suntem aliniați politiciii Yum! în această direcție.

Ambalaje din carton/hârtie (tone/an)

Cantitățile pe tipurile de ambalaje /organizație/an	2020	2021
KFC România	952,70	804,42
Pizza Hut România*	246,08	263,59
Taco Bell România	32,33	52,73
KFC Moldova	10,80	11,80
KFC Italia	100,88	189,23

*Pizza Hut + Pizza Hut Delivery

Ambalaje din plastic (tone/an)

Cantitățile pe tipurile de ambalaje /organizație/an	2020	2021
KFC România	49,01	45,39
Pizza Hut România*	3,27	1,92
Taco Bell România	0,00	0,00
KFC Moldova	0,00	0,00
KFC Italia	54,84	71,83

*Pizza Hut + Pizza Hut Delivery

Ambalaje utilizate realizate din materiale reciclate și/sau regenerabile

Procentul (%) / an din indicatorul monitorizat	2020	2021
KFC România	40,00	40,00
Pizza Hut România	30,00	30,00
Pizza Hut Delivery România	50,00	100,00
Taco Bell România	35,00	35,00
KFC Moldova	N/A	N/A
KFC Italia	N/A	N/A

Ambalaje care sunt reciclabile, reutilizabile și/sau compostabile

Procentul (%) / an din indicatorul monitorizat	2020	2021
KFC România	44,50	46,00
Pizza Hut România	44,50	46,00
Pizza Hut Delivery România	50,00	100,00
Taco Bell România	44,50	46,00
KFC Moldova	N/A	N/A
KFC Italia	N/A	N/A

Pungi din plastic înlocuite cu pungi biodegradabile

Procentul (%) / an din indicatorul monitorizat	2020	2021
KFC România	100,00	100,00
Pizza Hut România	100,00	100,00
Pizza Hut Delivery România	100,00	100,00
Taco Bell România	100,00	100,00
KFC Moldova	100,00	100,00
KFC Italia	100,00	100,00

Tacâmuri din plastic înlocuite cu tacâmuri biodegradabile

Procentul (%) / an din indicatorul monitorizat	2020	2021
KFC România	100,00	100,00
Pizza Hut România	100,00	100,00
Pizza Hut Delivery România	100,00	100,00
Taco Bell România	100,00	100,00
KFC Moldova	0,00	0,00
KFC Italia	100,00	100,00*

* 100% din iulie 2021

Paie din plastic înlocuite cu paie din hârtie

Procentul (%) / an din indicatorul monitorizat	2020	2021
KFC România	100,00	100,00
Pizza Hut România	100,00	100,00
Pizza Hut Delivery România	100,00	100,00
Taco Bell România	100,00	100,00
KFC Moldova	0,00	100,00
KFC Italia	100,00*	100,00

*100% din octombrie 2020

Prin specificul activității noastre lucrăm împreună cu colaboratorii noștri pentru a implementa răspunderea extinsă a producătorilor și de a asigura valorificarea deșeurilor rezultate din ambalaje care sunt generate în afara amplasamentelor noastre, de către clienții noștri/ populație.



În acest scop colaborăm cu ECOSMART UNION, societate autorizată de tip OIREP (Organizație de Îndeplinire a Răspunderii Extinse a Producătorilor) pentru atingerea obiectivelor de valorificare:

- 63% pentru ambalajele din hârtie/carton puse pe piață;
- 29% pentru ambalajele din material plastic puse pe piață.

Cantitățile de ambalaje reciclate prin OIREP la nivelul României

Ambalaje din carton/hârtie (tone/an)

Cantitatea totală reciclată	2020	2021
Sphera Franchise Group	627,87	706,06
KFC România	485,88	506,78
Pizza Hut	125,50	166,06
Taco Bell	16,49	33,22

Ambalaje din plastic (tone/an)

Cantitatea totală reciclată	2020	2021
Sphera Franchise Group	19,86	13,72
KFC România	18,62	13,16
Pizza Hut	1,24	0,56
Taco Bell	0,00	0,00

Numărul de paie din plastic înlocuite cu paie din hârtie

	2020	2021
KFC România	17 007 000,00	21 212 000,00
Pizza Hut România	383 000,00	500 700,00
Pizza Hut Delivery România	-	-
Taco Bell România	380 000,00	532 600,00
KFC Moldova	0,00	383 790,00
KFC Italia	N/A*	N/A*

* Începând din octombrie 2020, toate paiele din plastic au fost înlocuite cu paie din hârtie

4.2.3 Risipa alimentară

Suntem preocupați de diminuarea risipei alimentare.

Sphera și companiile sale 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.



Reducerea la sursă

- Continuăm inițiativele primare – REDUCEREA LA SURSĂ
- Instruirea personalului pentru eficientizarea fluxului de materiale;
 - Planificarea riguroasă a materialelor necesare în proces;
 - Distribuția optimizată a materiilor prime;
 - Utilizarea atentă a echipamentelor;
 - Conștientizarea consumatorilor.



Donarea alimentelor în exces

- Programul de donare hrană Harvest a fost implementat în:
- 4 restaurante din Italia;
 - 37 de restaurante din România.



Hrănirea animalelor



Compostarea



Depozitarea

În România, la nivel național, programul Harvest a fost extins de la 15 la 37 de restaurante prin parteneriatul cu Băncile pentru Alimente din Oradea, Cluj, Brașov, Craiova, Roman, Timișoara și București.



Programul HARVEST	2019	2020	2021
Total kg alimente donate	3 621,00	2 300,00	8 400,00



Cantitatea de alimente donate în ultimii ani a crescut cu 132% în 2021 în comparație cu anul 2019, pe fondul extinderii programului la nivelul mai multor restaurante KFC din România.

4.3 Amprenta de carbon și schimbările climatice



Schimbările climatice reprezintă potențiale riscuri pentru Sphera și companiile sale, atât din punct de vedere fizic (aprovizionarea susținabilă cu materii prime agricole, apă și întreruperi ale activității din cauza condițiilor meteorologice severe), cât și de tranziție.

Riscurile de tranziție ne pun în pericol stabilitatea financiară prin posibilitatea creșterii costurilor cu energia, ceea ce s-a și întâmplat la mijlocul anului 2021 de altfel. De asemenea, suntem conștienți de posibilitatea introducerii anumitor taxe pentru emisiile de CO₂ considerând presiunea la nivel internațional cu privire la încălzirea globală.

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

Companiei și comunităților în cadrul cărora ne desfășurăm activitatea. Continuăm să monitorizăm riguros consumurile de energie pentru a avea o imagine clară asupra eficienței măsurilor implementate. 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).

Domeniul de aplicare 3 nu a fost considerat de către noi la actualele calcule, dar ne propunem ca în anii următori să ne concentrăm pe o analiză a lanțului de aprovizionare în zonele unde putem avea o influență.

Pentru anul 2020, emisiile de CO₂ comparativ cu anul 2019 au scăzut datorită scăderii intensității activităților și a consumurilor de energie implicit. Anul 2021 vine cu o creștere a emisiile de CO₂ comparativ cu anul 2019 din perspectiva creșterii numărului de restaurante și a relansării activităților la nivel de organizații, implicit și a creșterii consumului de carburant și energie electrică.

Emisiile din activitățile grupului Sphera (România, Italia și Moldova)		2019*	2020	2021
Domeniul de aplicare 1 (Scopul 1)	• Emisiile aferente consumului de combustibil al flotei proprii (benzină, motorină, GPL).	905,83	1 111,75	1 205,26
	• Emisiile aferente consumului de gaz natural utilizat în mod direct în activitatea grupului (gătire, ardere sau climatizare spații).	159,29	167,33	166,08
Domeniul de aplicare 2 (Scopul 2)	• Emisiile aferente energiei electrice procurată pentru consumul propriu.	12 664,21	11 771,39	14 015,69
Domeniul de aplicare 3 (Scopul 3)	• Aprovizionarea cu materie primă, • Gestionarea deșeurilor, • Logistică • Deplasările în interes de serviciu care nu sunt făcute cu autoturismele din flota proprie.	N/A	N/A	N/A
Total		13 729,34	13 050,47	15 387,03

*am recalculat emisiile aferente Scopului 2 pentru anul 2019, utilizând cei mai recenti factori de emisie disponibili la nivel european, valizi pentru piețele deservite de către Sphera Franchise Group.

- Observații:**
- Pentru calculul emisiilor aferente Scopului 1 au fost luate în considerare consumurile de combustibili lichizi și gazoși (benzină, motorină, GPL și gaz natural). Cantitatea de refrigerant reîncărcată în sistemele de climatizare sau în instalațiile de frig nu a fost luată în calcul întrucât nu este disponibilă o centralizare a acesteia.
 - Emisiile de CO₂ calculate pentru Scop 1 și Scop 2 nu includ emisiile aferente consumurilor de gaz natural și energie electrică utilizate pentru încălzirea și climatizarea restaurantelor ale căror locații sunt în spații închiriate în centre comerciale mari unde încălzirea și climatizarea sunt asigurate 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.

5 Oameni și comunitate

Împreună facem față provocărilor

Anii 2020 și 2021 au fost plini de provocări și au deschis calea către diverse oportunități de a trasa un viitor durabil pentru toți cei implicați: investitori, angajați, furnizori, clienți, comunitate, parteneri. În activitatea de zi cu zi, echipa Sphera Franchise Group a făcut tot posibilul să fie în varianta ei cea mai bună, astfel încât să fie pentru angajații tuturor companiilor aflate în portofoliu, angajatorul potrivit și pentru comunitate, o companie stabilă și responsabilă.

În 2018, ne-am asumat obiectivele de dezvoltare durabilă stabilite la nivel global și am identificat ținte proprii pentru a le îndeplini. Progresul obținut în atingerea acestora este evident, ceea ce ne încurajează să continuăm în același ritm și cu aceeași pasiune și rigurozitate.



Obiectivul nostru fundamental este menținerea unei culturi organizaționale solide, 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. Investim în programe de instruire

și dezvoltare profesională. Ne-am concentrat și în perioada pandemiei să asigurăm locurile de muncă, să oferim stabilitate și să ne păstrăm angajații.



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.

MISIUNEA NOASTRĂ

Sphera își propune să ofere clienților săi o experiență memorabilă, susținută de servicii excelente și produse unice, pregătite de echipe pasionate.

Cultura noastră reprezintă baza experienței trăite de angajații noștri.

VALORILE NOASTRE

ECHIPĂ: Succesul nostru derivă din munca în echipă:

- Colaborăm cu colegii pentru a implementa și adopta cele mai bune practici;
- Colaborăm cu clienții pentru a le oferi experiențe excelente;
- Colaborăm cu comunitatea pentru a crea premisele dezvoltării.

