

сделаем мир
ярче вместе!

Социальный отчет ООО «Крафт Фудс Рус», 2011

Социальный отчет
ООО «Крафт Фудс Рус»

2011

Москва

Содержание

Обращение Генерального директора 4

О компании

- Kraft Foods в России 8
- Наша миссия и ценности 9
- Общественное признание и достижения 2011 года ... 10

Глобальный подход к использованию ресурсов и защита окружающей среды

- Шесть ключевых аспектов глобального подхода 13

Программы ответственности на производстве

- Завод по производству шоколада
в г. Покров Владимирской области 18
- Завод по производству сублимированного кофе
под Санкт-Петербургом 26
- Фабрика «Большевик»
в г. Собинка Владимирской области 34
- Завод по производству жевательной резинки
в Великом Новгороде 40
- Завод по производству шоколада
в г. Чудово Новгородской области 46
- Взаимодействие с поставщиками 52

Ответственность за продукцию

Безопасность и качество питания

- Следование строгим стандартам 57
- Контроль качества готовой продукции 58
- Своевременное принятие мер 59
- Оценка использования генетически
модифицированных ингредиентов 59
- Обратная связь с потребителями 59

Сбалансированное питание

- Сбалансированное питание 61
- Содействие физической активности
и здоровому образу жизни 64
- Предоставление доступной информации
о содержании питательных веществ 65
- Продукты питания для детей 66
- Реклама, направленная на детей 66

Взаимодействие с обществом

Социальная ответственность «Крафт Фудс Рус»

- Благотворительный комитет 69
- Благотворительная программа «Будь здоров!» 71
- Образовательный экологический лагерь
«Школа друзей природы» 75

Участие в жизни местных сообществ

- Социальные проекты во Владимирской области 77
- Социальные проекты в Новгородской области 78
- Социальные проекты в Ленинградской области 79

Подходы к организации труда и достойный труд

- Развитие сотрудников и культура организации 81
- Правила ведения бизнеса 81
- Оплата труда и социальные программы 82
- Обучение и развитие персонала 83
- Корпоративное волонтерство 86

Применение руководства GRI 90

- Указатель GRI 91

Контакты 94

Обращение генерального директора



Уважаемые коллеги
и партнеры!

Компания «Крафт Фудс Рус» рада представить второй ежегодный отчет о деятельности в области корпоративной социальной ответственности.

2011 год был очень насыщенным для компании: мы завершили интеграцию с ООО «Дирол Кэдбери», создав единую, сильную команду профессионалов, объявили о дополнительных масштабных инвестициях в экономику страны и запустили ряд новых вкусных продуктов.

Россия – ключевой рынок для компании Kraft Foods. Здесь мы не только достигаем наших амбициозных целей, но также активно инвестируем в повышение качества жизни россиян за счет расширения производств и создания новых рабочих мест, налоговых отчислений в федеральные и региональные бюджеты и реализации образовательных, благотворительных и корпоративных волонтерских программ.

Kraft Foods – второй в мире производитель продуктов питания, сильнейший игрок глобального рынка с непревзойденным портфелем брендов, любимых потребителями. Компания с гордостью предлагает потребителям из 170 стран мира вкусные кондитерские изделия, снеки, напитки, сыры, бакалейные товары и продукты питания быстрого приготовления.

Мы осознаем масштабы нашего бизнеса и масштабы его влияния на окружающую среду, и во всем мире мы добровольно принимаем на себя ответственность за это влияние, прилагая максимальные усилия для того, чтобы позитивные последствия нашей деятельности превалировали над негативными.

Наша миссия – сделать вкусным каждый день, и в России мы стремимся сделать вкусным каждый день каждого жителя нашей страны, предлагая продукцию самого

высокого качества. Мы уверены, что наши потребители заслуживают самого лучшего!

Наша забота о потребителях не ограничивается разработкой и производством безопасных и вкусных продуктов питания, качество которых соответствует высочайшим мировым стандартам. Мы также ответственно подходим к информированию потребителей о составе наших продуктов, размещая на упаковке подробные сведения об их ингредиентах.

Глобально Kraft Foods следует принципам ответственного маркетинга и не транслирует рекламные сообщения на аудитории, представленные детьми дошкольного возраста (т.е. детьми в возрасте до 6 лет). Также в Kraft Foods действуют определенные общие указания и принципы в отношении рекламных коммуникаций, направленных на детей в возрасте от 6 до 11 лет.

Одно из направлений деятельности компании в области КСО – продвижение принципов здорового питания. Мы рассказываем потребителям о принципах сбалансированного питания в рамках благотворительных образовательных программ, посредством сотрудничества со средствами массовой информации и через корпоративные каналы коммуникации.

С нашими партнерами – клиентами, поставщиками и дистрибьюторами – мы выстраиваем долгосрочные отношения, делимся опытом и наработками, так как только подобный формат взаимодействия позволяет стабильно достигать хороших результатов. Наша глобальная задача – поддерживать локальных поставщиков, делиться с ними экспертизой и способствовать их росту и развитию. Уже сейчас около 80% контрактов на поставку упаковочных материалов

и 40% контрактов на поставку сырьевых материалов заключены с локальными поставщиками, и мы с каждым годом повышаем процентное соотношение объема закупок в пользу российских производителей.

Kraft Foods в России – это более 4 тысяч сотрудников центрального и регионального офисов и производств на заводах во Владимирской, Новгородской и Ленинградской области, а также более 5 тысяч дистрибьюторов по всей стране. Мы ценим каждого из наших сотрудников и заботимся об их развитии. Наша корпоративная культура построена на принципах уважения, открытости, доверия, ответственности и энтузиазма, надеюсь, что нам удастся продемонстрировать созвучные нашей корпоративной культуре ценности в нашей ежедневной работе с партнерами и клиентами, а также в ходе нашей коммуникации с потребителями.

В этом социальном отчете мы собрали информацию о деятельности нашей компании в области КСО за 2011 год. Здесь вы найдете и показатели экологической результативности наших производств, и сведения о расширении наших благотворительных и образовательных программ, и информацию о корпоративных волонтерских программах, и наши глобальные планы по сокращению воздействия на окружающую среду.

От имени всей команды «Крафт Фудс Рус» желаю Вам интересного чтения!

С уважением,
Дэвид Стир
Президент «Крафт Фудс Рус»



О компании

Kraft Foods (код на Нью-Йоркской фондовой бирже – KFT) – сильнейший игрок глобального рынка с непревзойденным портфелем брендов, любимых потребителями. С гордостью предлагая покупателям из 170 стран мира вкусные кондитерские изделия, напитки, сыры, бакалейные товары и продукты питания быстрого приготовления, Kraft Foods в 2011 году имела годовой объем продаж в размере 54,4 миллиардов долларов США. Доходность 12 легендарных брендов Kraft Foods – *Cadbury, Jacobs, Kraft, LU, Maxwell House, Milka, Nabisco, Oreo, Oscar Mayer, Philadelphia, Tang* и *Trident* – превышает 1 миллиард долларов США.

Лидер в сфере маркетинга, инноваций, поддержки здорового образа жизни и велнесса, а также устойчивого развития, Kraft Foods имеет котировки по следующим индексам: Dow Jones Industrial Average, Standard & Poor's 500, Dow Jones Sustainability Index, Ethibel Sustainability Index.

4 августа 2011 года компания Kraft Foods объявила о своих планах по разделению и созданию двух независимых публичных компаний: динамично растущей глобальной снековой компании и высоко маржинального североамериканского бизнеса по производству продуктов питания. Завершение сделки по разделению компаний планируется до конца 2012 года.

Kraft Foods в России

История Kraft Foods начинается в 1903 году, но в России компания появилась почти сто лет спустя – в 1994 году небольшой офис по продаже крупнейших в мире кофейных брендов *Jacobs* и *Maxwell House* открылся в Москве.

В 1995 году компания Kraft Foods приобрела кондитерскую фабрику «Петроконф» в Санкт-Петербурге. Но вскоре стратегия компании изменилась, и в 1998 году это предприятие было продано. В 2002 году Kraft Foods покупает российский бизнес компании «Штольверк», и запущенная в 1997 году шоколадная фабрика в Покрове становится основной производственной площадкой Kraft Foods в России.

В 2007 году компания Kraft Foods объявила о приобретении международного бисквитного бизнеса у группы компаний Danone. В России в рамках данного приобретения «Крафт Фудс Рус» стала собственником ОАО «Большевик» (теперь филиал «Большевик» в г. Собинка Владимирской области).

В феврале 2010 года Kraft Foods на глобальном уровне приобрела компанию Cadbury. С этого момента ключевые бренды ООО «Дирол Кэдбери» на российском рынке – жевательная резинка *Dirol*, *Stimorol*, *Malabar*, леденцы *Halls* и *Dirol Drops*, шоколад *Cadbury*, *Tempo* и *Picnic* – вошли в портфель брендов «Крафт Фудс». Также компания стала обладателем завода по производству жевательной резинки в г. Великий Новгород и завода по производству шоколада в г. Чудово.

Сегодня в России Kraft Foods владеет 5 заводами во Владимирской, Ленинградской и Новгородской областях.

Центральный офис «Крафт Фудс Рус» находится в Москве, всего в России более 20 региональных офисов компании.

Компания является лидером в категориях: шоколад и шоколадные конфеты, сублимированный кофе и бисквиты. Ключевые бренды компании – кофе *Jacobs* и *Carte Noire*, шоколад *Milka* и *Alpen Gold* и шоколадный батончик *Picnic*, бисквиты «Юбилейное» и «Барни», соленый снек *TUC*, а также жевательная резинка *Dirol*.

Наша миссия и ценности

Миссия компании Kraft Foods – «Сделай вкусным каждый день!»

Это наша сверхзадача, ради которой работаем мы все – 125 000 сотрудников из почти 170 стран мира. Наша миссия тесно связана с нашими ценностями, отражающими

характер компании, модель поведения, которая помогает нам каждый день делать ярче и вкуснее.



Наша главная цель – стать лучшей компанией по производству продуктов питания в России. Мы сможем сказать, что достигли бесспорного лидерства в глазах окружающих, когда мы станем наилучшим выбором – для потребителей; незаменимым партнером – для клиентов; лучшим и любимым местом работы – для сотрудников; социально-ответственной организацией – для общества, и объектом вложений, обеспечивающим устойчивый рост – для инвесторов.

Ценности, на которых строится наш бизнес и которыми мы руководствуемся в нашей повседневной работе, включают ответственность перед обществом, отражаемую в многочисленных спонсорских и благотворительных программах, главным образом сосредоточенных на двух основных направлениях – улучшении питания и продвижении здорового образа жизни.

Общественное признание и достижения 2011 года



«Крафт Фудс Рус» – победитель ежегодной премии «Права потребителей и качество обслуживания» в номинации «Продовольственные товары»



«Крафт Фудс Рус» заняла 7-е место ежегодного рейтинга «Лидеры корпоративной благотворительности», за год переместившись на 28 позиций вверх!



Кузнецова Е.Б., начальник отдела производственного планирования и логистики завода «Крафт Фудс Рус» по производству шоколада в Покрове, награждена Почетной Грамотой от имени Губернатора Владимирской области Виноградова Н.В. за высокие достижения и многолетний добросовестный труд

«Крафт Фудс Рус» – победитель конкурса «Лучшие организации Владимирской области» в номинации «Лучшие организации отрасли». Конкурс учрежден ТПП и Администрацией Владимирской области



Шоколад *Milka* – победитель смотра-конкурса «Выбор ЗА! потребителем» в номинации «За верность качеству», который проходил с 1 ноября по 1 декабря 2011 года в Белгородской области



Шоколад *Alpen Gold* и бисквит «Медвежонок Барни» – обладатели премии «Брэнд года/Effie -2011»



Кофе *Jacobs* – «Товар года» в номинации «Кофе растворимый сублимированный»



Солёный снек *TUC* – победитель программы «Контрольная закупка» (№1 в народном голосовании и при отборе экспертов)



Печенью «Юбилейное» от фабрики «Большевик» – «Товар года» в номинации «Печенье»

Инновационная система Tassimo для устойчивого развития

Компания Kraft Foods осознает свою ответственность за воздействие на окружающую среду, и при реализации совместных инновационных проектов также тщательно подходит в выбору сознательного бизнес-партнера.