ÎNCREDERE: Creștem încrederea în potențialul uman:

- Avem încredere în colegii noștri și în intențiile lor pozitive;
- Oferim încredere clienților prin calitatea produselor și serviciilor noastre;
- Suntem asumați și responsabili pentru acțiunile noastre.

DEZVOLTARE: Dezvoltăm oameni și business:

- Încurajăm angajații să învețe continuu și să se dezvolte la nivel personal și profesional;
- Dezvoltăm echipele manageriale în sensul SMART & HEART & COURAGE & GREEN;
- Dezvoltăm restaurante SMART pentru clienții noștri.

ACȚIUNE: Acționăm prompt și suntem curioși când privim spre viitor:

- Menținem focus pe priorități și suntem orientați spre soluții;
- Nu tolerăm inechitățile.



MULȚUMIRE: Apreciem fiecare realizare exprimată prin rezultate, comportamente și contribuție:

- Sărbătorim reușitele noastre și ale celorlalți;
- Suntem recunoscători pentru oportunitățile de dezvoltare și manifestare a propriilor competențe;
- Suntem recunoscători echipei pentru suportul oferit.

Integrând aceste valori în comportamentele de zi cu zi susținem **strategia noastră referitoare la oameni**: dorim să fim angajatorul potrivit momentului din carieră în care se află angajatul nostru.

Oferim angajaților noștri:

- Un cadru legal, sigur și stabil pentru derularea activității;
- O atmosferă de lucru colaborativă, axată pe soluții și comportamente eficiente;
- Oportunitatea formării competențelor specifice posturilor ocupate și a învățării continue;
- Șansa dezvoltării personale;
- Posibilitatea de a susține o cultură a diversității și incluziunii;
- Contextul pentru muncă decentă.

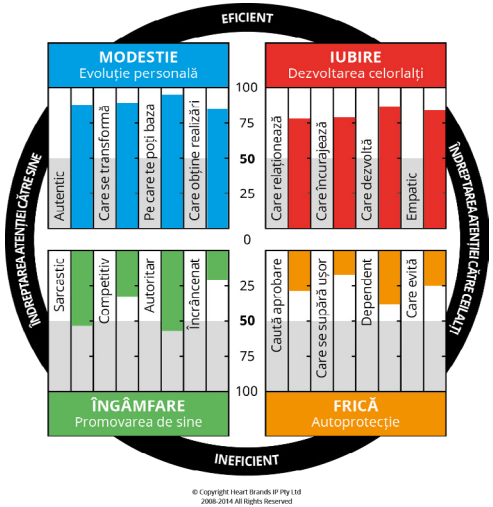
PROMISIUNEA NOASTRĂ

Ne propunem, prin abordările și proiectele pe care le implementăm, să asigurăm contextul potrivit unui mediu non discriminativ, stabil, sigur, propice dezvoltării și inspirațional.

COMPORTAMENTELE NOASTRE

Ne dorim ca, în cadrul echipelor noastre, să existe comportamente eficiente, pozitive și constructive.

În acest scop, am definit comportamentele dezirabile și am creat materiale care să susțină aceste demersuri. Începând cu 2017, la recomandarea Yum! Brands, am implementat un program de conștientizare și îmbunătățire a comportamentelor, care are la bază instrumentul de evaluare **Heartstyles** și care susține conceptul **Leading with Heart**.



5.1 Responsabili pentru echipa noastră

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 intern, să se adreseze tuturor categoriilor de candidați și angajaților proprii.

În România, populația Sphera este alcătuită din echipele care deserveșc companiile US Food Network SA, American Restaurant System SA, California Fresh Flavors SRL și Sphera Franchise Group SA.

Numărul angajaților noștri a fluctuat în ultimii doi ani, considerând contextul pandemiei și al restricțiilor din sectorul HoReCa. La finele anului 2021 am înregistrat un număr total de **5 111 de angajați** activi, în creștere față de 2020 cu 9,63%. În anul 2020, din cauza pandemiei, am avut o scădere de 14,86% față de anul 2019.

Indicator	Sphera Franchise Group		
	2019	2020	2021
Numărul total de angajați	5 355	4 662	5 111

Progres 2021 vs 2020 +9,63%

În perioada 2020 – 2021, pandemia de COVID-19 a generat restricții în sectorul HoReCa, ceea ce a influențat, pe de o parte, necesarul de recrutare al Companiei și, pe de altă parte, a modificat dorința oamenilor de a se angaja și de a planifica să fie activi pentru perioade lungi de timp, considerând că domeniul poate fi instabil din cauza deciziilor impuse de autorități și a incertitudinii create.

Indicator	2020		2021
	Sphera Franchise Group		
Numărul total de angajați	4 662		5 111
Numărul total de angajați – normă întreagă	3 759		4 136
Femei	2 260		2 407
Bărbați	1 499		1 729
Număr total de angajați – part-time	903		975
Femei	437		511
Bărbați	466		464

Indicator	2020	2021
Sediul Central Sphera		
Numărul total de angajați	152	164
Numărul total de angajați – normă întreagă	133	153
Femei	86	99
Bărbați	47	54
Număr total de angajați – part-time	19	11
Femei	2	2
Bărbați	17	9

Indicator	2020	2021
KFC România		
Numărul total de angajați	3 234	3 529
Numărul total de angajați – normă întreagă	2 690	3 021
Femei	1 678	1 825
Bărbați	1 012	1 196
Număr total de angajați – part-time	544	508
Femei	276	272
Bărbați	268	236

Indicator	2020	2021
Pizza Hut România		
Numărul total de angajați	399	366
Numărul total de angajați – normă întreagă	376	339
Femei	239	223
Bărbați	137	116
Număr total de angajați – part-time	23	27
Femei	7	13
Bărbați	16	14

Indicator	2020	2021
Pizza Hut Delivery România		
Numărul total de angajați	278	361
Numărul total de angajați – normă întreagă	241	280
Femei	84	89
Bărbați	157	191
Număr total de angajați – part-time	37	81
Femei	4	19
Bărbați	33	62

Indicator	2020	2021
Taco Bell România		
Numărul total de angajați	242	265
Numărul total de angajați – normă întreagă	157	199
Femei	88	99
Bărbați	69	100
Număr total de angajați – part-time	85	66
Femei	42	38
Bărbați	43	28

Indicator	2020	2021
KFC Italia		
Numărul total de angajați	281	348
Numărul total de angajați – normă întreagă	120	108
Femei	56	48
Bărbați	64	60
Număr total de angajați – part-time	161	240
Femei	81	138
Bărbați	80	102

Indicator	2020	2021
KFC Moldova		
Numărul total de angajați	76	78
Numărul total de angajați – normă întreagă	42	36
Femei	29	24
Bărbați	13	12
Număr total de angajați – part-time	34	42
Femei	25	29
Bărbați	9	13

Am avut o fluctuație de personal care s-a datorat unor decizii personale în cele mai multe situații.

Sediul Central Sphera

Rata fluctuației de personal	2020	2021
Voluntară	96,00%	100,00%
Involuntară	4,00%	0,00%



KFC România

Rata fluctuației de personal	2020	2021
Voluntară	87,00%	98,00%
Involuntară	13,00%	2,00%



Pizza Hut România

Rata fluctuației de personal	2020	2021
Voluntară	78,00%	98,00%
Involuntară	22,00%	2,00%



Pizza Hut Delivery România

Rata fluctuației de personal	2020	2021
Voluntară	94,00%	99,00%
Involuntară	6,00%	1,00%



Taco Bell România

Rata fluctuației de personal	2020		2021
Voluntară	86,00%		98,00%
Involuntară	14,00%		2,00%

KFC Italia

Rata fluctuației de personal	2020		2021
Voluntară	85,00%		69,00%
Involuntară	15,00%		31,00%

KFC Moldova

Rata fluctuației de personal	2020		2021
Voluntară	92,00%		97,00%
Involuntară	8,00%		3,00%

5.1.1 Diversitatea și Drepturile omului

Sphera și companiile sale se angajează să respecte principiile privind incluziunea și echitatea și țin cont de diversitatea angajaților în ceea ce privește vârsta, genul, naționalitatea, nivelul educațional și preocupările individuale. Având în vedere diversitatea, Sphera organizează campanii de recrutare pentru a atrage forță de muncă atât din țară, cât și din alte țări, urmărind incluziunea migranților. Peste 2% din personalul angajat la nivelul Companiei reprezintă cetățeni străini.

Recrutarea angajaților

Recrutarea este un barometru al pieței muncii și al mediului de business, deopotrivă. În funcție de rezultatele obținute ca urmare a proceselor de recrutare, ne putem da seama cum vom derula business-ul prin exercitarea competențelor integrate în echipele noastre. Din păcate, pandemia a schimbat intențiile candidaților și direcțiile companiilor.

În ceea ce privește domeniul HoReCa, știm cu toții că am trecut prin închideri și deschideri de restaurante, care au fost decise și comunicate într-o manieră care a diminuat drastic încrederea candidaților în industrie, ca domeniu viabil, stabil și de viitor.

Avantajul nostru competitiv este acela că suntem prezenți de peste 28 ani pe piața din România și derulăm un business în creștere. Am respectat toate măsurile de siguranță în prevenirea răspândirii virusului COVID-19 atât pentru siguranța clienților, cât și a angajaților. Sphera este un business solid care a reușit să treacă prin acești doi ani dificili cu brio, alături de angajații săi.

Chiar și în timpul pandemiei am continuat să deschidem restaurante pentru fiecare dintre brand-urile noastre.

Pentru atragerea candidaților am realizat campanii de recrutare. Audiența a fost diversă: de la tinerii cu potențial care sunt în căutarea primului loc de muncă, până la adulții care pot vedea în posturile disponibile oportunități de schimbare a carierei sau de completare a veniturilor. Pentru eficiența recrutărilor am informat audiența că experiența nu este un criteriu obligatoriu, iar pentru aplicare nu este necesară prezentarea unui CV standard.

Programele noastre de lucru sunt diverse (12h, 8h, 6h, 4h, weekend), fiecare candidat putând opta pentru varianta adaptată nevoilor sale, iar rețeaua mare de unități face posibilă alegerea restaurantului din proximitatea domiciliului.