В октябре 2011 года компания «Крафт Фудс Рус» совместно с партнером Bosch представила инновационную систему по приготовлению горячих напитков – *Tassimo*. Система *Tassimo* состоит из кофемашины производства Bosch и специальных дисков с напитками (так называемые «Т-диски») от таких известных брендов «Крафт Фудс Рус», как *Jacobs* и *Milka*. Эта система уже отлично зарекомендовала себя в 13 странах мира, в том числе в странах Европы и Северной Америки, а с октября 2011 года стала доступна и в России.

Совместно «Крафт Фудс Рус» и Bosch приложили все усилия для минимизации воздействия системы на окружающую среду в ходе всего жизненного цикла *Tassimo*. И сейчас разработчики обеих компаний не перестают работать над повышением энергоэффективности системы.

Например, благодаря технологии, используемой в нагревательном элементе, каждый раз подогревается только то количество воды, которое необходимо для приготовления определенной порции напитка. Кроме того, после каждого цикла работы прибор автоматически переходит в режим ожидания (для нового модельного ряда приборов уровень энергопотребления в этом режиме составляет менее 0,5 Вт), до тех пор, пока не будет активирована кнопка включения/выключения прибора. На данный момент 80% деталей

приборов *Tassimo* пригодны для вторичной переработки, и мы работаем над тем, чтобы их стало еще больше.

В настоящее время Т-диски не пригодны для вторичной переработки, но исследовательские команды Kraft Foods интенсивно работают в этом направлении. Используемый картон и другая упаковка *Tassimo* на 100% пригодны для вторичной переработки. Уже сейчас в Германии внешняя фольга упаковок Т-дисков *Tassimo* может быть переработана, а картонная коробка утилизируется вместе с обычной макулатурой в любых пунктах приема по всему миру, в том числе и в России.

С *Tassimo* мы даем возможность быстро и просто готовить широчайший ассортимент горячих напитков и одновременно позволяем оставаться причастным к делу охраны окружающей среды и обеспечению устойчивого развития.

A woman with a warm smile, wearing a dark blue long-sleeved shirt and a matching headband, is shown from the chest up. She is holding a cluster of ripe, red and green coffee cherries in her right hand. The background is a lush green coffee plantation under a clear blue sky. The text is overlaid on the left side of the image.

**Глобальный подход
к использованию
ресурсов и защита
окружающей среды**

Шесть ключевых аспектов глобального подхода

Для нас вкусный мир – это мир, в котором люди сегодня и ежедневно заботятся о нем, помня о будущих поколениях.

По собственной добровольной инициативе мы взяли на себя обязательство по внедрению лучшего из

возможных технологических процессов на всех стадиях производства и на всех наших предприятиях. В результате это привело к значительному уменьшению потребления энергии и других ресурсов и к сокращению выбросов в атмосферу.

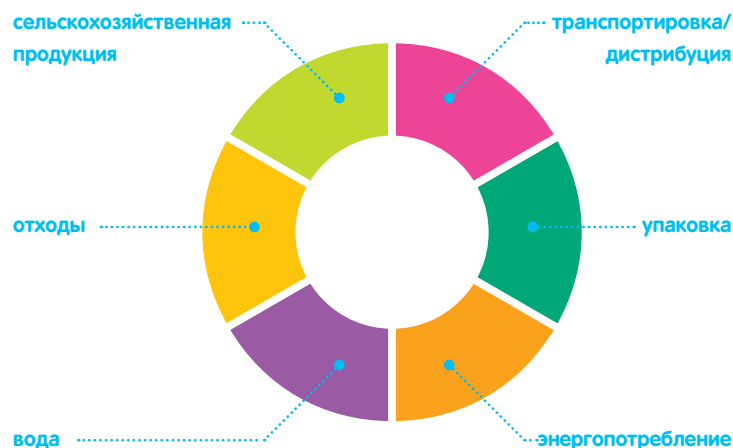
Компания Kraft Foods сталкивается с растущими проблемами, вызванными изменением климата. Являясь компанией по производству продуктов питания, мы озабочены возможными последствиями климатических изменений.

Поэтому мы анализируем нашу цепочку поставок на предмет возможных прямых и косвенных последствий данной проблемы. Для выявления прямых последствий мы обращаем особое внимание на производственные и транспортные операции, для обнаружения косвенных – на закупки сельскохозяйственной продукции.

Рациональное использование ресурсов – приоритет в масштабе всей компании.

Глобально в Kraft Foods используется единый подход в области экологических инициатив. Так, организация наших производственных процессов в России соответствует международным экологическим нормам, в том числе стандарту ISO 14000 (Система экологического менеджмента – экологическая и экономическая эффективность деятельности, снижение образования отходов и их переработка). Мы используем системы экологического менеджмента на наших предприятиях по всему миру.

Цикл рационального использования ресурсов отражает ключевые аспекты, на которых мы фокусируемся



Мы используем эту модель для оценки нашего прогресса и поощрения положительной динамики, а также в качестве инструмента продвижения наших усилий в рамках всей компании.

Вы можете ознакомиться с ключевыми показателями социальной ответственности Kraft Foods по всему миру в разделе Delicious World на глобальном сайте компании:

www.kraftfoodscompany.com

Поддержка ресурсосберегающего сельского хозяйства

Для компании Kraft Foods рациональное использование ресурсов начинается в сфере сельского хозяйства. Ресурсосберегающее сельское хозяйство способствует долгосрочной жизнеспособности зерновых культур, сохранению плодородности почвы, экономическому благосостоянию фермеров и сельскохозяйственных регионов, и стабильности экосистем. Мы работаем с партнерами по всему миру в целях повышения поддержки ресурсосберегающего сельского хозяйства.

Сегодня Kraft Foods является крупнейшим покупателем кофе и какао-бобов у ферм, сертифицированных Тропическим альянсом. Чтобы получить сертификацию, фермы должны соблюдать строгие стандарты, установленные Фондом ресурсосберегающего земледелия, международной ассоциацией ведущих природоохранных организаций. Стандарты касаются загрязнения воды, эрозии почвы, применения пестицидов, заработной платы и условий труда работников, дикой природы и др.



100% к 2015

Целью компании в Европе является закупка 100% кофейных бобов у поставщиков, соблюдающих стандарты ресурсосберегающего сельского хозяйства, к 2015 году



Сегодня Kraft Foods является крупнейшим покупателем кофе и какао-бобов у ферм, сертифицированных Тропическим альянсом

В производстве кофе и кондитерских изделий «Крафт Фудс Рус» использует какао-продукты и кофейные бобы, поставляемые в рамках централизованной системы закупок

Kraft Foods, обеспечивающей сырьем производственные мощности компании по всему миру.

Упаковка

Упаковка – это то, с чем потребители нашей продукции сталкиваются в первую очередь. Использование «умной» упаковки позволяет сократить количество отходов, сберечь природные ресурсы и удовлетворить запросы потреби-

лей. Мы тщательно подходим к выбору производителей, дизайна и определению окончания срока службы упаковки нашей продукции.

↓ 0,7%

В 2011 году в рамках проекта по сокращению потери упаковочного материала, реализуемого на нашем заводе под Санкт-Петербургом, брак при использовании пленки для мягких упаковок кофе удалось сократить на 0,7%.

↓ 2,5%

Благодаря модернизации и проведению дополнительных настроек автоматического оборудования на линии «Барни» произошло снижение брака пленки и образования отходов на 2,5%.

Для получения более подробной информации о деятельности Kraft Foods в области устойчивого развития, посетите сайт www.kraftfoodsbetterworld.com

Сокращение энергопотребления в рамках борьбы с изменениями климата

Целенаправленный и прагматический подход к проблеме сокращения энергопотребления позволяет нам сконцентрировать усилия там, где мы можем достичь наиболее эффективных результатов. Мы инвестируем в новые технологии освещения, отопления, охлаждения, производственные и упаковочные технологии, и это приносит свои плоды. Мы также стремимся снизить потребление органического топлива за счет использования альтернативных источников энергии.



На нашем шоколадном заводе в Покрове абсолютное потребление энергии сократилось на 14,5% по сравнению с 2010 годом.

А на заводе по производству жевательной резинки в Великом Новгороде общее энергопотребление сократилось на 5% по сравнению с 2010 годом.

Контроль водопотребления

Все больше людей предъявляют повышенные требования к водным ресурсам планеты, вследствие чего вода стала центром внимания во всем мире. Мы, в свою очередь, рассматриваем воду как ограниченный ресурс.

Мы постоянно работаем над сокращением водопотребления промышленных объектов благодаря повторному использованию воды, усовершенствованию технологических процессов, поддержанию в исправности оборудования и обучению сотрудников.



На фабрике «Большевик» в Собинке расход воды на тонну готовой продукции в 2011 году сократился на 21%. Также благодаря оптимизации процессов мойки на линии «Барни» сокращение потребления воды и образования сточной воды сократилось на 30%.

В Великом Новгороде, на нашем заводе по производству жевательной резинки, потребление воды из муниципальных каналов сократилось на 9% по сравнению с 2010 годом.

Сокращение промышленных отходов

Наша стратегия проста: производить меньше отходов и находить им новые способы применения.

Доля твердых промышленных отходов, производимых компанией Kraft Foods, составляет более 99% от общего объема. В настоящее время мы утилизируем или используем повторно около 90% отходов нашего производства. В ряде случаев побочные продукты производства используются в качестве источников энергии.

15 000 тонн твердых отходов кофейного производства используются на близлежащих к Санкт-Петербургу фермах в качестве удобрений

↓ **90,0%**
↓ **15,0%**



↻ **83,5%**

В 2011 завод по производству сублимированного кофе под Санкт-Петербургом добился сокращения отходов к утилизации на 90%. В 2011 году на заводе в Чудово доля твердых отходов, передаваемых на захоронение, сократилась на 15%.

Запущенная в 2009 году на нашем заводе в Покрове инициатива по увеличению доли перерабатываемых отходов проходит успешно: в 2011 году доля перерабатываемых отходов составила 83,5%.

Более эффективный подход к транспортировке и хранению продукции

Модернизация глобальной системы транспортировки и сети дистрибуции позволяет нам не только более эффективно перемещать продукцию и сырье, но и экономить автомобильное топливо, сокращать выбросы углекислого газа и снижать объем грузооборота.

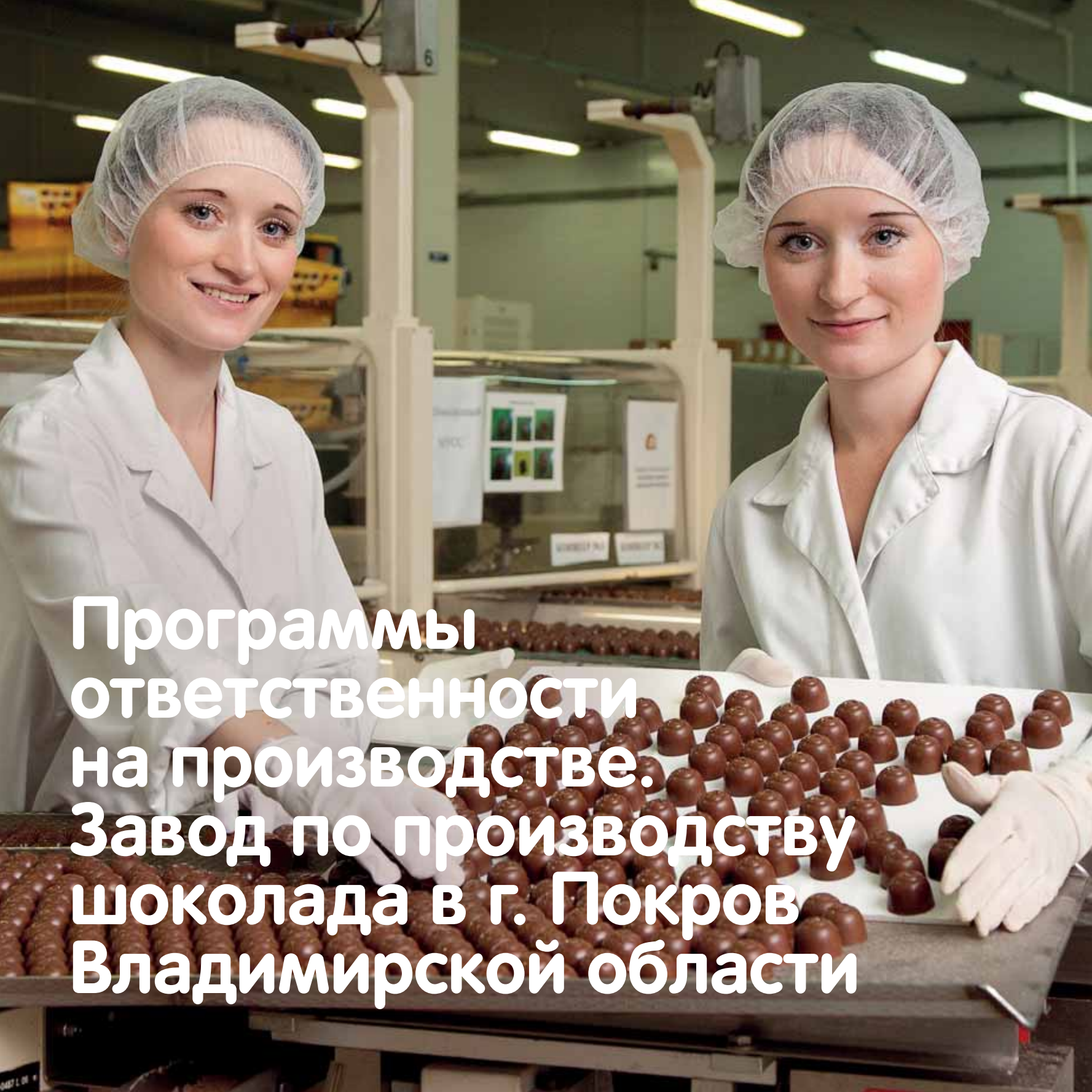
Для получения более подробной информации о деятельности Kraft Foods в области устойчивого развития, посетите сайт www.kraftfoodsbetterworld.com.