Inițiative pentru potențialii angajați

- **Call Center:** Facilităm contactul direct al aplicanților printr-un Call Center care le oferă informațiile necesare angajării.
- **Târg de job-uri:**
 - Am participat, în perioada pandemiei, la târguri de job-uri organizate în mediul online;
 - Am organizat un târg de job-uri la sediul nostru, în perioada de relaxare, cu respectarea tuturor măsurilor impuse de legislație.

VINO

SĂ FACI PARTE DIN ECHIPA RESTAURANTULUI TĂU PREFERAT!

Te invităm să ne cunoaștem și să descoperim împreună care este job-ul potrivit pentru tine în echipa unuia dintre restaurantele KFC, Pizza Hut, Pizza Hut Delivery sau Taco Bell. Și dacă îți place mâncarea noastră, acum ai ocazia să vezi și ce se întâmplă în spatele meselor delicioase pe care le preparăm.

Te așteptăm pe 30 iulie între orele 11.00 – 19.00 sau pe 31 iulie între orele 09.00 – 14.00 la sediul nostru din Bd. Nicolae Bălcescu 17A. Tot ceea ce trebuie să aduci cu tine sunt: buletinul, CV-ul sau acest flyer cu datele de pe verso complete.

Iar dacă nu ai timp să ne cunoaștem la sediul nostru, poți lăsa CV-ul tău în cutiile de colectare din restaurantele noastre KFC, Pizza Hut sau Taco Bell sau pe www.kfc.ro/realcv/ și te sunăm noi.



Diversitate

Populația angajată este diversă din punct de vedere al vârstei, iar deschiderea noastră față de acest aspect este ușor sesizabilă încă din momentul recrutării, când ne adresăm tuturor categoriilor de vârstă.

Menționăm că respectăm legislația în vigoare privind încadrarea tinerilor sub 18 ani în câmpul muncii și ne asigurăm că nu le sunt afectate sănătatea, dezvoltarea personală și nu interferăm cu școlarizarea lor.

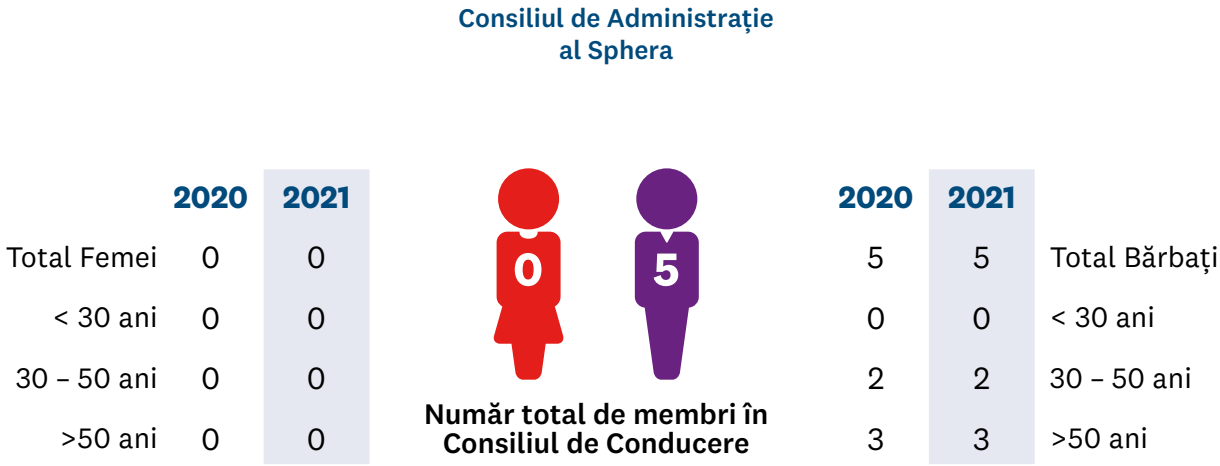
Indicator	2020	2021
Sediul Central Sphera		
Număr total de salariați – cu contract de muncă permanent	152	164
Total Femei	88	101
< 30 ani	12	16
30 – 50 ani	73	77
> 50 ani	3	8
Total Bărbați	64	63
< 30 ani	3	5
30 – 50 ani	36	32
> 50 ani	25	26
Număr total de salariați – cu contract de muncă temporară	9	9
Femei	1	1
Bărbați	8	8
Indicator	2020	2021
KFC România		
Număr total de salariați – cu contract de muncă permanent	3 234	3 529
Total Femei	1 954	2 097
< 30 ani	1 006	1 057
30 – 50 ani	765	834
> 50 ani	183	206
Total Bărbați	1 280	1 432
< 30 ani	950	1 007
30 – 50 ani	276	373
> 50 ani	54	52
Număr total de salariați – cu contract de muncă temporară	14	201
Femei	1	1
Bărbați	13	200

Indicator	2020	2021
Pizza Hut România		
Număr total de salariați – cu contract de muncă permanent	399	366
Total Femei	246	236
< 30 ani	98	97
30 – 50 ani	116	111
> 50 ani	32	28
Total Bărbați	153	130
< 30 ani	99	75
30 – 50 ani	52	51
> 50 ani	2	4
Număr total de salariați – cu contract de muncă temporară	4	6
Femei	0	0
Bărbați	4	6
Indicator	2020	2021
Pizza Hut Delivery România		
Număr total de salariați – cu contract de muncă permanent	278	361
Total Femei	88	108
< 30 ani	54	63
30 – 50 ani	31	36
> 50 ani	3	9
Total Bărbați	190	253
< 30 ani	146	196
30 – 50 ani	42	55
> 50 ani	2	2
Număr total de salariați – cu contract de muncă temporară	0	7
Femei	0	0
Bărbați	0	7

Indicator	2020	2021
Taco Bell România		
Număr total de salariați – cu contract de muncă permanent	242	265
Total Femei	130	137
< 30 ani	102	109
30 – 50 ani	22	22
> 50 ani	6	6
Total Bărbați	112	128
< 30 ani	100	103
30 – 50 ani	11	24
> 50 ani	1	1
Număr total de salariați – cu contract de muncă temporară	6	25
Femei	0	0
Bărbați	6	25
KFC Italia		
Număr total de salariați – cu contract de muncă permanent	18	18
Total Femei	6	5
< 30 ani	2	1
30 – 50 ani	4	4
> 50 ani	0	0
Total Bărbați	12	13
< 30 ani	0	4
30 – 50 ani	12	9
> 50 ani	0	0
Număr total de salariați – cu contract de muncă temporară	89	155
Femei	41	85
Bărbați	48	70

Indicator	2020	2021
KFC Moldova		
Număr total de salariați – cu contract de muncă permanent	76	78
Total Femei	54	53
< 30 ani	45	44
30 – 50 ani	5	7
> 50 ani	4	2
Total Bărbați	22	25
< 30 ani	20	23
30 – 50 ani	2	2
> 50 ani	0	0
Număr total de salariați – cu contract de muncă temporară	0	0
Femei	0	0
Bărbați	0	0

La nivelul Consiliului de Administrație al Companiei nu avem persoane de sex feminin cu atribuții specifice, însă există diversitate de vârstă în intervalul 40 – 65 ani.



La nivelul companiilor din portofoliul Sphera există o diversitate echilibrată între femei și bărbați, atât în echipele de management, cât și în restaurante sau în departamentele suport. În 2021 am ajuns la o proporție de 57,1% femei versus 42,9% bărbați, tendință care se păstrează și în echipele manageriale.

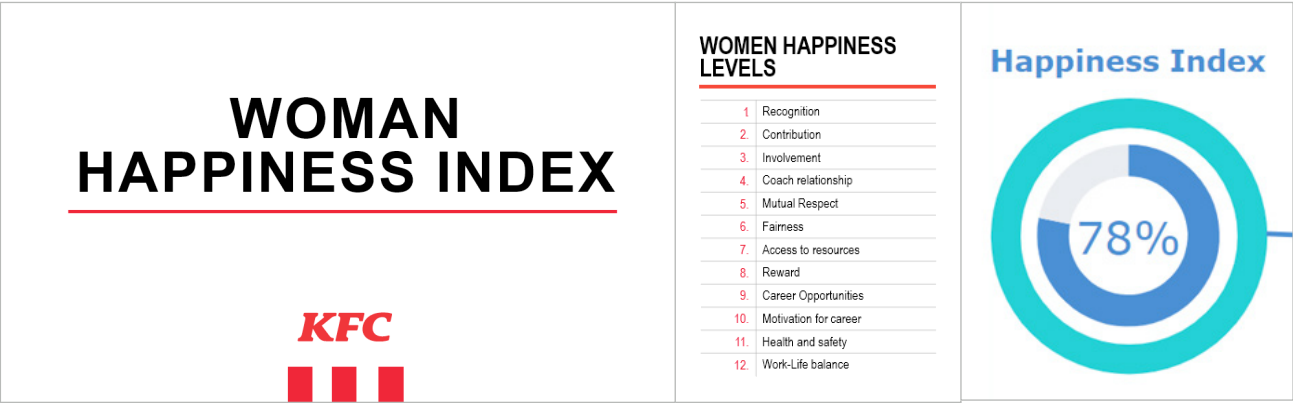
Indicator	2019	2020	2021
Sediul Central Sphera			
Angajați în poziții de management	40	39	35
Femei	21	26	23
%	52,50	66,67	65,71
Bărbați	19	13	12
%	47,50	33,33	34,29
Indicator	2019	2020	2021
KFC România			
Angajați în poziții de management	167	495	544
Femei	107	320	361
%	64,07	64,65	66,36
Bărbați	60	175	183
%	35,93	35,35	33,64
Indicator	2019	2020	2021
Pizza Hut Dine-In România			
Angajați în poziții de management	100	93	97
Femei	61	64	64
%	61,00	68,82	65,98
Bărbați	39	29	33
%	39,00	31,18	34,02
Indicator	2019	2020	2021
Pizza Hut Delivery România			
Angajați în poziții de management	37	56	72
Femei	10	23	34
%	27,03	41,07	47,22
Bărbați	27	33	38
%	72,97	58,93	52,78

Indicator	2019	2020	2021
Taco Bell România			
Angajați în poziții de management	12	47	58
Femei	4	25	30
%	33,33	53,19	51,72
Bărbați	8	22	28
%	66,67	46,81	48,28
Indicator	2019	2020	2021
KFC Italia			
Angajați în poziții de management	23	18	18
Femei	9	6	5
%	39,13	33,33	27,78
Bărbați	14	12	13
%	60,87	66,67	72,22
Indicator	2019	2020	2021
KFC Moldova			
Angajați în poziții de management	10	8	8
Femei	6	5	5
%	60,00	62,50	62,50
Bărbați	4	3	3
%	40,00	37,50	37,50
Indicator	2019	2020	2021
Sphera Franchise Group			
Număr total angajați	5 355	4 662	5 111
Număr total femei	2 833	2 697	2 918
%	52,90	57,85	57,10
Număr total bărbați	2 522	1 965	2 193
%	47,10	42,15	42,90

SUSȚINEM DIVERSITATEA DE GEN – Ne dorim să fim un angajator bun

În cadrul Sphera nu există diferențe salariale pe criteriul gen. Astfel, în 2020, în cadrul US Food Network SA, angajatele au participat la un sondaj organizat de Yum! la nivel global, care urmărea măsurarea ‘Woman Happiness Index’ și identificarea rezultatelor pe următoarele direcții: sentimentul de apartenență, relații de colaborare, egalitate, avansarea în carieră și echilibrul viață personală – viață profesională.