↻ **3,0%**



Например, на заводе по производству сублимированного кофе под Санкт-Петербургом мешки, в которых на производство поступают зеленые кофейные бобы, и паллеты используют вторично или продаются для повторного использования (3%).





Программы
ответственности
на производстве.
Завод по производству
шоколада в г. Покров
Владимирской области

Программы ответственности на производстве

Завод по производству шоколада в Покрове был запущен 15 июля 1997 года компанией «Штольверк», российский бизнес которой в 2002 году был приобретен «Крафт Фудс Рус». Здесь производятся шоколад и шоколадные конфеты таких популярных брендов, как *Alpen Gold*, *Milka*, «Воздушный» и «Чудный вечер».

На сегодняшний день завод в Покрове – одно из крупнейших производств Kraft Foods в мире: здесь функциони-

рует 4 производственные секции и 12 производственных линий, объем производства составляет более 60 тыс. тонн шоколадных изделий в год, на заводе работают более 600 рабочих и специалистов!

Объем инвестиций в производство в г. Покров с 2007 по 2010 гг. составил более 55 млн. долларов США, прогнозируемый объем инвестиций в 2011–2012 гг. – 7 млн. долларов США.

EN1. Использованные материалы с указанием массы или объема (общее количество материалов, использованных в 2011 году)	Тип материалов	Наименование	Единица измерения	Значение
	Используемые в производстве	Сырье	кг	67 417 531 Увеличение показателя на 9,6%
	Первичные упаковочные материалы	Вкладыши, подложки, коррекс	шт.	98 182 630
		Полипропилен	м	246 534 950
		Пленки, фольга, углекислота	кг	385 419, 41
		Азот	л	3 476 400
		Этикетки и стикеры	шт.	39 438 250
		Картонная упаковка	шт.	33 389 740
	Дерево (поддоны)	Паллета	шт.	106 238
		Паллета б/у	шт.	12 069
	Прочая вторичная упаковка	Защитные уголки и листы, крышки	шт.	963 108
		Стретчпленки, клеи	кг	51 699, 15
		Ленты (разрывные, клеящие)	м	8 361 800
		Мешки и паллеты	шт.	15 576

EN2. Доля материалов, представляющих собой переработанные или повторно используемые отходы	В 2009 году была запущена инициатива по увеличению доли перерабатываемых отходов. В 2011 году доля перерабатываемых отходов составила 83,5%.
EN3. Прямое использование энергии с указанием первичных источников	Природный газ, 62 239,5 ГДж Экономия по сравнению с 2010 годом составила 6%
EN4. Косвенное использование энергии с указанием первичных источников	Электроэнергия, 101 832 ГДж
EN5. Энергия, сэкономленная в результате мероприятий по снижению энергопотребления и повышению энергоэффективности	В 2011 году по сравнению с 2010 годом абсолютное потребление энергии уменьшилось на 14,5%
EN8. Общее количество забираемой воды с разбивкой по источникам	Скважины – 45 936 м ³ Муниципальные каналы – 0 м ³
EN10. Доля и общий объем многократно и повторно используемой воды	Расход воды в системах оборотного водоснабжения – 1 512 338 м ³
EN16. Полные прямые и косвенные выбросы парниковых газов с указанием массы	12 769 кг CO ₂ (непрямые выбросы в результате использования электроэнергии и природного газа). По сравнению с 2010 годом наблюдается незначительное увеличение в связи с существенным ростом объемов производства.
EN19. Выбросы озоноразрушающих веществ с указанием массы	149,6 кг фреона R-22 (заправка холодильников и кондиционеров). По сравнению с 2010 годом выбросы сократились на 27%. С 2005 года завод заменил фреон R-22 на озонобезопасный аналог, в настоящий момент остался только один холодильник, работающий на фреоне R-22.
EN21. Общий объем сбросов с указанием качества сточных вод и принимающего объекта	22 331 м ³ (хозяйственно-бытовая канализация) По сравнению с 2010 годом общий объем сбросов сократился на 4%
EN26. Инициативы по смягчению воздействия продукции и услуг на окружающую среду и масштаб смягчения воздействия	Энергопотребление В результате модернизации энергосистемы завода был восстановлен возврат конденсата с 60 до 90%, что позволило существенно сократить потребление воды в котельной, а также снизить потребление газа, т.к. возврат конденсата осуществляется при температуре 70–80°C, а средняя температура оборотной воды – 7–8°C. Водопотребление Установка счётчиков водопотребления на главных потребителях и станции очистки сточных вод. Еженедельный учет водопотребления и образования сточных вод. Замена загрузочного слоя на очистных сооружениях ливневой канализации. Сокращение производственных отходов – см. Показатель EN2

EN30. Общие расходы и инвестиции на охрану окружающей среды, с разбивкой по типам	Вид расхода	Значение, руб.
	Переработка отходов	5 198 291 + 25% к расходам в 2010 году
	Экологические платежи	64 968 + 275% к расходам в 2010 году
	Водосбережение	7 200 000
	Итого	12 463 259

Доля перерабатываемых отходов



Калий – необходимый элемент для правильной работы сердца. В нашем темном шоколаде *Alpen Gold* (100 г) содержится 15% от суточной нормы калия!



В каждой плитке шоколада *Milka* с цельным фундуком (100 г) содержится в среднем 20 орехов!



В каждой плитке шоколада «Воздушный» (95 г) содержится целый миллион воздушных пузырьков!



Показатели результативности в области ответственности за продукцию. Безопасность и качество продукции

Управление качеством на производстве

Целью завода является производство качественной и безопасной продукции, удовлетворяющей требованиям потребителей, компании и национального законодательства тех стран, на территорию которых осуществляется экспорт продукции.

Для достижения поставленной цели предприятие ставит следующие задачи:

- анализ и выполнение требований покупателя;
- совершенствование принципов менеджмента качества и аудитов системы качества на основе лучших практик;
- планирование улучшения системы менеджмента качества и безопасности продукции;
- внедрение принципов HACCP*;
- соблюдение норм GMP**.

В наши обязательства входят понимание и выполнение индивидуальных и коллективных обязательств по повышению качества и безопасности продукции, постоянному улучшению системы менеджмента качества и безопасности продукции.

В рамках поставленных задач каждый сотрудник обязуется:

- выполнять свои обязанности в соответствии с должностными инструкциями;
- производить продукцию на основе рецептур и спецификаций;
- инициативно участвовать в управлении качеством, делая технологические и организационные предложения;
- работать в соответствии с документами системы качества и безопасности продукции;
- оказывать всемерную поддержку и помощь службам качества.

Все сотрудники завода знакомы с требованиями системы менеджмента качества и безопасности продукции и следуют им в соответствии со стандартами ISO 9001 и ISO 22000. Руководство завода предоставляет средства и персонал, которые способствуют решению поставленных задач и обеспечивают функционирование системы качества и безопасности продукции.

*HACCP – Hazard Analysis and Critical Control Points – анализ рисков и критические контрольные точки

**GMP – Good Manufacturing Practice – хорошая производственная практика

Для достижения вышеуказанных задач выполняется следующее:

- политика в области качества и безопасности продукции доводится до всех сотрудников предприятия с разъяснением основных принципов;
- обеспечивается систематическое обучение специалистов теории и практики управления качеством и безопасностью продукции;
- выделяются ресурсы для проведения внутренних аудитов;
- проводится прогноз потребностей, инициируются корректирующие и предупреждающие действия, и проводится оценка их эффективности.

Контроль качества готовой продукции

Контроль качества готовой продукции включает в себя все стадии производственного процесса, начиная с приёмки сырья и заканчивая хранением продукции на складах дистрибьюторов. Контроль осуществляется на основании требований законодательства, внутренних спецификаций на продукт, а также требований хороших производственных и лабораторных практик. Завод имеет свою лабораторию, специалисты, которой осуществляют тестирование на органолептические, физико-химические и микробиологические параметры.

PR1. Стадии жизненного цикла, на которых воздействие на здоровье и безопасность продукции и услуг оцениваются для выявления возможностей улучшения, и доля существенных продуктов и услуг, подлежащих таким процедурам	Стадия	Да/Нет
	Разработка концепции продукции	Да
	Исследования и разработка	Да
	Сертификация	Да
	Производство	Да
	Маркетинг и продвижение	Да
	Хранение, распределение и снабжение	Да
	Использование и обслуживание	Да
	Утилизация, повторное использование или вторичная переработка	Да

Ежегодно наш завод в Покрове выпускает 6 млрд. стограммовых плиток шоколада. Каждый житель России может съесть в год по 40 плиток шоколада, произведенного на заводе «Крафт Фудс Рус» в Покрове.

Если сложить все 6 млрд. плиток в одну линию, то получится расстояние, равно 90 000 км. Такой линией можно дважды опоясать земной шар!



Показатели результативности подходов к организации труда и достойного труда

LA6. Доля всего персонала, представленного в официальных совместных комитетах по здоровью и безопасности с участием представителей руководства и ее работников, участвующих в мониторинге и формулирующих рекомендации в отношении программ по здоровью и безопасности на рабочем месте

В состав Комитета по охране труда и экологии входит 11 человек (из них 7 от рабочего коллектива, 4 от работодателя)

LA7. Уровень производственного травматизма, уровень профессиональных заболеваний, коэффициент потерянных дней и коэффициент отсутствия на рабочем месте, а также общее количество смертельных исходов, связанных с работой, в разбивке по регионам

1 травма с потерей рабочего времени
16 рабочих смен потеряно из-за травм
Коэффициент травматизма – 0,2
По сравнению с 2010 годом коэффициент травматизма снижен на 80%.

LA8. Существующие программы образования, обучения, консультирования, предотвращения и контроля риска, для помощи сотрудникам, членам их семей и представителям населения в отношении тяжелых заболеваний

- Аттестация рабочих мест.
- Оценка рисков на рабочих местах.
- Программа «Безопасное поведение».
- В 2010–2011 гг. была расширена программа «Безопасное поведение», запущенная в 2008 г.
- В 2010 году начато проведение мини-инспекций по охране труда и экологии. Это позволило создать инструмент «измерения» технической безопасности машин, оборудования и сооружений относительно государственных и корпоративных стандартов по охране труда, экологии и ресурсосбережению.
- В 2012 планируется привлечение производственных сотрудников к участию в инспекциях в качестве проверяющих.