Rezultatele obținute ne încurajează să păstrăm direcția de lucru pe acest subiect în sensul îmbunătățirii practicilor existente.



CETĂȚENIE – Angajăm persoane de altă naționalitate

Angajații noștri provin din 16 țări. 23 de cetățeni străini s-au alăturat echipelor noastre la nivelul anului 2020, respectiv 254 în 2021.

Ca urmare a dificultăților întâmpinate în procesele de recrutare locale, începând cu 2019 am demarat o campanie de recrutare în afara țării, cu scopul de a atrage forță de muncă. Astfel, am implementat proiectul **”Bring a Friend from Sri Lanka”** la nivelul tuturor subsidiarelor. Acest proiect a fost apreciat în cadrul HR Summit 2021, un eveniment online organizat pentru echipele HR dedicate KFC Russia, CIS, CEE & WE, la care au participat cele mai bune proiecte HR, cu impact în business.



Bring a Friend from Sri Lanka a câștigat Sanders HR Award pentru toate aspectele sale: recrutare, selecție, angajare, integrare, dezvoltare, diversitate & incluziune și a fost premiat la secțiunea Diversity & Inclusion.

Politicile noastre interne urmăresc 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 2019 am aderat la Carta Diversității și ne-am angajat să sprijinim, protejăm și dezvoltăm diversitatea.

De atunci susținem o cultură bazată pe respect reciproc, încredere, recunoaștere și valorificarea diferențelor și aptitudinilor individuale, aplicăm principiile nediscriminării și egalității de șanse în procesele HR cu focus pe recrutare, dezvoltarea competențelor, remunerarea și promovarea profesională.

Drepturile omului

Respectarea drepturilor omului este de fapt cheia responsabilității Sphera Franchise Group față de comunitate. Astfel, ne angajăm să susținem recunoașterea și respectarea drepturilor omului în cadrul companiilor aflate în portofoliul Societății.

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

Angajații noștri sunt încurajați să raporteze orice incident legat de nerespectarea drepturilor omului în cadrul relației de colaborare, astfel încât să putem demara cercetările necesare și să implementăm planuri corective sau de prevenție, pentru ca astfel de incidente să nu mai aibă loc.

Compania noastră înțelege și acționează în sensul:

- **Egalității de șanse:** toți candidații au șanse egale de a accesa oportunitățile de angajare; toți angajații au șanse egale de a accesa oportunitățile de dezvoltare/promovare;
- **Echității:** în cadrul Sphera nu există diferențe impuse de gen sau alte criterii discriminatorii;
- **Diversității angajaților** din punct de vedere al vârstei, genului, nivelului educațional, cetățeniei;
- **Incluziunii angajaților.**

Cultivăm un mediu de lucru în care diversitatea este încurajată și este văzută ca un element care aduce beneficii activității noastre, pe toate palierele organizaționale.

Nu tolerăm discriminarea pe motive de rasă, gen, etnie, culoare, religie, vârstă, orientare sexuală, cetățenie, origine socială, nivel de studii, orientare politică sau de altă natură. Promovăm un mediu de lucru sigur lipsit de orice formă de abuz, hărțuire sau violență.

La nivelul organizației există întocmit, validat și agreeat un contract colectiv de muncă, acesta fiind înregistrat la Inspectoratul Teritorial de Muncă. Proporția angajaților care sunt acoperiți de un contract colectiv de muncă este de 100%.

La nivelul anilor 2020 – 2021 nu s-au înregistrat incidente de natură discriminatorie și nu am încălcat legislația muncii.

Remunerarea angajaților

În cadrul Sphera Franchise Group, remunerarea angajaților are la bază principiul plată egală pentru muncă de valoare egală, un pilon important în abordarea noastră privind egalitatea de șanse între femei și bărbați, precum și respectarea drepturilor omului. Oferta noastră pentru angajați reprezintă un subiect important și tocmai de aceea am majorat salariile în două trepte în anul 2020 și 2021.

5.1.2 Sănătatea și securitatea angajaților

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

Grija față de angajații noștri în contextul COVID-19

Una din prioritățile cheie în 2020 – 2021 a fost siguranța angajaților și a clienților noștri, în contextul în care știam că trebuie să menținem activitatea în funcțiune.

Deși am trecut prin clipe de incertitudine, singurul lucru cert a fost mobilizarea rapidă în fața pandemiei COVID-19 în sensul că:

- am implementat noi proceduri și standarde de lucru cu privire la măsurile de siguranță și protecție, punând la dispoziția angajaților – măști, dezinfectanți, mănuși – în valoare de peste 1,5 milioane euro, în 2020 și 2021;
- am montat separatoare din plexiglas în zona caselor de marcat pentru protecția angajaților și a clienților;
- am adoptat protocoale noi de igienizare în restaurante;
- am adaptat standardul existent privind triajul angajaților, prin adăugarea monitorizării temperaturii și a simptomelor de răceală;
- am adaptat programele de lucru la nivelul restaurantelor, astfel încât contactul direct între schimburi să fie cât mai redus și să respectăm restricțiile impuse;
- am creat circuite intrare/ieșire în sediile Companiei și la nivelul restaurantelor;
- am comunicat constant cu angajații despre impactul pandemiei de COVID-19 asupra business-ului nostru, astfel încât să menținem un cadru de încredere și loializare;
- am implementat măsuri tampon de protejare a business-ului și a angajaților noștri,
- în sensul implementării șomajului tehnic pe perioade scurte de timp;
- am creat un modul dedicat prevenției și combaterii răspândirii COVID-19 pe platforma online de instruire a angajaților;
- am efectuat sesiuni de instruire pentru echipele manageriale cu privire la contractul psihologic și managementul schimbării, astfel încât să poată gestiona acomodarea echipei la noul context pandemic;
- am creat conturi individuale, pentru toți angajații noștri care și-au manifestat interesul, în Platforma națională de informare despre vaccinarea COVID-19 și am facilitat programările, în scopul vaccinării;
- am adaptat modul de lucru **work from home**, la nivelul echipei care funcționează în sediile centrale ale Companiei, după realizarea unui sondaj de opinie aplicat la nivelul angajaților și am derulat activitatea și întâlnirile în mediul online;
- am fost unul dintre primii angajatori din țară care a organizat un centru de vaccinare COVID-19, la unul din punctele de lucru din București, pentru peste 300 angajați doritori, în lunile aprilie 2021 (doza 1) și mai 2021 (doza 2);

- am pus la dispoziția angajaților o platformă digitală de învățare care cuprinde inclusiv cursuri de dezvoltare personală și autocunoaștere, în scopul suportului pentru echilibrare emoțională și mentală;
- am organizat în luna decembrie 2021, în cadrul societăților US Food Network SA, American Restaurant System SA și California Fresh Flavors SRL, o tombolă dedicată angajaților vaccinați; ne dorim
- ca restaurantele noastre să fie locuri sigure pentru angajații și clienții noștri și considerăm că vaccinarea contribuie la sporirea gradului de siguranță;
- am acordat zile libere pentru părinții angajați, care s-au aflat în situația de a sta acasă cu copiii;
- în 2022 s-au acordat 8 776 ore, iar în 2021 33 080 ore de concediu medical angajaților, care s-au îmbolnăvit de COVID-19.

GRIJĂ ZI DE ZI

În calitate de angajator responsabil, considerăm că este sarcina Companiei noastre să protejeze sănătatea angajaților și să asigure securitatea la locul de muncă. În acest sens, ne asigurăm că dispunem în mod constant de resurse pentru a oferi un mediu de lucru sigur pentru angajații noștri.

CE FACEM?

- Evaluăm riscurile de accidentare și îmbolnăvire profesională;
- Ne asigurăm că toți angajații sunt apți de lucru, corespunzător posturilor ocupate;
- Pregătim angajații încă din prima zi în legătură cu responsabilitățile postului, riscurile specifice și planul de instruire aferent;
- Monitorizăm în mod constant starea de sănătate a tuturor angajaților noștri;
- Organizăm instruirii periodice referitoare la procesele operaționale, precum și în domeniul siguranței alimentelor, sănătății și siguranței muncii/situații de urgență;
- Ne asigurăm că procedura de raportare a evenimentelor este respectată; orice eveniment se comunică autorităților locale în conformitate cu reglementările legale și este gestionat conform indicațiilor în vigoare.

Obiectivele de securitate și sănătate în muncă sunt:

- protejarea sănătății și asigurarea securității angajaților, vizitatorilor, clienților și contracto-rilor;
- 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 a calității produselor.

Sănătatea și siguranța angajaților sunt esențiale 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.

Pentru îmbunătățirea performanțelor, 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.

Alocăm resurse financiare pentru instruirea personalului, cât și pentru monitorizarea sănătății lor.

Depunem eforturi ca toate procesele operaționale privind riscurile la locurile de muncă să fie controlate, având un sistem intern de management al sănătății și securității, necertificat.

În scopul îndeplinirii tuturor cerințelor legale aplicabile am inițiat o colaborare cu un furnizor de servicii privind sănătatea și securitatea în muncă, în România, care lucrează îndeaproape cu Comitetul de Sănătate și Securitate în Muncă (CSSM).

La nivelul fiecărei țări suntem atenți să îndeplinim toate cerințele legale de sănătate și securitate în muncă. Suntem aproape de angajații noștri în scopul de a diminua riscurile existente și de a evita incidentele sau accidentele în muncă.

Nu am avut abateri prin care să fim penalizați contravențional sau monetar pentru neconformități legale, ca urmare a unor controale de la autorități locale în niciuna din țările în care companiile noastre activează. Ca urmare a unui audit de terță parte realizat în România, la nivelul restaurantelor, am constatat că gradul de conformare este ridicat, iar potențialele neconformități au scăzut de la un an la altul.