**Программы
ответственности
на производстве.
Завод по производству
сублимированного* кофе
под Санкт-Петербургом**

Программы ответственности на производстве

Завод «Крафт Фудс Рус» по производству сублимированного кофе под Санкт-Петербургом был торжественно открыт 23 ноября 2000 года. Первоначально на заводе функционировали всего 2 упаковочные линии. Благодаря росту популярности кофейных брендов Kraft Foods *Jacobs*, *Carte Noire* и *Maxwell House*, производительность завода возросла в 4 раза за период с 2001 по 2006 гг.

В 2007 году на заводе был запущен процесс полного цикла обработки зелёных бобов и производства натурального растворимого сублимированного кофе с использованием

самой прогрессивной производственной технологии, передового опыта и достижений западноевропейских заводов компании Kraft Foods.

Сегодня объем производства завода составляет 10 500 тонн в год, объем инвестиций с 2000 года – более 150 млн. долларов США, количество сотрудников завода – более 350.

Производимые бренды – *Jacobs* (лидер в сегменте премиального сублимированного кофе), *Carte Noire* (лидер в сегменте суперпремиального сублимированного кофе) и *Maxim*.

25 октября 2011 года на пресс-конференции в Администрации Ленинградской области было объявлено, что в 2011–2014 гг. компания Kraft Foods инвестирует более 100 млн. долларов США в удвоение производства на заводе под Санкт-Петербургом, при этом более 7,5 млн. долларов США будет затрачено на установку оборудования по переработке твердых отходов кофейного производства.

Таким образом, уже к концу 2012 года завод «Крафт Фудс Рус» под Санкт-Петербургом станет самым крупным заводом по производству сублимированного кофе в мире!



*Сублимированный, или как его еще называют «вымороженный» кофе, производится по технологии «сушка замораживанием». Ледяные кристаллы кофейного экстракта обезвоживаются в вакууме. При этом кофе сохраняет гораздо больше натуральных полезных веществ и обладает более тонким вкусом и ароматом, чем при других способах производства.

Программы ответственности на производстве

Решение о расширении производства было принято в связи с необходимостью удовлетворить растущий спрос на кофе под марками *Jacobs*, *Carte Noire* и *Maxim*,

производимых «Крафт Фудс Рус», и в целях расширения экспортного потенциала компании.

Мы поставляем наш кофе в такие страны как:

Украина
Польша
Румыния
Болгария



Тунис
Иран
Алжир
Марокко

6 000 000 000 

Кофе, ежегодно производимого на Санкт-Петербургском заводе, хватит на 6 миллиардов чашек кофе. Этого достаточно, чтобы угостить вкусным напитком 85% населения нашей планеты!

При этом, следуя глобальной тенденции повышения энергоэффективности производства, на заводе под Санкт-Петербургом будет установлено оборудование по переработке твердых отходов кофейного производства – кофейного жмыха. На кофейных заводах Kraft Foods в Германии, Японии и Корее уже успешно работают технологии по пере-

работке кофейного жмыха, и к концу 2012 года будет завершено ее внедрение на заводе под Санкт-Петербургом.

Таким образом, Санкт-Петербургский завод «Крафт Фудс Рус» также станет самым современным кофейным производством в мире.



Установка оборудования по утилизации кофейного жмыха позволит:

- снизить потребление энергоносителей на 28% в масштабе России
- сократить количество твердых отходов кофейного производства на 20 000 тонн
- сократить потребление не возобновляемого источника энергии – природного газа на 10 млн. м³ в год

	Тип материалов	Наименование	Единица измерения	Значение
EN1. Использованные материалы с указанием массы или объема (общее количество материалов, использованных в 2011 году)	Используемые в производстве	Зеленые бобы	кг	24 202 499 Увеличение показателя на 9,5%
		Кофе	кг	830 045 Сокращение показателя на 200% за счет увеличения объемов обработки зеленых бобов
		Сахар	кг	1 290 490
		Масло кофейное	кг	3 154
		Подсластители	кг	1 167
		Кофейная смесь (сливки и кофе)	кг	720 388
	Первичные упаковочные материалы	Банка стекло	шт.	56 996 943
		Пленка	шт.	307 682 634
		Крышка	шт.	66 590 546
	Этикетки	Пленка, бумага	шт.	57 253 553
	Вторичные и другие упаковочные материалы	Картон	шт.	26 347 640
		Дерево (поддоны)	шт.	83 301

EN2. Доля материалов, представляющих собой переработанные или повторно используемые отходы	Не применимо
EN3. Прямое использование энергии с указанием первичных источников	786 367 ГДж (газ и дизельное топливо, приобретаемое из внешних источников). По сравнению с 2010 годом показатель увеличился на 19% в связи с увеличением объемов производства.
EN4. Косвенное использование энергии с указанием первичных источников	26 041,072 МВт • ч

EN5. Энергия, сэкономленная в результате мероприятий по снижению энергопотребления и повышению энергоэффективности	Не применимо
EN8. Общее количество забираемой воды с разбивкой по источникам	782 104 м³ питьевой воды от внешнего поставщика. По сравнению с 2010 годом показатель увеличился на 21% в связи с увеличением объемов производства.
EN10. Доля и общий объем многократно и повторно используемой воды	Вода в оборотных системах не учитывается
EN16. Полные прямые и косвенные выбросы парниковых газов с указанием массы.	45 200 414 кг
EN19. Выбросы озоноразрушающих веществ с указанием массы	Не применимо
EN21. Общий объем сбросов с указанием качества сточных вод и принимающего объекта	Производственные и хозяйственно-бытовые сточные воды, сбрасываемые в систему городской канализации – 565 452 м³. По сравнению с 2010 годом показатель увеличился на 35% в связи с увеличением объемов производства.
EN26. Инициативы по смягчению воздействия продукции и услуг на окружающую среду и масштаб смягчения воздействия	Энергопотребление В 2011 году реализованы ряд проектов по снижению энергопотребления: • установка счетчиков на все потребители энергоресурсов; • замена существующего освещения в «Cold Room» на светодиоды; • запуск проекта утилизации конденсата высокого давления. Упаковка В 2011 году разработаны проекты по уменьшению потерь упаковочных материалов. Их реализация намечена на 2012 год.

EN30. Общие расходы и инвестиции на охрану окружающей среды, с разбивкой по типам	Вид расхода	Значение, руб.
	Экологические платежи	753 354 Увеличение почти в 1,5 раза по сравнению с расходами в 2010 году
	Энергосбережение	16 485 000 Увеличение почти в 3 раза по сравнению с расходами в 2010 году
	Итого	17 238 354 Увеличение почти в 4 раза по сравнению с расходами в 2010 году, связано с запуском очистных сооружений и утилизацией осадка от реагентной очистки сточных вод

Показатели результативности в области ответственности за продукцию

Целью завода является производство безопасных продуктов, которые соответствуют или превышают ожидания заказчиков и потребителей, соответствуют требованиям компании Kraft Foods, а также законам Российской Федерации и государств, в которые экспортируются продукты.

Для обеспечения этих требований предприятие разработало, документировало, внедрило, сертифицировало и реализует систему менеджмента качества и пищевой безопасности в соответствии с ISO 9001:2008 и ISO 22000:2010, системы экологического менеджмента и менеджмента профессионального здоровья и безопасности в соответствии с ISO 14001:2004 и OHSAS 18001:2007.

Система менеджмента качества включает производство, расфасовку и упаковку кофе растворимого натурального в стеклянные и металлические банки, в мягкую полимерную упаковку, а также, в пакетики из полимерной пленки; производство напитков кофейных растворимых различных наименований. А также промежуточное хранение готовой продукции до отправки на склады потребителя.

Сотрудники завода разработали планы качества, которые включают планы лабораторного контроля готовой продукции и сырья контролирующими организациями, планы микробиологического контроля сырья, готовой продукции, окружающей среды в сторонних лабораториях (в соответствии с требованиями Kraft Foods и Российского законодательства), графики уборки производственных, складских, офисных, вспомогательных помещений, технологического оборудования, а также HACCP- планы по обеспечению безопасности выпускаемых продуктов.

Программы ответственности на производстве

Контроль целостности СМК обеспечивается внутренними аудитами. Все процессы, являющиеся составной частью СМК, подвергаются проверке в соответствии с Графиком аудитов.

Проведенная в 2011 году проверка не выявила никаких случаев несоответствия готовой продукции требованиям нормативной документации и спецификаций «Крафт Фудс Рус» в отношении качества и безопасности продукции, случаев нарушения требований ISO 9001/22000, корпоративных требований. Несоответствий по результатам прохождения инспекционного аудита ISO 22000 в 2010 году также не выявлено.

На заводе внедрена электронная система управления документацией и последние версии таких документов СМК, как Политика качества/пищевой безопасности, Цели в области качества, Программа менеджмента качества, Руководство по качеству. Описания процессов, процедуры качества, частично инструкции качества хранятся на общем диске и открыты для сотрудников, имеющих доступ к компьютерам, а также выложены на корпоративном сайте www.kraft-foods.ru.

В целях выполнения требований российского законодательства к поставляемой продукции проведена сертификация сырья и готовой продукции, внесены изменения в технические условия по напиткам кофейным растворимым, проведены все необходимые лабораторно-инструментальные исследования по программе производственного контроля.

Показатели результативности подходов к организации труда и достойного труда

LA6. Доля всего персонала, представленного в официальных совместных комитетах по здоровью и безопасности с участием представителей руководства и ее работников, участвующих в мониторинге и формулирующих рекомендации в отношении программ по здоровью и безопасности на рабочем месте	Приказом директора утвержден состав комитета по охране окружающей среды и охране труда. 4 раза в год проводятся заседания, составляются протоколы. Директор завода – председатель комитета. В состав комитета по охране труда и экологии входит до 4% персонала завода.
LA7. Уровень производственного травматизма, уровень профессиональных заболеваний, коэффициент потерянных дней и коэффициент отсутствия на рабочем месте, а также общее количество смертельных исходов, связанных с работой, в разбивке по регионам	1 несчастный случай по пути с работы – 3 человека получили травмы 27 смен потеряно из-за травм Коэффициент производственного травматизма (КПТ)=0,0022 Коэффициент потерянных дней (КПД)=0,06 Уровень профессиональных заболеваний – 0 Смертельных исходов – 0
LA8. Существующие программы образования, обучения, консультирования, предотвращения и контроля риска, для помощи сотрудникам, членам их семей и представителям населения в отношении тяжелых заболеваний	Существуют программы аттестации рабочих мест, оценки рисков на рабочих местах с целью выявления, контроля и устранения опасных производственных факторов



**Программы
ответственности
на производстве.
Фабрика «Большевик»
в г. Собинка
Владимирской области**

Программы ответственности на производстве

Кондитерская фабрика «Большевик» в г. Собинка Владимирской области была открыта 14 октября 2009 года и стала четвертым производством компании Kraft Foods в России. На начальном этапе инвестиции в этот проект составили около 1,5 млрд рублей. На территории фабрики площадью 15 Га расположены 6 технологических линий по производству печенья и бисквитной продукции. На фабрике трудятся 500 человек.

Эта фабрика имеет ряд особенностей, которые позволяют значительно усовершенствовать технологические процессы, а также расширять производство за счет модульной конструкции фабрики. Производительность фабрики

в настоящее время – 20 000 тонн в год, проектная мощность – 40 000 тонн в год. В октябре 2011 года на фабрике «Большевик» в Собинке был завершен инвестиционный проект по выпуску нового сорта печенья и расширению производственных мощностей, суммарная стоимость которого составила более 100 млн. рублей.

На фабрике «Большевик» в Собинке мы производим легендарной печенье «Юбилейное», которое уже почти 100 лет является неотъемлемой частью жизни россиян, развиваясь в непосредственной связи с историей страны. Также сотрудники нашей фабрики в Собинке выпускают бисквитную продукцию под брендами «Медвежонок Барни» и *Alpen Gold Chocolife*.

Мы поставляем печенье «Юбилейное» в такие страны как:

Беларусь
Молдова
Узбекистан
Таджикистан
Кыргызстан
Казахстан



Азербайджан
Армения
Грузия
Украина
Туркменистан
Монголия

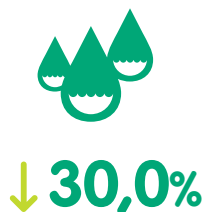


В апреле 2011 года компания «Крафт Фудс Рус» начала производство печенья «Юбилейное Утреннее» на фабрике в Собинке. Для его производства используются особые профили выпекания, которые позволяют максимально сохранить питательные свойства ингредиентов (в том числе сохраняются медленные углеводы, которые усваиваются в течение 4 часов).