Pe parcursul ultimilor ani numărul de accidente de muncă a scăzut la nivelul restaurantelor.

Nu s-au înregistrat decese pe amplasamentele companiilor din portofoliul Sphera.

Indicator	2019	2020	2021
Sphera Franchise Group			
Număr accidente de muncă	78	38	61
Număr de zile concediu medical ca urmare a accidentelor de muncă	211	66	112

Pentru a preveni producerea de accidente sau incidente de sănătate și siguranță, am implementat un sistem care oferă informații despre riscurile sau pericolele existente, impunerea de interdicții, marcarea ieșirilor de urgență și a truselor de prim ajutor.

Comitetul de securitate și sănătate în muncă

În cadrul Sphera Franchise Group, fiecare Comitet de Sănătate și Securitate în Muncă are următoarele responsabilități:

- Supraveghează starea actuală a activităților de securitate și sănătate
- Propune îmbunătățiri ținând cont de prezența grupurilor sensibile la riscuri specifice
- Verifică modul în care legislația este respectată
- Analizează propunerile angajaților privind prevenirea accidentelor de muncă și a bolilor profesionale, precum și pentru îmbunătățirea condițiilor de muncă

Instruire și prevenție

Instruirile periodice s-au axat pe aplicații practice pentru utilizarea stingătoarelor de incendiu din dotare și modul de acțiune în cazul situațiilor de urgență, pentru neutralizarea incendiilor și evacuarea în condiții de siguranță. De asemenea, monitorizăm constant echipamentele de muncă / instalațiile tehnologice pentru a ne asigura că acestea funcționează în parametri optimi, astfel încât să nu constituie un pericol de accidentare sau incendiu.

Siguranța rutieră

Având în vedere expunerea la pericolele din trafic, atenția noastră a fost menținută asupra regulilor de bază ale conduitei de siguranță în trafic.

Numărul de zile de concediu medical (care nu au fost rezultate din accidente de muncă)

	2019	2020	2021
Sphera Franchise Group	860	783	635
KFC România	24 225	25 859	29 931
Pizza Hut Dine-In România	3 487	3 344	3 249
Pizza Delivery România	2 124	2 089	1 386
Taco Bell România	740	874	1 099
KFC Italia	1 705	2 608	2 611
KFC Moldova	443	486	280
TOTAL Sphera Franchise Group	33 584	36 043	39 191

Ca urmare a prestării serviciului de livrare la adresa indicată de clienți, am înregistrat 12 accidente de circulație în anul 2020 și 10 accidente de circulație în 2021.

Nu am înregistrat proceduri judiciare legate de încălcarea legislației muncii sau asociate cu discriminarea în muncă. Astfel, nu putem raporta pierderi bănești la niciuna dintre companiile din portofoliul Sphera considerând aceste aspecte.

5.1.3 Dezvoltarea și creșterea capacității angajaților

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

Sprrijinim și oferim oportunități de creștere și dezvoltare pentru angajații noștri, fiind în dialog constant cu ei. Un element important care stă la baza succesului nostru pe termen lung și a dezvoltării sustenabile este grija pe care compania o are pentru dezvoltarea capitalului uman. Felul în care gestionăm potențialul angajaților noștri și utilizăm inteligența colectivă reprezintă elemente clare care atestă succesul nostru.

Astfel, la nivel de business, trebuie să ne adaptăm tuturor provocărilor, iar acest lucru este posibil dacă forța noastră de muncă este motivată prin exemplul atitudinii pozitive, cu focus pe soluție, al abordării echilibrate, al insuflării valorilor companiei.

Dezvoltarea potențialului uman este susținută prin:

Stagii de practică
Programe interne de dezvoltare a competențelor
Instruire inițială
Instruire digitală
Școli de training

Ore de pregătire per funcție aferentă

Sphera Franchise Group			
	2019	2020	2021
Management	78 488,00	81 146,00	104 527,00
Personal restaurant	378 780,80	222 067,00	290 403,00
Total	457 268,80	303 213,00	394 930,00

KFC România			
	2019	2020	2021
Management	42 352,00	50 752,00	55 561,00
Personal restaurant	272 048,00	165 928,00	215 712,00
Total	314 400,00	216 680,00	271 273,00

Pizza Hut Dine-In România			
	2019	2020	2021
Management	7 992,00	2 488,00	6 947,00
Personal restaurant	35 448,00	9 464,00	12 040,00
Total	43 440,00	11 952,00	18 987,00

Pizza Hut Delivery România			
	2019	2020	2021
Management	14 520,00	8 224,00	8 381,00
Personal restaurant	27 496,00	14 560,00	22 512,00
Total	42 016,00	22 784,00	30 893,00

Taco Bell România			
	2019	2020	2021
Management	6 776,00	4 728,00	7 837,00
Personal restaurant	33 264,00	15 848,00	21 112,00
Total	40 040,00	20 576,00	28 949,00

KFC Italia			
	2019	2020	2021
Management	5 856,00	24 841,00	24 841,00
Personal restaurant	7 084,80	16 267,00	16 267,00
Total	12 940,80	41 108,00	41 108,00

KFC Moldova			
	2019	2020	2021
Management	992,00	720	960,00
Personal restaurant	3 440,00	1 160,00	2 760,00
Total	4 432,00	1 880,00	3 720,00

Numărul orelor de instruire a crescut în 2021 față de 2020 ca urmare a reluării tuturor demersurilor de dezvoltare considerate utile în susținerea business-ului.

Stagii de practică

În contextul unor parteneriate solide cu anumite instituții de învățământ, am reușit să derulăm programe de pregătire practică pentru liceenii interesați să descopere domeniul ospitalității. Ne dorim să pregătim anticipat forța de muncă și să atragem angajați talentați, de aceea, încheiem parteneriate cu instituții de învățământ care pregătesc tineri în domeniul nostru de activitate.

Stagii de practică în România



Menționăm că am tratat cu o deosebită grijă acest program, în contextul pandemic. Pe durata stagiilor de practică, toți participanții s-au aflat sub îndrumarea unui mentor, acesta fiind responsabil pentru evoluția lor.

Programe interne de dezvoltare a competențelor

Dezvoltarea necesită o abordare personalizată și interactivă prin care îi ajutăm pe angajați să aducă valoare adăugată în echipele lor și în comunitățile din care fac parte. Pentru a se asigura că angajații sunt dedicați activității lor și conectați la nevoile clienților, Sphera pune accent pe menținerea unui mediu de lucru dinamic prin implementarea unor programe de training specifice nevoilor fiecărui post și caracteristice business-ului. Menționăm că, în susținerea obiectivului general de inovare și digitalizare, am pus accent pe digitalizarea proceselor de instruire și dezvoltare a competențelor.

Astfel, parcursul profesional al unui angajat nou are următoarele etape:

Instruire inițială

După încadrare, toți angajații noi sunt incluși în parcursul de formare și dezvoltare, specific funcției deținute, pentru a facilita integrarea lor în cadrul companiei și a se familiariza cu responsabilitățile, respectiv standardele de lucru.

În perioada 2020 – 2021 am actualizat programul de onboarding și integrare a angajaților noi, punând accent pe mediul online și pe necesitatea de a transmite angajaților informațiile utile la început de carieră: informații despre companie, echipă și activitatea propriu-zisă.

Instruirea digitală

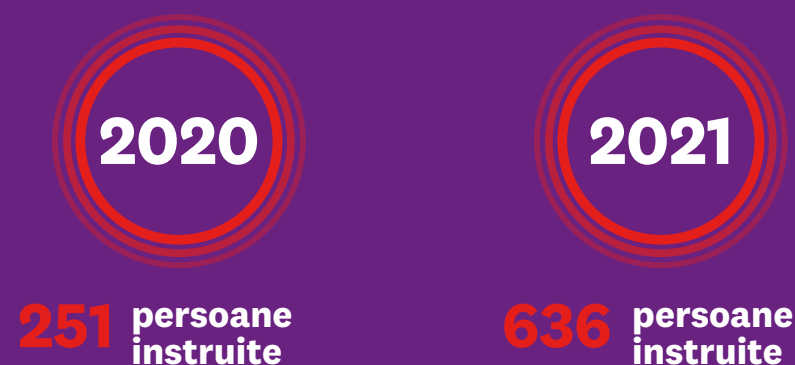
Pe parcursul anilor 2020 – 2021 am continuat dezvoltarea modulelor specifice instruirii operaționale pe o platformă accesibilă tuturor angajaților, indiferent de nivelul de expertiză. Prin accesarea modulelor specifice postului ocupat, fiecare angajat este pregătit să își îndeplinească responsabilitățile.

Toate modulele de instruire operațională au fost actualizate, pe toate nivelele ierarhice, și am adăugat module noi care vizează GDPR și prevenirea și combaterea răspândirii virusului COVID-19.

Școli de training

Din dorința de a susține angajații noi sau pe cei care au promovat recent, am oferit oportunitatea de a experimenta noul post într-un cadru sigur, prin practică îndrumată în **Școlile de Training**.

Școli de training



RGM1 & Board of Review

Puterea exemplului este esențială, iar experiența personală poate reprezenta o sursă de inspirație pentru stilul de conducere al directorilor noștri de restaurant. Tocmai de aceea, pentru a ne asigura că sunt pregătiți și implicați, am creat un proces constant de pregătire și evaluare a competențelor acestora.

Programe de dezvoltare a gândirii și comportamentelor

În 2021 am observat că răspunsul angajaților la presiunea pandemiei, viteza de reacție și modul în care se comportă este generat de felul în care gândesc. Am decis, în acest context, să începem pregătirea managerilor, astfel încât să poată identifica tipul de mentalitate al interlocutorului, să știe ce întrebări să adreseze pentru a face trecerea de la o mentalitate fixă la o mentalitate de creștere și cum să explice comportamente și să le eficientizeze.

Astfel, am realizat un mix de sesiuni de instruire online și fizice, acolo unde a fost posibil, care a combinat două concepte importante:

- **Fixed Mindset vs Growth Mindset** – program prin care clarificăm beneficiile unei mentalități de dezvoltare și oferim instrumente/tehnici de rezolvare a problemelor;
- **Leading with Heart** – program prin care permitem tuturor să înțeleagă propriul comportament și să potențeze comportamentele eficiente care induc starea de bine la nivelul echipei.



1622 ore pentru Fixed Mindset vs Growth Mindset

2232 ore pentru Leading with Heart

Susținerea acestor programe a fost făcută și prin acțiuni de tipul:

- Am adaptat un modul online dedicat angajaților Pizza Hut Dine-In și Pizza Hut Delivery pe platforma digitală;
- Am realizat un parcurs de învățare despre aceste subiecte și în cadrul proiectului E-learn@SPHERA.

Ca urmare a realității subiectelor tratate, acest program a fost recunoscut ca **best practice** în cadrul HR College 2021, organizat pentru echipele HR dedicate KFC Russia, CIS, CEE & WE.

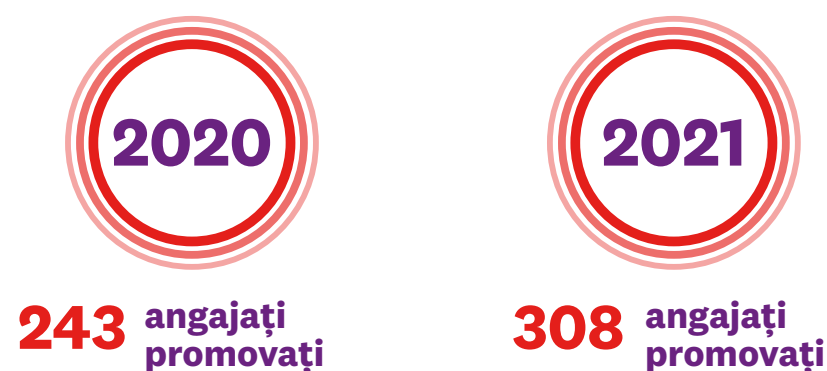
E-learn@SPHERA

Începând cu 2020, punem la dispoziția tuturor angajaților Sphera o platformă digitală de învățare, care reunește peste 600 de cursuri ce vizează dezvoltarea personală și a competențelor profesionale. Platforma este realizată de un colaborator extern, iar accesul este facil și satisface nevoile și interesele angajaților noștri. Având la dispoziție această platformă, am creat parcursuri de învățare specifice subiectelor de interes în cadrul Companiei: comunicare, colaborare, managementul schimbării, managementul crizei, managementul conflictului, aprecierea etc. De asemenea, am evidențiat existența unor module generice de tipul: Limba engleză, Ms Office, Project Management etc.

5.1.4 Satisfacția și starea de bine a angajaților

Succesul business-ului nostru depinde de capacitatea de a atrage și de a păstra angajați talentați, sănătoși, implicați și responsabili.

Satisfacția și starea de bine a angajaților reprezintă un aspect important al relației angajat – angajator.



În 2020 am majorat valoarea unui tichet de masă la 20 lei și am făcut două majorări salariale, măriri urmate de încă două în 2021. Am păstrat oferta financiară cu creșteri salariale în trepte și un pachet de beneficii specific nivelului ierarhic ocupat și am accentuat oportunitatea dezvoltării/ avansării în carieră și flexibilitatea în ceea ce privește programul de lucru.



Aprecierea

Și în 2020 – 2021 am pus accent pe acest concept al aprecierii meritelor, rezultatelor, comportamentelor și contribuțiilor angajaților noștri. Am organizat sesiuni de instruire pentru întreaga populație managerială, căreia i-au fost oferite informațiile și instrumentele necesare pentru a putea face acte de apreciere în mod constant, coerent și aplicat la nivel de individ.



Preocuparea pentru angajații care devin părinți

Experiența de a fi părinte este încurajată de Sphera în sensul în care angajații noștri beneficiază de zile de concediu medical specific evenimentelor care au legătură cu rolul de părinte.

Indicator	2019	2020	2021
Sphera Franchise Group			
NUMĂR TOTAL angajați care au beneficiat de concediu creștere copil	293	159	170
Femei	278	152	158
Bărbați	15	7	12
NUMĂR TOTAL angajați are au revenit din concediu creștere copil	160	108	138
Femei	146	102	120
Bărbați	14	6	18

Putem observa că numărul angajaților bărbați care au beneficiat de concediu creștere copil a fost mai mare în 2021 față de anii precedenți.

Dialog permanent

Păstrăm dialogul activ și o comunicare deschisă, bazată pe feedback, cu toți angajații noștri prin TELEFONUL ANGAJATULUI. Acest canal de comunicare este accesibil tuturor angajaților, apelurile fiind preluate și investigate în scopul găsirii celor mai potrivite soluții.



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

- Oferirea de prime pentru anumite ocazii atât angajaților, cât și copiilor acestora;
- Oferirea la începutul lunii martie a unui simbol al primăverii, frumuseții și aprecierii;
- Sărbătorirea loialității angajaților;
- Sărbătorirea momentelor individuale de succes;
- Aprecierea și recunoașterea meritelor, comportamentelor și contribuției;
- Informarea angajaților în mod constant prin comunicate oficiale, prezentări, întâlniri locale;
- Organizarea de concursuri interne pe subiecte operaționale, de creativitate și responsabilitate socială;
- Participarea la concursuri internaționale organizate în cadrul Yum!

5.2 Implicarea în Comunitate

Sphera se angajează să realizeze 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 business-ului nostru depinde în mare măsură de calitatea vieții clienților noștri și de bunăstarea comunităților în care activăm.

5.2.1 Implicarea și impactul asupra comunității

Credem că sprijinirea celor aflați în nevoie ar trebui să facă parte din „viața” companiei. În plus, pe lângă sprijinirea comunității prin participarea activă la programele menite să ajute persoanele vulnerabile, este importantă și creșterea gradului de conștientizare a programelor existente și a inițiativelor, precum și motivarea altor companii să fie mai active.

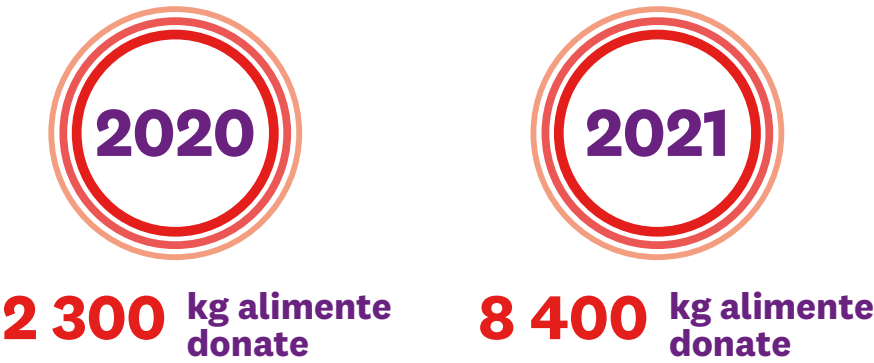
Lucrăm la construirea unei strategii pentru anii următori pentru a putea sprijini comunitatea pe termen lung. Am implementat programul de donare de hrană HARVEST încă din 2017, dorința noastră fiind de a-l extinde.

Situația și contextul pandemic au pus presiune pe sectorul HoReCa în care activăm. Astfel, aproape toate acțiunile noastre din sfera responsabilității sociale au încetinit în perioada 2020 – 2021. Posibilitatea implementării proiectelor cu părțile interesate externe a fost dificilă la nivel organizațional din cauza restricțiilor și a blocajelor impuse, mai ales de-a lungul anului 2020. În decursul anului 2021 am reușit să reluăm susținerea unor proiecte derulate cu asociațiile și fundațiile sprijinite și în anii anteriori.



Programul de donare de hrană – HARVEST

Am donat mâncare către mai multe asociații și fundații caritabile. Programul a fost extins la mai multe restaurante în 2021: 37 de restaurante în România și 4 restaurante în Italia.



Acțiuni și inițiative de Responsabilitate Socială 2020 – 2021:

- Donație către Crucea Roșie Română de 100 000 de euro pentru achiziția de aparate/ventilatoare și costume de protecție pentru personalul medical din spitale, în sprijinirea „Campanie de informare, prevenire și intervenție Covid-19”;
- Donații în produse și materii prime au fost efectuate către mai multe asociații și organizații umanitare în 2020 – 2021.

Valoarea și tipul sponsorizărilor (euro)

Entitate	Tip de sponsorizare	2020 – 2021
Sphera Franchise Group	Donație în bani către Crucea Roșie Română	100 000,00
KFC	Donații în bani din fonduri proprii și din donațiile clienților	152 000,00
	Donații în produse	8 450,00
	Donații în materie primă	75 300,00
Pizza Hut Dine-In & Pizza Hut Delivery	Donații în produse	3 980,00
	Donații în materie primă	24 500,00
Taco Bell	Donații în bani din donațiile clienților	2 800,00
	Donații în materie primă	8 000,00
	Donații în produse	100,00

5.2.2 Sănătatea și securitatea furnizorilor și a clienților

Sphera și companiile sale înțeleg dreptul consumatorilor de a se aștepta ca alimentele pe care le achiziționează și le vor consuma să fie sigure și de înaltă calitate, iar mediul din restaurant unul fără riscuri. De asemenea, știm cât de importantă este siguranța pentru furnizorii noștri. Dorim să ne asigurăm că practicile noastre respectă toate standardele în vigoare, specifice domeniului alimentar, și ne concentrăm în permanență pe găsirea de soluții noi și diverse.

Toți angajații sunt pregătiți să asigure o servire Customer Mania

Servirea **Customer Mania** respectă 100% standardele CHAMPS. Pentru fiecare standard CHAMPS, **atitudinea pozitivă** este exprimată într-un mod diferit, în vederea atingerii obiectivelor de **Curățenie, Ospitalitate, Acuratețe, Întreținere, Calitate a produselor și Viteză de servire**.

Respectarea 100% a standardelor CHAMPS, așa cum sunt definite mai sus, este principala responsabilitate prevăzută în fișele de post ale tuturor angajaților care își desfășoară activitatea la nivel de restaurante.

Utilizăm diferite sisteme de gestionare și evaluare a satisfacției clienților, printre ele se numără:

- **GES (Guest Experience Survey)**, o platformă digitală oferită de francizor, prin intermediul căreia clienții noștri pot lăsa comentarii/reclamații cu privire la calitatea produselor și serviciilor oferite: satisfacție generală, gustul mâncării, viteza de servire, acuratețea comenzii, amabilitatea personalului, curățenia generală, probleme identificate, soluționarea problemelor;
- **PARTOO**, o platformă digitală gestionată de Google my Business, care oferă posibilitatea de a gestiona în timp real anumite reclamații primite de la clienți și facilitează legătura cu aceștia.