Показатели экологической результативности

EN1. Использованные материалы с указанием массы или объема (общее количество материалов, использованных в 2011 году)	Тип материалов	Наименование	Единица измерения	Значение
	Используемые в производстве	Мука пшеничная	кг	8 531 019 Увеличение показателя на 132%
		Сахарный песок	кг	4 479 584 Увеличение показателя на 34%
		Фруктовый сироп	кг	2 517 875 Увеличение показателя на 54%
		Глазурь кондитерская	кг	1 771 832
		Меланж	кг	1 452 042 Увеличение показателя на 55%
		Масло пальмовое	кг	1 155 614 Увеличение показателя на 32%
		Масса шоколадная	кг	903 306
		Масло рапсовое	кг	795 219 Увеличение показателя на 120%
	Первичные упаковочные материалы	Коррекс	кг	28 482 287 Увеличение показателя на 49%
		Пленка	кг	261 147 Увеличение показателя на 59%
	Вторичные и другие упаковочные материалы	Картон	кг	11 218 975 Увеличение показателя на 401%
		Дерево (поддоны)	кг	60 000 Увеличение показателя на 30%

EN2. Доля материалов, представляющих собой переработанные или повторно используемые отходы	3% (в массу повторно использованных отходов включены отходы, передающиеся другим организациям)
EN3. Прямое использование энергии с указанием первичных источников	79 525 ГДж (природный газ) По сравнению с 2010 годом объем потребляемого природного газа увеличился на 15% при существенном увеличении объемов производства
EN4. Косвенное использование энергии с указанием первичных источников	36 057 ГДж (электроэнергия) По сравнению с 2010 годом объем потребляемой электроэнергии увеличился в 16 раз вследствие существенного увеличения объемов производства
EN8. Общее количество забираемой воды с разбивкой по источникам	56 310 м³ – муниципальные каналы По сравнению с 2010 годом объем забираемой воды увеличился на 19% в связи с увеличением объемов производства
EN10. Доля и общий объем многократно и повторно используемой воды	Не используется
EN16. Полные прямые и косвенные выбросы парниковых газов с указанием массы	6 737 000 кг, где CO ₂ – эквивалент Объем выбросов увеличился на 37%
EN19. Выбросы озоноразрушающих веществ с указанием массы	41 кг фреона R-22 Происходила дозаправка системы
EN21. Общий объем сбросов с указанием качества сточных вод и принимающего объекта	52 234 м³ – сброс в хозяйственно-бытовую канализацию По сравнению с 2010 годом показатель увеличился на 63%



Проведена оптимизация процессов мойки на линии «Барни», в результате наблюдается сокращение потребления воды и образования сточной воды на 30% (данные за ноябрь–декабрь 2011 года).



Благодаря модернизации и проведению дополнительных настроек автоматического оборудования на линии «Барни» произошло снижение брака пленки и образования отходов на 2,5%.

EN26. Инициативы по смягчению воздействия продукции и услуг на окружающую среду и масштаб смягчения воздействия

На предприятии был разработан годовой план природоохранных мероприятий по рациональному использованию ресурсов, результатом которого стали:

- уменьшение использования воды;
- сокращение образования сточной воды;
- сокращение образования производственных отходов.

Так, расход воды на тонну готовой продукции сократился на 21% (2010 – 3,3 м³ на тонну готовой продукции, 2011 – 2,6 м³ на тонну готовой продукции).

Сокращение выбросов парниковых газов

В 2011 году было получено разрешение на выброс. Выбросы контролируются на основе лабораторных исследований и расчетных методов.

Превышений в 2011 году не обнаружено.

Водопотребление

Установлена станция химической очистки водопроводной воды (снижение жесткости и содержания железа). Произведен расчет водопотребления и водоотведения, выявлены и обозначены основные источники потребления воды, а также сделан расчет потребления на тонну готовой продукции.

Контроль за качеством питьевой воды, сбрасываемой сточным путем, осуществляется за счет проведения ежеквартальных анализов.

Сокращение отходов производства

Получены лимиты на размещение отходов в соответствии с требованиями законодательства. Согласно этим лимитам проводится контроль образования и временного хранения отходов.

Оборудованы места накопления опасных отходов поддонами.

Установлены новые дополнительные контейнеры для сортировки отходов в производство. Проведено внутреннее обучение работников по сортировке отходов производства и мерам обращения с ними.

EN29. Значимое воздействие на окружающую среду перевозок продукции и других товаров и материалов, используемых для деятельности организации, и перевозок рабочей силы

Не применимо, так как на балансе предприятия отсутствуют средства перевозок.

EN30. Общие расходы и инвестиции на охрану окружающей среды, с разбивкой по типам

Вид расхода	Значение, руб.
Переработка отходов	2 446 206 Увеличение в 2,5 раза по сравнению с расходами в 2010 году
Экологические платежи	2 229 192 Существенное увеличение в связи с завершением разворачивания производства на этой площадке
Итого	4 675 398 Увеличение в 4,8 раза по сравнению с расходами в 2010 году

Показатели результативности подходов к организации труда и достойного труда

LA6. Доля всего персонала, представленного в официальных совместных комитетах по здоровью и безопасности с участием представителей руководства и ее работников, участвующих в мониторинге и формулирующих рекомендации в отношении программ по здоровью и безопасности на рабочем месте

Комитет по Охране труда, экологии и модернизации процессов включает 22 человека высшего руководства, руководителей среднего звена, инженеров и специалистов и 4 представителя трудового коллектива.

В программах по мониторингу безопасности процессов превентивных и координирующих мероприятий участвуют все начальники смен, инженерный состав и руководство структурными подразделениями (индивидуальные аудиты, внутренние инспекции).

LA7. Уровень производственного травматизма, уровень профессиональных заболеваний, коэффициент потерянных дней и коэффициент отсутствия на рабочем месте, а также общее количество смертельных исходов, связанных с работой, в разбивке по регионам

1 несчастный случай с потерей рабочего времени 13 дней. Травма легкая.

Коэффициент производственного травматизма (КПТ)=0,33

Коэффициент потерянных дней (КПД)=4,31

Уровень профессиональных заболеваний – 0

Смертельных исходов – 0

LA8. Существующие программы образования, обучения, консультирования, предотвращения и контроля риска, для помощи сотрудникам, членам их семей и представителям населения в отношении тяжелых заболеваний

Существует матрица обучения по общим вопросам охраны труда, экологии и по промышленной безопасности.

Обучение рабочего персонала нацелено на выработку и развитие навыков оценки рисков для здоровья и подтверждается обратной связью, когда сотрудники сообщают о выявленных рисках и предлагают координирующие мероприятия.

Аттестация рабочих мест – плановая и в связи с изменением технологических процессов после модернизации.



Программы ответственности на производстве. Завод по производству жевательной резинки в Великом Новгороде

* На фасаде здания завода установлены специальные жалюзи для регулирования потока солнечного света

Программы ответственности на производстве

Завод по производству жевательной резинки в Великом Новгороде был открыт в 1999 году датской компанией Dandy.

Первоначальный объем инвестиций в строительство завода составил порядка 2 345 000 000 рублей.



На нашем заводе в Великом Новгороде мы производим жевательную резинку под брендами *Dirol*, *Stimorol* и *Malabar*.

Американская Ассоциация строительных компаний (СМАА) признала проект ДИРОЛ KV23 лучшим в номинации «Международный проект 2000 года».

Общая производственная площадь завода – около 12 000 м². Производство работает в три смены, 5 дней в неделю. Производственная мощность – более 10 000 тонн жевательной резинки в год. Численность сотрудников фабрики составляет порядка 380 человек. Сегодня завод выпускает продукцию, которая продается в России и экспортируется в другие страны присутствия компании.

С момента открытия завода в Великом Новгороде, его руководство активно занимается проектами, направленными на уменьшение воздействия предприятия на природную среду. Великий Новгород относится к городам, представляющим всемирную историческую ценность. Большая часть его территории объявлена ЮНЕСКО историческим памятником мирового значения, поэтому сотрудники компании ощущают свою ответственность за сохранность природного наследия города не только перед местными жителями, но и

перед международным сообществом.

Основными направлениями деятельности предприятия в области охраны окружающей среды являются:

- снижение выбросов ароматических веществ в воздух;
- очистка сточных вод;
- уменьшение количества образующихся твердых отходов.

В 2005 году на заводе была введена в эксплуатацию современная и дорогостоящая установка по очистке выбросов от душистых веществ. Инвестиции в этот проект составили 120 миллионов рублей, при этом ежегодно компания дополнительно тратит на замену фильтрующих элементов миллионы рублей.

На фабрике на ежеквартальной основе ведётся мониторинг фактических выбросов летучих компонентов душистых веществ в сравнении с предельно допустимой концентрацией (ПДК).

Мы экспортируем жевательную резинку, производимую на заводе в Великом Новгороде, в такие страны как:

Англия
Франция
Дания
Греция



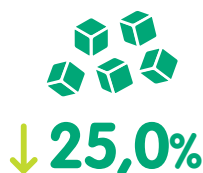
страны СНГ
и Прибалтики



Показатели экологической результативности

	Тип материалов	Наименование	Единица измерения	Значение
EN1. Использованные материалы с указанием массы или объема (общие количества материалов, использованных в 2011 году)	Используемые в производстве	Кислоты	кг	82 127 Увеличение показателя на 16% по сравнению с 2010 годом
		Красители	кг	23 324 Сокращение показателя на 1% по сравнению с 2010 годом
		Эмульгаторы	кг	17 944 Сокращение показателя на 11% по сравнению с 2010 годом
		Ароматизаторы	кг	284 873 Увеличение показателя на 4% по сравнению с 2010 годом
		Глазирующие агенты	кг	4 398 Сокращение показателя на 6% по сравнению с 2010 годом
		Резиновые основы	кг	2 325 470 Увеличение показателя на 3% по сравнению с 2010 годом
		Полиолы	кг	6 831 546 Увеличение показателя на 1% по сравнению с 2010 годом
		Сахар	кг	162 934 Сокращение показателя на 25% по сравнению с 2010 годом
		Подсластители	кг	179 559 Сокращение показателя на 15% по сравнению с 2010 годом
		Другие	кг	598 039
	Первичные упаковочные материалы	Алюминиевая фольга	шт.	646 135 324 Увеличение показателя на 0,5% по сравнению с 2010 годом
		Картон	шт.	59 168 587 Увеличение показателя на 8% по сравнению с 2010 годом
		Бумага	шт.	324 396 290 Увеличение показателя в 2 раза по сравнению с 2010 годом
		Обертка, термоусадочная этикетка	шт.	146 756 805
		Пластиковая банка	шт.	2 357 985
	Этикетки	Этикетки	шт.	2 961 296 Увеличение показателя на 31% по сравнению с 2010 годом
	Прочая вторичная упаковка	Клейкие материалы (лента, скотч)	м	1 249 722 Сокращение показателя на 9% по сравнению с 2010 годом
		Гофрированный картон	шт.	1 847 312 Увеличение показателя на 22% по сравнению с 2010 годом
		Термоусадочная пленка	м	1 251 000
		Пластиковые мешки, 20 кг	шт.	27 074
		Пленка, разрывная лента	м	17 660 564
		Другие	шт.	27 074

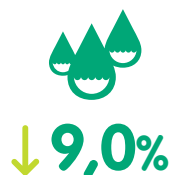
EN2. Доля материалов, представляющих собой переработанные или повторно используемые отходы	0
EN3. Прямое использование энергии с указанием первичных источников	Нет информации о первичных источниках энергии
EN4. Косвенное использование энергии с указанием первичных источников	Нет информации о первичных источниках энергии
EN5. Энергия, сэкономленная в результате мероприятий по снижению энергопотребления и повышению энергоэффективности	В 2011 году мероприятий не проводилось
EN6. Инициативы по предоставлению энергоэффективных или основанных на использовании возобновляемой энергии продуктов и услуг, и снижение потребности в энергии в результате этих инициатив	В 2011 году таких инициатив не проводилось
EN8. Общее количество забираемой воды с разбивкой по источникам	44 689 м ³ – муниципальные каналы Сокращение показателя на 9% по сравнению с 2010 годом
EN10. Доля и общий объем многократно и повторно используемой воды	Вода повторно не используется
EN16. Полные прямые и косвенные выбросы парниковых газов с указанием массы.	12 845 000 кг – косвенные выбросы CO ₂ Сокращение показателя на 5% по сравнению с 2010 годом
EN19. Выбросы озоноразрушающих веществ с указанием массы	0
EN21. Общий объем сбросов с указанием качества сточных вод и принимающего объекта	36 511 м ³ – сброс очищенных производственно-бытовых сточных вод в системы коммунального хозяйства Сокращение показателя на 10% по сравнению с 2010 годом



Сокращение количества сахара, используемого в производстве, по сравнению с 2010 годом



Сокращение полных прямых и косвенных выбросов парниковых газов, по сравнению с 2010 годом



Сокращение количества забираемой воды из муниципальных каналов, по сравнению с 2010 годом



Сокращение сброса очищенных производственно-бытовых сточных вод в системы коммунального хозяйства, по сравнению с 2010 годом

EN26. Инициативы по смягчению воздействия продукции и услуг на окружающую среду и масштаб смягчения воздействия

Энергопотребление

Общее энергопотребление в 2011 году составило 33,7 млн. кВт/ч, что на 5% ниже (на 1,6 млн. кВт/ч), чем в 2010 году.
Удельное энергопотребление составило 3 462 кВт/ч на тонну выпущенной продукции, что на 1% (на 23 кВт/ч) меньше, чем в 2010 году.