Derulăm periodic trei tipuri de audituri operaționale care vizează siguranța în restaurante, cerințele și procedurile de securitate alimentară, procedurile de curățenie în spațiile publice și în bucătării, conformarea cu regulile standardului HACCP și utilizarea echipamentelor de lucru și procesare alimente, respectiv:

- **Auditul ROCC** (Restaurant Operations Compliance Check) este realizat de o companie externă contractată de către francizor. Auditul se realizează în fiecare restaurant de 4 ori pe an;
- **Audit intern** – realizat zilnic de directorii și liderii de echipă ai restaurantului și periodic de managerii de zonă;
- **Auditul HACCP*** – toate restaurantele noastre sunt auditate în medie de 3 ori pe an de către consultantul extern specializat.

*HACCP = Hazard analysis and critical control point of general principles of food hygiene /Analiza pericolelor și punctului critic de control a principiilor generale de igienă alimentară

6 Index GRI și SASB

Index GRI și SASB

Referință standard GRI	Număr element de informare GRI	Denumire	Pagina
Elemente de informare generale			
GRI 102: Dezvăluiri generale 2016	102-1	Numele organizației	4, 9
	102-2	Activități, mărci, produse și servicii	7, 8, 9
	102-3	Locația sediului	4, 7, 9
	102-4	Locația operațiunilor	5, 9
	102-5	Proprietatea și forma juridică	4, 5, 9
	102-6	Piețe deservite	5, 8, 9
	102-7	Amploarea organizației	5, 9-11, 38-40
	102-8	Informații despre angajați și alți lucrători	74-77, 80-83
	102-9	Lanț de aprovizionare	43, 44, 45 (Prezentat în detaliu în raportul din 2018, pag. 40-45)
	102-10	Schimbări semnificative ale organizației și ale lanțului de aprovizionare	13,14, 26, 43, 44, 45
	102-11	Principiul sau abordarea precauției	16, 17, 30, 43
	102-12	Inițiative externe	34
	102-13	Apartenența la asociații	34
	102-14	Declarație a factorilor de decizie seniori	5
	102-16	Valori, principii, standarde și norme de comportament	13, 15, 72-73
	102-17	Mecanisme de consiliere și preocupări cu privire la etică	87
	102-18	Structura de guvernanță	14-18
	102-19	Delegarea autorității	14, 18
	102-20	Responsabilitate la nivel executiv pentru subiecte economice, de mediu și sociale	18, Politica privind Guvernanța și raportarea în domeniul ESG
	102-22	Componenta celui mai înalt organism de guvernare și a comitetelor sale	14, 18

Referință standard GRI	Număr element de informare GRI	Denumire	Pagina
GRI 102: Dezvăluiri generale 2016	102-25	Conflicte de interes	13, 14
	102-26	Rolul celui mai înalt organism de guvernare în stabilirea scopului, valorilor și strategiei	15, 18
	102-28	Evaluarea performanțelor celui mai înalt organism de conducere	15
	102-29	Identificarea și gestionarea impacturilor economice, de mediu și sociale	16, 30
	102-30	Eficacitatea proceselor de management al riscului	13, 16-18 (a se vedea Politica privind Guvernanța și raportarea în domeniul ESG)
	102-31	Revizuirea subiectelor economice, de mediu și sociale	Politica privind Guvernanța și raportarea în domeniul ESG
	102-33	Comunicarea preocupărilor critice	Politica privind Guvernanța și raportarea în domeniul
	102-35	Politici de remunerare	13, 15, 87, 88
	102-40	Lista grupurilor de părți interesate	29
	102-41	Acorduri de negociere colectivă	87
	102-42	Identificarea și selectarea părților interesate	28-29
	102-43	Abordarea implicării părților interesate	4, 28-30, 32
	102-44	Subiecte cheie și preocupări ridicate	26-27, 30
	102-45	Entități incluse în situațiile financiare consolidate	4, 7-8
	102-46	Definirea conținutului raportului și a limitelor subiectelor	4, 26-27, 30
	102-47	Lista subiectelor materiale	4, 26-27, 32
	102-48	Republicări de informații	4
	102-49	Modificări în procesul de raportare	26
	102-50	Perioadă de raportare	4

Referință standard GRI	Număr element de informare GRI	Denumire	Pagina
GRI 102: Dezvăluiri generale 2016	102-51	Data celui mai recent raport	4
	102-52	Ciclul de raportare	4
	102-53	Punct de contact pentru întrebări referitoare la raport	4
	102-54	Declarație privind nivelul de conformitate cu Standardele GRI	4
	102-55	Indexul de conținut GRI	102-114
	102-56	Asigurare externă	4
Elemente de informare specifice			
GRI 201: Performanța economică 2016	201-1	Valoarea economică directă generată și distribuită	9-10, pentru mai multe informații consultați Raportul Anual al Grupului pentru anul 2020/2021
GRI 205: Anti-Corupție 2016	205-1	Operațiuni evaluate pentru riscuri legate de corupție	13-15
	205-2	Comunicare și instruire despre politicile și procedurile anticorupție	13
	205-3	Incidente confirmate de corupție și acțiuni întreprinse	13-14
GRI 207: Taxe 2019	207-1	Abordarea fiscală	16, 17, 18, 35
	207-2	Guvernanța fiscală, controlul și managementul riscurilor	15-18
	207-4	Raportare țară cu țară	9, 10
BUSINESS SUSTENABIL ȘI GUVERNANȚĂ			
Guvernanță Corporativă			
GRI 103: Abordarea de Management 2016	103-1	Explicarea subiectului material și a limitei acesteia	12-15
	103-2	Abordarea managementului și componentele acesteia	
	103-3	Evaluarea abordării managementului	
	Non GRI	GES (Guest Experience Survey) – Gradul de satisfacție al clienților	101

CONTINUT
DEPRE
COMPANIE
STRATEGIA DE
SUSTENABILITATE
PRODUSELE
NOASTRE
GRUPLA PENTRU
MEDIU
OAMENI ȘI
COMUNITATE
INDEX
GRI ȘI SASB

Referință standard GRI	Număr element de informare GRI	Denumire	Pagina
Conformare și managementul riscului			
GRI 103: Abordarea de Management 2016	103-1	Explicarea subiectului material și a limitei acesteia	16
	103-2	Abordarea managementului și componentele acesteia	
	103-3	Evaluarea abordării managementului	
GRI 416: Sănătatea și siguranța clienților	416-1	Evaluarea impactului de sănătate și siguranță a produselor și serviciilor	16
Inovare și digitalizare			
GRI 103: Abordarea de Management 2016	103-1	Explicarea subiectului material și a limitei acesteia	41-43
	103-2	Abordarea managementului și componentele acesteia	
	103-3	Evaluarea abordării managementului	
GRI 416: Sănătatea și siguranța clienților 2016	416-1	Evaluarea impactului asupra sănătății și siguranței categoriilor de produse și servicii	41
GRI 417: Marketing și etichetare 2016	417-1	Cerințe pentru informații despre produse și servicii și etichetare	39-41
Continuitatea și echilibrul în lanțul de aprovizionare			
GRI 103: Abordarea de Management 2016	103-1	Explicarea subiectului material și a limitei acesteia	45
	103-2	Abordarea managementului și componentele acesteia	45
	103-3	Evaluarea abordării managementului	45
GRI 102: Dezvăluiri generale 2016	102-9	Lanțul de aprovizionare	45
GRI 414: Evaluarea socială a furnizorilor 2016	414-2	Impacturi sociale negative în lanțul de aprovizionare și acțiuni întreprinse	45
Diversitate în lanțul de aprovizionare			
GRI 103: Abordarea de Management 2016	103-1	Explicarea subiectului material și a limitei acesteia	45
	103-2	Abordarea managementului și componentele acesteia	
	103-3	Evaluarea abordării managementului	

Referință standard GRI	Număr element de informare GRI	Denumire	Pagina
GRI 308: Evaluarea de mediu a furnizorilor 2016	308-1	Furnizori noi care au fost verificați folosind criterii de mediu	47
GRI 414: Evaluarea socială a furnizorilor 2016	414-1	Furnizori noi care au fost verificați folosind criterii sociale	47
Securitatea Cibernetică			
GRI 103: Abordarea de Management 2016	103-1	Explicarea subiectului material și a limitei acesteia	17
	103-2	Abordarea managementului și componentele acesteia	
	103-3	Evaluarea abordării managementului	
GRI 418: Confidențialitatea clienților 2016	418-1	Plângeri întemeiate privind încălcarea confidențialității clienților și pierderea datelor despre clienți	18
MEDIU			
Managementul energiei și combustibilului			
GRI 103: Abordarea de Management 2016	103-1	Explicarea subiectului material și a limitei acesteia	52
	103-2	Abordarea managementului și componentele acesteia	
	103-3	Evaluarea abordării managementului	
GRI 302: Energie 2016	302-1	Consumul de energie în cadru organizației	52-55
GRI 303: Apă 2016	303-1	Consumul de apă	57
Valorificarea și reciclarea deșeurilor			
GRI 103: Abordarea de Management 2016	103-1	Explicarea subiectului material și a limitei acesteia	58
	103-2	Abordarea managementului și componentele acesteia	
	103-3	Evaluarea abordării managementului	

CONTINUT
DESPRE
COMPANIE
STRATEGIA DE
SUSTENABILITATE
PRODUSELE
NOASTRE
GRUPA PENTRU
MEDIU
OAMENI ȘI
COMUNITATE
INDEX
GRI ȘI SASB

Referință standard GRI	Număr element de informare GRI	Denumire	Pagina
GRI 306: Deșeuri 2020	306-1	Generarea de deșeuri și impacturi semnificative legate de deșeuri	58
	306-2	Gestionarea impacturilor semnificative legate de deșeuri	58
	306-3	Deșeuri generate	58-60
	306-4	Deșeurile deviate de la eliminare	61, 62
	306-5	Deșeuri direcționate către eliminare	61
GRI 307: Respectarea cerințelor de mediu 2016	307-1	Nerespectarea legilor și reglementărilor de mediu	58
Materiale de unică folosință			
GRI 103: Abordarea de Management 2016	103-1	Explicarea subiectului material și a limitei acesteia	62, 63
	103-2	Abordarea managementului și componentele acesteia	
	103-3	Evaluarea abordării managementului	
GRI 301: Materiale 2016	301-1	Materiale folosite – greutate sau volum	63
GRI 306: Deșeuri 2020	306-1	Generarea de deșeuri și impacturi semnificative legate de deșeuri	62
	306-2	Gestionarea impacturilor semnificative legate de deșeuri	62
	306-3	Deșeuri generate	63
	306-4	Deșeurile deviate de la eliminare	65, 66
	306-5	Deșeuri direcționate către eliminare	61
GRI 307: Respectarea cerințelor de mediu 2016	307-1	Nerespectarea legilor și reglementărilor de mediu	58

Referință standard GRI	Număr element de informare GRI	Denumire	Pagina
Risipa alimentară			
GRI 103: Abordarea de Management 2016	103-1	Explicarea subiectului material și a limitei acesteia	66, 67
	103-2	Abordarea managementului și componentele acesteia	
	103-3	Evaluarea abordării managementului	
GRI 306: Deșeuri 2020	306-1	Generarea de deșeuri și impacturi semnificative legate de deșeuri	66, 67
	306-2	Gestionarea impacturilor semnificative legate de deșeuri	66, 67
	306-3	Deșeuri generate	58-61
	306-4	Deșeurile deviate de la eliminare	68
Amprenta de carbon și schimbările climatice			
GRI 103: Abordarea de Management 2016	103-1	Explicarea subiectului material și a limitei acesteia	68
	103-2	Abordarea managementului și componentele acesteia	
	103-3	Evaluarea abordării managementului	
GRI 305: Emisii 2016	305-1	Emisii GES directe (Domeniul de aplicare 1/ Scope 1)	69
	305-2	Emisii GES indirecte (Domeniul de aplicare 2 / Scope 2)	69
	305-3	Alte emisii indirecte de gaze cu efect de seră (Domeniul de aplicare 3 / Scope 3)	69
PRODUSELE NOASTRE			
Inovare și Digitalizare - Marketing responsabil			
GRI 103: Abordarea de Management 2016	103-1	Explicarea subiectului material și a limitei acesteia	42
	103-2	Abordarea managementului și componentele acesteia	
	103-3	Evaluarea abordării managementului	
GRI 417: Marketing și Etichetare 2016	417-1	Cerințe privind informațiile și etichetarea produselor și serviciilor	42

CONTINUT
DEPRE
COMPANIE
STRATEGIA DE
SUSTENABILITATE
PRODUSELE
NOASTRE
GRUPLA PENTRU
MEDIU
OAMENI ȘI
COMUNITATE
INDEX
GRI ȘI SASB

Referință standard GRI	Număr element de informare GRI	Denumire	Pagina
Acuratețea Informației și Comunicarea			
GRI 103: Abordarea de Management 2016	103-1	Explicarea subiectului material și a limitei acesteia	42
	103-2	Abordarea managementului și componentele acesteia	
	103-3	Evaluarea abordării managementului	
GRI 417: Marketing și Etichetare 2016	416-1	Cerințe privind informațiile și etichetarea produselor și serviciilor	42
Trasabilitatea în lanțul de aprovizionare			
GRI 103: Abordarea de Management 2016	103-1	Explicarea subiectului material și a limitei acesteia	43
	103-2	Abordarea managementului și componentele acesteia	
	103-3	Evaluarea abordării managementului	
GRI 416: Sănătatea și Siguranța Consumatorilor 2016	416-1	Evaluarea impactului de sănătate și siguranță a produselor și serviciilor	43
Achiziții etice în lanțul de aprovizionare			
GRI 103: Abordarea de Management 2016	103-1	Explicarea subiectului material și a limitei acesteia	44
	103-2	Abordarea managementului și componentele acesteia	
	103-3	Evaluarea abordării managementului	
GRI 308: Evaluarea de mediu a furnizorilor 2016	308-1	Furnizori noi care au fost verificați folosind criterii de mediu	44
	308-2	Impactul negativ asupra mediului în lanțul de aprovizionare și acțiunile întreprinse	44
GRI 414: Evaluarea socială a furnizorilor 2016	414-1	Furnizori noi care au fost verificați folosind criterii sociale	44
	414-2	Impacturi sociale negative în lanțul de aprovizionare și acțiuni întreprinse	44

Referință standard GRI	Număr element de informare GRI	Denumire	Pagina
Calitatea și siguranța alimentului			
GRI 103: Abordarea de Management 2016	103-1	Explicarea subiectului material și a limitei acesteia	46
	103-2	Abordarea managementului și componentele acesteia	
	103-3	Evaluarea abordării managementului	
GRI 414: Evaluarea socială a furnizorilor 2016	414-1	Furnizori noi care au fost verificați folosind criterii sociale	47
	414-2	Impacturi sociale negative în lanțul de aprovizionare și acțiuni întreprinse	48-49
GRI 416: Sănătatea și Siguranța Consumatorilor 2016	416-1	Evaluarea impactului de sănătate și siguranță a produselor și serviciilor	49
	416-2	Incidente de neconformitate privind impactul produselor și serviciilor asupra sănătății și siguranței consumatorilor	49
OAMENI ȘI COMUNITATE			
Diversitatea și Drepturile omului			
GRI 103: Abordarea de Management 2016	103-1	Explicarea subiectului material și a limitei acesteia	78
	103-2	Abordarea managementului și componentele acesteia	
	103-3	Evaluarea abordării managementului	
GRI 401: Angajare 2016	401-2	Beneficii oferite angajaților cu normă întreagă care nu sunt oferite angajaților temporari sau cu fracțiune de normă	74-83
GRI 405: Diversitate și șanse egale 2016	405-1	Diversitatea organelor de conducere și a angajaților	83-85
	405-2	Raportul dintre salariul de bază și remunerația femeilor față de bărbați	86-87
GRI 406: Nediscriminare 2016	406-1	Incidente de discriminare și măsuri corective întreprinse	87

CONTINUT
DEPRE
COMPANIE
STRATEGIA DE
SUSTENABILITATE
PRODUSELE
NOASTRE
GRUPLA PENTRU
MEDIU
OAMENI ȘI
COMUNITĂȚE
INDEX
GRI ȘI SASB

Referință standard GRI	Număr element de informare GRI	Denumire	Pagina
Sănătatea și securitatea angajaților			
GRI 103: Abordarea de Management 2016	103-1	Explicarea subiectului material și a limitei acesteia	88
	103-2	Abordarea managementului și componentele acesteia	
	103-3	Evaluarea abordării managementului	
GRI 403: Sănătate și securitate la locul de muncă 2018	403-1	Sistem de management al sănătății și securității în muncă	90
	403-2	Identificarea pericolelor, evaluarea riscurilor	88-90
	403-3	Servicii de sănătate a muncii	90
	403-4	Participarea angajaților, consultarea și comunicarea privind sănătatea și securitatea în muncă	91
	403-5	Formarea angajaților în domeniul sănătății în muncă	91
	403-8	Lucrători acoperiți de un sistem de management al sănătății și securității în muncă	89
	403-9	Accidente legate de muncă	90-91
Dezvoltarea și creșterea capacității angajaților			
GRI 103: Abordarea de Management 2016	103-1	Explicarea subiectului material și a limitei acesteia	92
	103-2	Abordarea managementului și componentele acesteia	
	103-3	Evaluarea abordării managementului	
GRI 404: Instruire și educație 2016	404-1	Ore mediu de formare pe an per angajat	92-93
	404-2	Programe pentru îmbunătățirea competențelor angajaților și programe de asistență pentru tranziție	93-95
	404-3	Procentul de angajați care primesc evaluări regulate ale performanței și dezvoltării carierei	95

Referință standard GRI	Număr element de informare GRI	Denumire	Pagina
Satisfacția și starea de bine a angajaților			
GRI 103: Abordarea de Management 2016	103-1	Explicarea subiectului material și a limitei acesteia	96
	103-2	Abordarea managementului și componentele acesteia	
	103-3	Evaluarea abordării managementului	
GRI 401: Angajare 2016	401-1	Recrutarea de noi angajați și rotația personalului	77-78
	401-3	Concediul pentru creșterea copilului	98
Implicarea și impactul asupra comunității			
GRI 103: Abordarea de Management 2016	103-1	Explicarea subiectului material și a limitei acesteia	99
	103-2	Abordarea managementului și componentele acesteia	
	103-3	Evaluarea abordării managementului	
GRI 203: Impact economic indirect 2016	203 - 2	Impact economic indirect semnificativ	99-100
GRI 413: Comunități locale 2016	413-1	Operațiuni cu implicarea comunității locale, evaluări de impact și programe de dezvoltare	100
Sănătatea și securitatea furnizorilor și a clienților			
GRI 103: Abordarea de Management 2016	103-1	Explicarea subiectului material și a limitei acesteia	101
	103-2	Abordarea managementului și componentele acesteia	
	103-3	Evaluarea abordării managementului	
GRI 416: Sănătatea și Siguranța Consumatorilor 2016	416-1	Evaluarea impactului de sănătate și siguranță a produselor și serviciilor	101

Referințe Standard SASB	Denumire	Pagina
SASB FB-RN-000.A	Numărul de restaurante deținute (1) de companie și (2) în sistem franciză.	4, 37
SASB FB-RN-260a.3	Numărul de campanii publicitare pentru copii, procentul campaniilor care promovează produse care respectă orientările naționale privind alimentația copiilor	42
SASB FB-RN-430a.3	Procentul de alimente achiziționate care îndeplinesc standarde de mediu și sociale de achiziționare	44
SASB FB-RN-430a.3	Discutarea strategiei de gestionare a riscurilor sociale și de mediu în cadrul lanțului de aprovizionare, inclusiv a bunăstării animalelor	44-45
SASB FB-RN-250a.1	Procentul de restaurante inspectate de un organism de supraveghere a siguranței alimentare	48
SASB FB-RN-130a.1	(1) Energia totală consumată, (2) procentul de energie electrică de la rețea, (3) procentul din surse regenerabile	52
SASB FB-RN-150a.1	(1) Cantitatea totală de deșeuri, (2) procentul de deșeuri alimentare și (3) procentul de deșeuri deturnate de la eliminare	58-60
SASB FB-RN-150a.2	(1) Cantitatea totală de ambalaje, (2) procentul fabricate din materiale reciclate și/sau regenerabile, și (3) procentul de ambalaje reciclabile, reutilizabile și/sau compostabile	77-78
SASB FB-RN-310a.1	Rata de rotație (1) voluntară și (2) involuntara a angajaților restaurantului	91
SASB FB-RN-310a.3	Valoarea totală a pierderilor monetare ca urmare a unor proceduri judiciare asociate cu (1) încălcări ale codului muncii și (2) discriminare la locul de muncă	91

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 SA (Compania) 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 Companie. 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 Companie 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 Companiei, 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 Companiei, care ar putea determina rezultatele și performanțele reale ale Companiei 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 Compania, acțiunile sale și, în orice caz, fiecare persoană care primește acest Raport trebuie să facă o evaluare independentă. Compania 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 Companiei și nici acest document, sau o parte din el, nu poate fi reprodus sau redistribuit către altă persoană.