Водопотребление

Общее водопотребление в 2011 году снизилось по сравнению с данными за 2010 год, и составило 44 689 м³, что на 11% меньше, чем в 2010 году.
Удельное водопотребление – 4, 595 м³ на тонну готовой продукции. Это на 0,26 м³ (на 5%) на тонну готовой продукции меньше, чем в 2010 году.

Выбросы углекислого газа

Расчетный выброс углекислого газа за 2011 год, исходя из количества потребленной энергии, составил 12 845 т, что на 5% или 610 т меньше, чем в 2010 году.
Удельный показатель выбросов CO₂ на тонну продукции составил 1,32 т на тонну готовой продукции. Это на 2,5% (0,3 т) на тонну готовой продукции меньше, чем в 2010 году.

Сокращение производственных отходов

В 2011 году удельный показатель количества отходов составил 81,4 кг на тонну готовой продукции. В этом показателе учитывались все виды отходов, которые образовались от деятельности фабрики, в том числе отходы сырьевых и упаковочных материалов, жидкие отходы, отработанные масла и прочее.
Показатель увеличился на 9% по сравнению с 2010 годом.

EN30.
Общие расходы и инвестиции на охрану окружающей среды, с разбивкой по типам

Вид расхода	Значение, руб.
Переработка отходов	151 620 Сокращение платежей на 39% по сравнению с 2010 годом
Экологические платежи	329 700 Увеличение платежей на 79% по сравнению с 2010 годом
Итого	481 320 Увеличение платежей на 11% по сравнению с 2010 годом

Показатели результативности в области ответственности за продукцию

Безопасность и качество продукции

Контроль качества производимой продукции осуществляется на всех стадиях производственного процесса от получения сырьевых и упаковочных материалов до готовой продукции. Не соответствующий требованиям материал / полуфабрикат / продукт блокируется и не используется. По факту обнаруженного несоответствия проводится

расследование, и выполняются необходимые корректирующие и профилактические мероприятия.

Система менеджмента качества фабрики сертифицирована на соответствие требованиям международных стандартов ISO 9001 и BRC (единый стандарт Британского консорциума предприятий розничной торговли по производству пищевых продуктов).

Показатели результативности подходов к организации труда и достойного труда

LA6. Доля всего персонала, представленного в официальных совместных комитетах по здоровью и безопасности с участием представителей руководства и ее работников, участвующих в мониторинге и формулирующих рекомендации в отношении программ по здоровью и безопасности на рабочем месте

На фабрике работает Комитет по охране труда, Комиссия по аттестации рабочих мест, группа внутренних аудиторов по охране труда. В работе данных комитетов и групп принимают участие около 5% сотрудников фабрики.

LA7. Уровень производственного травматизма, уровень профессиональных заболеваний, коэффициент потерянных дней и коэффициент отсутствия на рабочем месте, а также общее количество смертельных исходов, связанных с работой, в разбивке по регионам

Коэффициент производственного травматизма (КПТ) – 0
Коэффициент профзаболеваний (КПЗ) – 0
Коэффициент потерянных дней (КПД) – 0
Коэффициент отсутствия на рабочем месте (КО) – 0

LA8. Существующие программы образования, обучения, консультирования, предотвращения и контроля риска, для помощи сотрудникам, членам их семей и представителям населения в отношении тяжелых заболеваний

Завод выполняет все законодательные требования в области охраны труда. В настоящее время проводится подготовка к сертификации на соответствие требованиям международного стандарта OHSAS 18001. Сертификационный аудит запланирован на 4-й квартал 2012 года. Большое внимание уделяется улучшению условий труда в рамках аттестации рабочих мест, проведению медосмотров и обучению персонала. На фабрике разработана программа обучения по оценке рисков (рабочих мест и видов работ), направленная на выявление, контроль и устранение опасных производственных факторов. Обучение проходят только сотрудники фабрики.



Программы
ответственности
на производстве.
Завод по производству
шоколада в г. Чудово
Новгородской области

Программы ответственности на производстве

Официальное открытие завода «Кэдбери» в городе Чудово Новгородской области состоялось 18 июля 1997 года. Инвестиции в строительство составили свыше 120 миллионов

долларов, при этом завод был построен в рекордно короткие сроки – за 13 месяцев!

Строительство завода в Чудово – это крупнейший единовременный инвестиционный проект компании «Кэдбери» за пределами Великобритании.

Проектная производственная мощность завода составляет более 40 000 тонн шоколадных изделий в год. Например, в 2010 году на нашем заводе в Чудово было произведено почти 15 000 тонн шоколада – а это 250 миллионов батончиков *Picnic* – достаточно, чтобы угостить всех жителей России, Германии, Швеции и Нидерландов.

В 2011 году на завод в городе Чудово были перенесены линии по производству вафельных тортов «Причуда». Таким образом, компания консолидировала производство вафельной продукции на этой площадке.

Завод является одним из градообразующих предприятий города Чудово. Здесь компания делает серьезные капиталовложения в развитие городской инфраструктуры, стремясь повысить качество жизни здесь и удержать жителей города на существующих рабочих местах.



Сегодня в Чудово производится продукция «Крафт Фудс Рус» под брендами *Picnic*, *Tempo*, «Причуда» и *Cadbury*.

Показатели экологической результативности

EN1. Использованные материалы с указанием массы или объема (общие количества материалов, использованных в 2011 году)	Тип материалов	Наименование	Единица измерения	Значение
	Используемые в производстве	Мука пшеничная	кг	974 440 Увеличение на 23% по сравнению с 2010 годом
		Сахар	кг	4 849 060 Сокращение показателя на 13% по сравнению с 2010 годом
		Орехи	кг	3 263 620 Увеличение на 148% по сравнению с 2010 годом
		Изюм	кг	75 520 Сокращение показателя на 93% по сравнению с 2010 годом
		Какао продукты, включая шоколадные массы	кг	10 982 400 Увеличение показателя в 3 раза по сравнению с 2010 годом
		Молочные продукты	кг	1 567 170 Сокращение показателя на 7% по сравнению с 2010 годом
		Жиры	кг	1 171 400 Увеличение показателя на 1% по сравнению с 2010 годом
		Лецитин	кг	41 700 Сокращение показателя на 15% по сравнению с 2010 годом
		Кукурузные хлопья, воздушный рис	кг	883 250
		Глицерин	кг	7 840
		Патока карамельная	кг	412 960
		Другие	кг	71 280
	Первичные упаковочные материалы	Отходы, содержащие алюминиевую фольгу	кг	945
		Полиэтилен	кг	16 290
		Картон	кг	230 669
	Этикетки	Бумага	кг	153 686
		Полипропилен	кг	3 540
		Дерево (поддоны)	кг	Не учитываем, так как используется возвратная тара
	Прочая вторичная упаковка	Картон	кг	0

EN2. Доля материалов, представляющих собой переработанные или повторно используемые отходы	83,5%
EN3. Прямое использование энергии с указанием первичных источников	119 709 Дж – использование электроэнергии и газа
EN4. Косвенное использование энергии с указанием первичных источников	51 340 ГДж – котельная
EN8. Общее количество забираемой воды с разбивкой по источникам	60 111 м ³ – муниципальные каналы Увеличение на 17% по сравнению с показателем 2010 года
EN10. Доля и общий объем многократно и повторно используемой воды	Вода в оборотных системах не учитывается
EN16. Полные прямые и косвенные выбросы парниковых газов с указанием массы.	SO ₂ – 0,034 тонн/год CO ₂ – 11,571 тонн/год NO ₂ – 1,103 тонн/год Углеводороды – 0,006 тонн/год Летучие органические соединения – 0,110 тонн/год Прочие газообразные и жидкие – 0,606 тонн/год
EN19. Выбросы озоноразрушающих веществ с указанием массы	Нет
EN21. Общий объем сбросов с указанием качества сточных вод и принимающего объекта	Производственные сточные воды – 46 001 м ³ , городской коллектор г. Чудово Ливневые сточные воды – 46 110 м ³ , река Кересть
EN26. Инициативы по смягчению воздействия продукции и услуг на окружающую среду и масштаб смягчения воздействия	В 2011 году подобные инициативы не реализовывались

EN30. Общие расходы и инвестиции на охрану окружающей среды, с разбивкой по типам	Вид расхода	Значение, руб.
	Переработка отходов	2 402 400 + 105% к расходам в 2010 году
	Экологические платежи	93 618 -2% от расходов в 2010 году
	Итого	2 496 018 Увеличение почти в 2 раза по сравнению с 2010 годом

Показатели результативности в области ответственности за продукцию

Контроль качества производимой продукции осуществляется на всех стадиях производственного процесса от получения сырьевых и упаковочных материалов до готовой продукции. Не соответствующий требованиям материал/полуфабрикат/продукт блокируется и не используется. По факту обнаруженного несоответствия проводится расследование и выполняются необходимые корректирующие и профилактические мероприятия.

Система менеджмента качества завода сертифицирована на соответствие требованиям международных стандартов ISO 9001, BRC (единый стандарт Британского консорциума предприятий розничной торговли по производству пищевых продуктов).

	Стадия	Да/Нет
PR1. Стадии жизненного цикла, на которых воздействие на здоровье и безопасность продукции и услуг оцениваются для выявления возможностей улучшения, и доля существенных продуктов и услуг, подлежащих таким процедурам	Разработка концепции продукции	Да
	Исследования и разработка	Да
	Сертификация	Да
	Производство	Да
	Маркетинг и продвижение	Нет
	Хранение, распределение и снабжение	Да
	Использование и обслуживание	Да
	Утилизация, повторное использование или вторичная переработка	Да
PR3. Виды информации о свойствах продукции и услуг, требуемые процедурами, и доля значимых продуктов и услуг, в отношении которых действуют такие требования к информации	Источники компонентов продукции или услуги	Да
	Состав, в особенности в отношении веществ, которые могут оказывать воздействие на окружающую среду или общество	Да
	Безопасное использование продукции или услуги	Да
	Утилизация продукции и воздействие на окружающую среду / общество	Да
	Другое (объясните)	

Показатели результативности подходов к организации труда и достойного труда

LA6. Доля всего персонала, представленного в официальных совместных комитетах по здоровью и безопасности с участием представителей руководства и ее работников, участвующих в мониторинге и формулирующих рекомендации в отношении программ по здоровью и безопасности на рабочем месте	На заводе работают Комитет по охране труда, различные Комиссии по охране труда и Комиссия по аттестации рабочих мест. В работе комитета и комиссий принимают участие около 10% сотрудников завода.
LA7. Уровень производственного травматизма, уровень профессиональных заболеваний, коэффициент потерянных дней и коэффициент отсутствия на рабочем месте, а также общее количество смертельных исходов, связанных с работой, в разбивке по регионам	Коэффициент производственного травматизма (КПТ) – 0 Коэффициент профзаболеваний (КПЗ) – 0 Коэффициент потерянных дней (КПД) – 0 Коэффициент отсутствия на рабочем месте (КО) – 0
LA8. Существующие программы образования, обучения, консультирования, предотвращения и контроля риска, для помощи сотрудникам, членам их семей и представителям населения в отношении тяжелых заболеваний	Завод выполняет все законодательные требования в области охраны труда. В настоящее время продолжается подготовка к сертификации на соответствие требованиям международного стандарта OHSAS 18001. Большое внимание уделяется улучшению условий труда в рамках аттестации рабочих мест, проведению медицинских осмотров и обучению персонала. На заводе разработана программа обучения по оценке рисков (рабочих мест и видов работ), направленная на выявление, контроль и устранение опасных производственных факторов. Обучение проходят только сотрудники завода.

A close-up photograph of two hands, palms up, holding a large quantity of golden-brown wheat grains. The hands are positioned in the center of the frame, with the fingers slightly curled to support the grain. The background is a soft-focus field of mature wheat stalks, creating a warm, golden atmosphere. The lighting is natural, highlighting the texture of the grain and the skin of the hands.

**Программы
ответственности
на производстве.
Взаимодействие
с поставщиками**

Взаимодействие с поставщиками

Мы осознаем, что безопасность нашей продукции является залогом успеха нашего бизнеса. Производство безопасных продуктов питания лежит в основе наших традиций и является неотъемлемой частью нашей культуры.

Для производства безопасных продуктов питания мы обеспечиваем эффективность систем безопасности и контроля качества, а также сотрудничаем с поставщиками, которые разделяют наши стремления и задачи.

Все материалы, поставляемые компании Kraft Foods, должны соответствовать национальным требованиям по экологии

и требованиям по утилизации, действующим в месте производства и месте(ах) назначения материалов (т.е. в тех местах, где будет осуществляться производство, использование, транспортировка и утилизация продукции). Поставщики должны учитывать необходимость сокращения и предотвращения источников загрязнения окружающей среды, в том числе, необходимость соответствия поставок материалов требованиям борьбы с шумовым загрязнением, перенаселенностью городов, а также требованиям в отношении транспортных средств, количества и объема поставок.

Развитие локальных поставщиков

Глобальная политика компании определяет поддержку локальных поставщиков одним из приоритетных направлений работы. Поддерживая развитие российской экономики, за последнее время «Крафт Фудс Рус» в значительной мере увеличила объем закупок у российских производителей.

При выборе поставщиков компания отдает предпочтение российским производителям, стремящимся повышать качество производимых упаковочных материалов до уровня международных стандартов, а также помогаем им подготовиться к аудитам и пройти сертификацию производства.

Мы работаем с нашими поставщиками и по направлению пищевой безопасности. Процесс взаимодействия с компанией Kraft Foods строится на основе анализа дефектов про-

дукции, контроля качества производственных мощностей и изучения информации о возврате продукции. Этот анализ помогает выявить программы, которые, при надлежащей реализации поставщиком, могли бы предотвратить возврат продуктов, жалобы клиентов, необходимость доработок и простоев, а также обеспечили бы производство безопасной продукции высокого качества.

В настоящий момент около 80% контрактов на поставку упаковочных материалов и 40% контрактов на поставку сырьевых материалов заключены с локальными поставщиками. Бумажные этикетки, гофроящики, картонные коробки, паллеты, а также некоторые виды пленки полностью поставляются российскими производителями.

Программы ответственности на производстве

Поддерживая стремление наших партнеров к постоянному повышению качества выпускаемых материалов, наша компания также помогает создавать положительную репутацию этих компаний на внутреннем рынке, укреплять позиции на рынке материалов и услуг и привлекать новые инвестиции для расширения бизнеса. Комплексная ежегодная оценка со стороны Kraft Foods поставщиков упаковочных материалов по таким показателям, как качество товара, уровень сервиса, цена, уровень технической поддержки клиентов, администрирование поставок и т.д. помогает нашим партнерам на постоянной основе проводить сравнительный анализ, улучшать качество производимой продукции и повышать уровень предоставляемого сервиса.

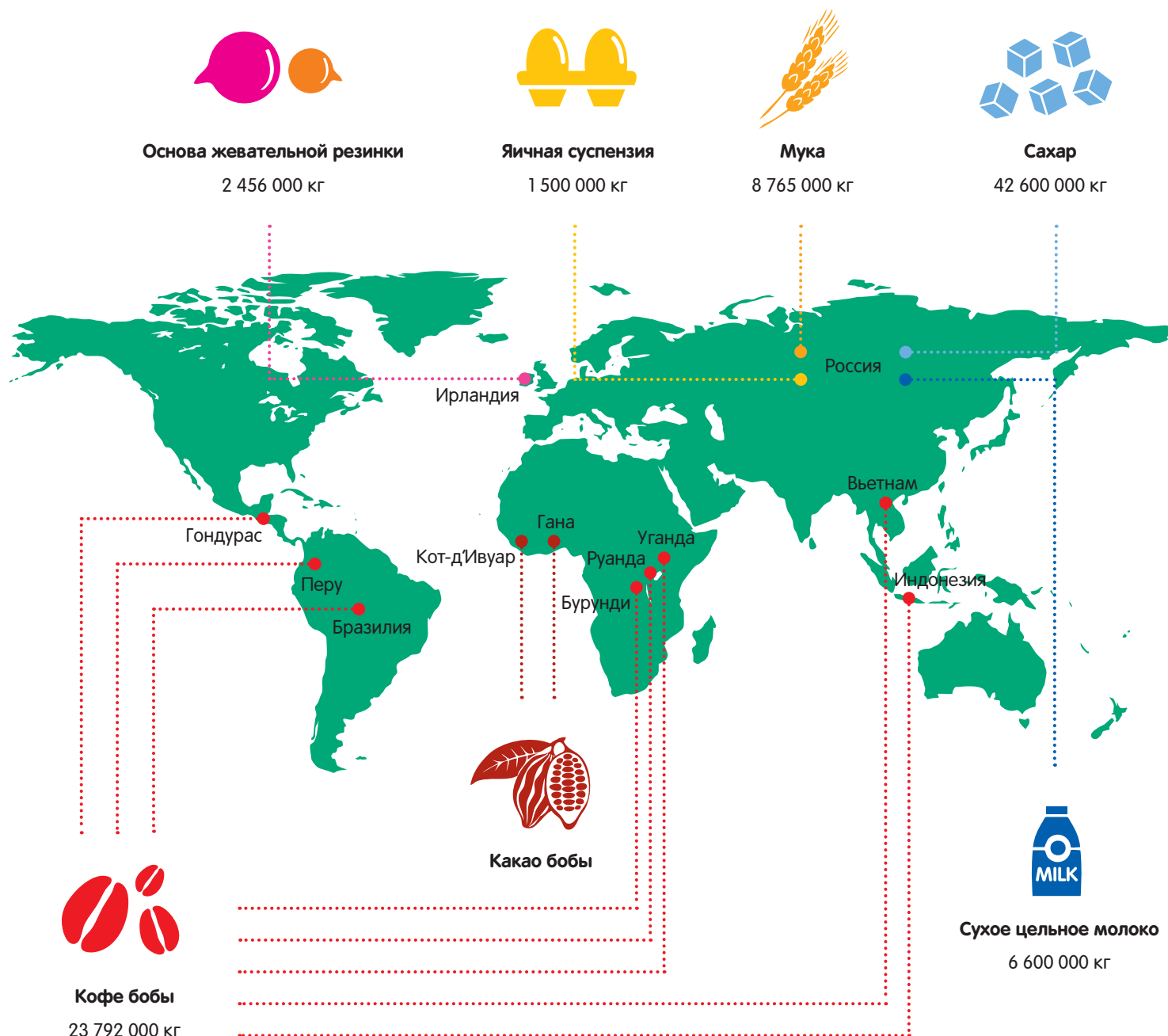
Целенаправленная работа специалистов «Крафт Фудс Рус» по развитию локальных поставщиков уже принесла плоды. В четвертом квартале 2011 года «Крафт Фудс Рус» начала сотрудничество с российским поставщиком рапсового масла (ранее этот ингредиент поставлялся из Германии), а также порекомендовала его для сотрудничества подразделению Kraft Foods на Украине.

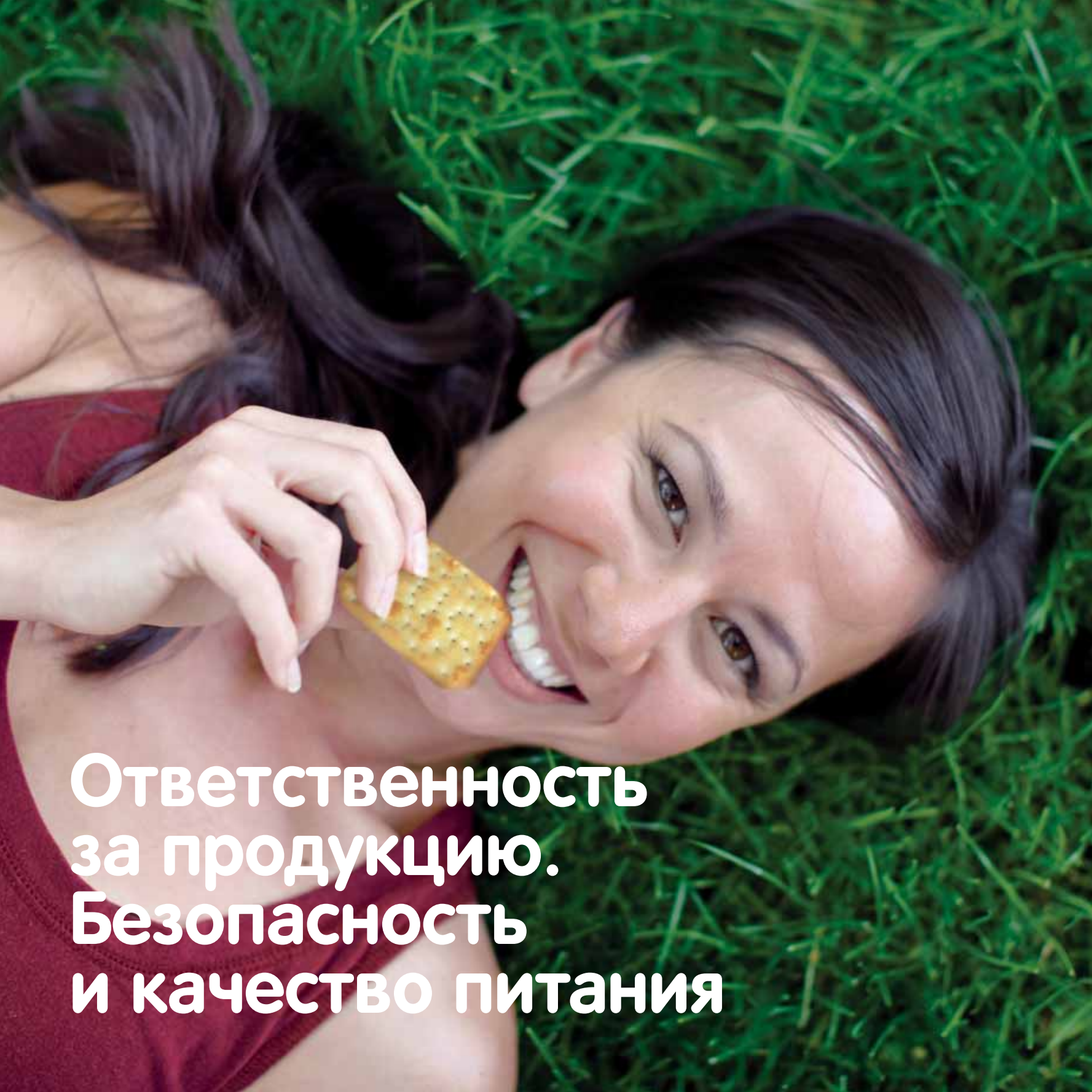
По предварительным оценкам годовой оборот от сотрудничества с Kraft Foods для данного поставщика составит около 60 млн. руб. Дальнейшее расширение сотрудничества приведет к увеличению оборота еще на 5–6%.

Соотношение иностранных и локальных поставщиков в денежном выражении:



Программы ответственности на производстве





**Ответственность
за продукцию.
Безопасность
и качество питания**

Следование строгим стандартам

Обеспечение безопасности и качества наших продуктов питания – наш первостепенный приоритет и часть корпоративной культуры Kraft Foods. Потребители доверяют нашим брендам уже на протяжении более чем 100 лет, и сохранение

этого доверия начинается с качественных продуктов, которые наши потребители могут с удовольствием предложить своим семьям. Нам необходимо быть уверенными в том, что мы заслуживаем доверие покупателей каждый день.

На производстве

Все заводы «Крафт Фудс Рус» сертифицированы в системе международных стандартов серии ISO 9001 (Система менеджмента качества), ISO 22000 (Система менеджмента пищевой безопасности). Ежегодно на заводах проводятся инспекционные аудиты на соответствие требованиям стандарта ISO 22000 и периодические аудиты на соответствие требованиям стандарта ISO 9001.

Все производственные площадки компании проходят корпоративные проверки на соответствие требованиям внутренних стандартов: каждые два года валидация (подтверждение) планов HACCP и аудиты качества и пищевой безопасности. Данные аудиты проводятся командой специалистов и экспертов компании, которые работают в службах качества, пищевой безопасности и санитарии. Это специалисты-микробиологи, технические эксперты в санитарном дизайне производственного оборудования, в гигиенической обработке оборудования и т.д.

Также в нашей компании существуют хорошо разработанные, полноценные с точки зрения технических экспертиз, внутренние стандарты в области системы менеджмента качества и пищевой безопасности. Стандарты обновляются по мере появления новых научных исследований и разработок, чтобы своевременно отражать требования и новые подходы в области пищевой безопасности.

В ежедневной работе

Применение системы контроля качества Kraft Foods гарантирует, что сотрудники компании, поставщики и дистрибьюторы действуют в соответствии с нашими стандартами. В компании внедрены 72 образовательные программы на тему качества продукции, охватывающие широкий круг вопросов – от санитарных требований и контроля содержания аллергенов до дизайна упаковки.

Перед закупкой ингредиентов и сырья у поставщиков в любой точке земного шара мы проводим аудит производственных помещений, позволяющий убедиться в соответствии нашим требованиям к качеству услуг поставщиков.

Аудит поставщиков проводится не реже, чем раз в три года. Если обработка пищевых продуктов поставщиком связана с высоким риском загрязнения или если контроль качества представляет особую сложность, то мы сами проводим аудиторские проверки. В остальных случаях мы привлекаем сторонних аудиторов. Поставщики, качество услуг которых не соответствует нашим стандартам, должны незамедлительно принять рекомендованные корректирующие меры. В противном случае мы прекращаем сотрудничество с ними.

Мы являемся лидером в области пищевой безопасности, и в нашей компании существуют четко определенные требования к безопасности и качеству продуктов, выполнения которых мы ожидаем от поставщиков. Мы также осознаем, что никакая система не может быть эффективной непрерывно на все 100%, поэтому Kraft Foods придерживается идеологии постоянного совершенствования. Наши ин-

струменты и программы для поставщиков, позволяющие последним улучшать свои системы безопасности и качества производимого сырья, имеют такое же важное значение, как и аудиторские проверки. Мы проводим образовательные обучающие сессии, организуем форумы по безопасности и качеству пищевых продуктов, даем консультации по качеству на производстве.

Контроль качества готовой продукции

Мы строго соблюдаем требования российского законодательства по контролю качества готовой продукции.

Перед выпуском в оборот наша продукция проходит испытания на качество и безопасность в органах сертификации, на соответствие требованиям санитарных норм и правил, законов, направленных на пищевую безопасность продукции. Качество и безопасность продукции подтверждается соответствующими документами – Декларацией о соответствии и Добровольным сертификатом соответствия.

Вся импортная продукция также проходит инспекционный контроль каждые 6 месяцев, а состояние производства на заводах России регулярно контролируется со стороны органов по сертификации.

Если в наш адрес поступают обращения потребителей, связанные с качеством нашей продукции, мы проводим испытания образцов, предоставленных потребителем, и сравниваем их с результатами контрольных испытаний эталонных образцов продукции, взятых из каждой выпущенной партии. Результаты данных испытаний мы предоставляем заинтересованным лицам.

Мы постоянно работаем над улучшением качества нашей продукции и внедряем корректирующие мероприятия, направленные на улучшение процесса контроля качества готовой продукции.

Своевременное принятие мер

Угрозы безопасности и качеству продукции могут возникнуть, несмотря на нашу бдительность. В каждом подразделении компании созданы Группы управления особыми ситуациями, включающие менеджеров высшего звена. Члены групп уполномочены принимать срочные меры для защиты потребителей в случае угрозы безопасности продукции.

В Kraft Foods используется оперативная автоматизированная система раннего оповещения для быстрой передачи информации менеджерам по внутреннему контролю качества и работе с потребителями, а также членам Групп управления особыми ситуациями. Мы также обучили работников наших предприятий четким действиям в кризисной ситуации.

Оценка использования генетически модифицированных ингредиентов

Kraft Foods соблюдает все местные законодательные требования об использовании и маркировке генетически модифицированных ингредиентов.

Уважая мнение потребителей в России, «Крафт Фудс Рус» не использует генетически модифицированных ингредиентов при производстве продуктов питания.

Мы осуществляем регулярный аудит используемого сырья и требуем от своих поставщиков документацию о происхождении и сохранности всех ингредиентов.

Обратная связь с потребителями

Мы предлагаем нашим потребителям как из России, так и из других стран, различные способы обратной связи с нашей компанией.

- Форма для онлайн-запроса доступна на сайте компании www.kraft-foods.ru в разделе «Контакты».
- Потребитель может также обратиться на Горячую линию по номеру 8-800-555-8-000 по любым вопросам, касающимся компании «Крафт Фудс Рус», качества выпускаемой продукции, проведения промоакций и т.д. Номер Горячей линии указан на упаковке всего ассортимента «Крафт Фудс Рус».

При обращениях, связанных с качеством продукции, компания «Крафт Фудс Рус» снимает с потребителя необходимость прибегать к помощи почтовых услуг при передаче образцов продукции – все расходы по доставке покрываются за счет средств компании.

A still life composition featuring a wicker basket filled with red and yellow apples in the background. In the foreground, a white ceramic mug sits on a colorful striped napkin. To the left of the mug is a small white cup of yogurt with a spoon. Several round cookies are scattered on the napkin. To the right of the mug is a single green apple. The entire scene is set on a light-colored surface.

Ответственность
за продукцию.
Сбалансированное
питание

В настоящее время потребители, производители и общественные организации по всему миру все чаще задумываются о влиянии продуктов питания на здоровье и благополучие людей. Основная задача компании

Kraft Foods – улучшить питательные и полезные свойства продукции, при этом не меняя их вкуса, который так нравится потребителям.

Мы предлагаем потребителям продукцию повседневного и сезонного ассортимента, которая подходит для здорового и сбалансированного режима питания.

При производстве и распространении нашей продукции мы руководствуемся простыми принципами:

- предлагаем наиболее подходящие форматы продукции;
- предоставляем понятную информацию о составе и пищевой и энергетической ценности, что позволяет потребителю сделать оптимальный выбор;
- ответственно относимся к рекламе для детей;
- содействуем пропаганде физической активности и здорового образа жизни.

- предлагаем продукты питания с пониженным содержанием жиров, натрия, сахара и калорий;
- предлагаем продукты питания с более полезными и питательными ингредиентами (например, цельными зёрнами, клетчаткой и витаминами и минеральными веществами);
- предлагаем более «простые» по составу продукты питания.

Наш подход применяется в соответствии с обязательствами Kraft Foods перед Всемирной организацией здравоохранения. Все решения, связанные с вопросами здоровья и сбалансированного питания, принимаются с участием экспертов Консультационного совета Kraft Foods, в состав которого входят ведущие международные диетологи и нутрициологи.



Начиная с 2005 года, глобально компания Kraft Foods изменила рецептуру или вывела на рынок более 5500 продуктов для сбалансированного питания, что составляет около 30% всего ассортимента компании.

Наша цель – постоянное расширение нашего продуктового портфеля с целью предоставления потребителям более широкого выбора питательных, полезных и таких же вкусных продуктов питания.



Мы поддерживаем необходимость и пользу сбалансированного питания. На упаковки и в рекламу продуктов (например, «Медвежонок Барни» и «Юбилейное Утреннее») мы выносим рекомендации/изображения полноценного сбалансированного завтрака или перекуса

Потребители во всем мире желают получать продукты питания с меньшим содержанием:

Na

Натрия

Большинство населения земли потребляет слишком много натрия, основным источником которого является соль. Несмотря на то, что понижение содержания натрия не является новой инициативой для Kraft Foods, в 2010 году мы начали предпринимать более активные усилия по дополнительному сокращению содержания натрия в наших продуктах без ущерба для их вкуса или безопасности. Это серьезный вызов для всей пищевой индустрии, но мы можем гордиться нашими успехами в США и Европе.



Насыщенных жиров
и транс-жиров

Результаты проведенных исследований показали, что сокращение содержания насыщенных жиров и транс-жиров может оказать благоприятное влияние на состояние сердечно-сосудистой системы. Мы также знаем, что наши потребители обращают внимание на жирность продуктов, пытаюсь выбрать наиболее полезные из них. Много лет мы проводим политику исключения насыщенных жиров и транс-жиров из состава продукции.



Сахара

Потребители стремятся приобретать продукты с пониженным содержанием сахара. При этом работники системы здравоохранения также рекомендуют употреблять меньше сахара, особенно в чистом виде. Исходя из этого, в России мы предлагаем нашим потребителям леденцы *Halls* и жевательную резинку *Dirol* без сахара.

Кстати, именно *Dirol* – это первая жевательная резинка без сахара в России!



Калорий

В наши дни многие потребители стремятся подобрать для себя продукты питания низкой калорийности или употребляют продукты, выпускаемые в таких форматах, которые позволяют контролировать уровень потребляемых калорий. Для удовлетворения подобных требований мы выпустили на рынок ряд продуктов, позволяющих контролировать объем потребляемых калорий и/или размеры порций.

Добавление ингредиентов в соответствии с пожеланиями потребителей

Мы не только исключаем нежелательные для потребителей ингредиенты, но и добавляем те ингредиенты, которые они хотят видеть в составе продукции.



Цельнозерновые злаковые

Большинство потребителей не получают цельнозерновых злаковых в достаточном количестве. В связи с этим мы пытаемся найти новые пути для повышения их содержания в нашей продукции. Добавляя цельнозерновые злаковые в наши продукты, мы в состоянии удовлетворить гораздо больше потребностей и пожеланий наших потребителей, при этом сохраняя вкус их любимых продуктов.

В апреле 2011 года компания «Крафт Фудс Рус» начала производство печенья «Юбилейное Утреннее» в России. Линии по производству печенья были открыты на фабрике «Большевик» в г. Собинка Владимирской области.

Печенье «Юбилейное Утреннее» – это настоящий инновационный продукт, созданный специально для завтрака. Его рецептура уникальна – аналогов на российском рынке нет. Для его производства используются особые профили выпекания, которые позволяют максимально сохранить питательные свойства ингредиентов (в том числе сохраняются медленные углеводы, которые усваиваются в течение 4 часов).



Витамины и минеральные вещества

С целью содействия в решении проблемы недоедания в развивающихся странах, мы занимаемся производством продуктов питания, обогащенных витаминами и минеральными веществами. При этом мы не просто добавляем в продукцию необходимые человеку питательные вещества, но также инвестируем средства в технологии, обеспечивающие эффективное усвоение организмом используемых нами питательных веществ.



Здоровые улыбки

Люди жуют жевательную резинку по нескольким причинам: чтобы снять стресс, улучшить здоровье зубов и освежить дыхание, или чтобы расслабиться и сделать паузу.

Исследования показали, что употребление жевательной резинки оказывает несколько положительных эффектов на здоровье ротовой полости, особенно если она не содержит сахара. С этими выводами согласны Американская ассоциация стоматологов и Международная федерация стоматологов.

Сегодня более 70% выпускаемой нами жевательной резинки не содержат сахара.

Одно физическое воздействие жевательной резинки в течение 20 минут после еды стимулирует выработку слюны, что помогает снизить кислотность, уменьшить образование зубного налета и укрепить зубы.

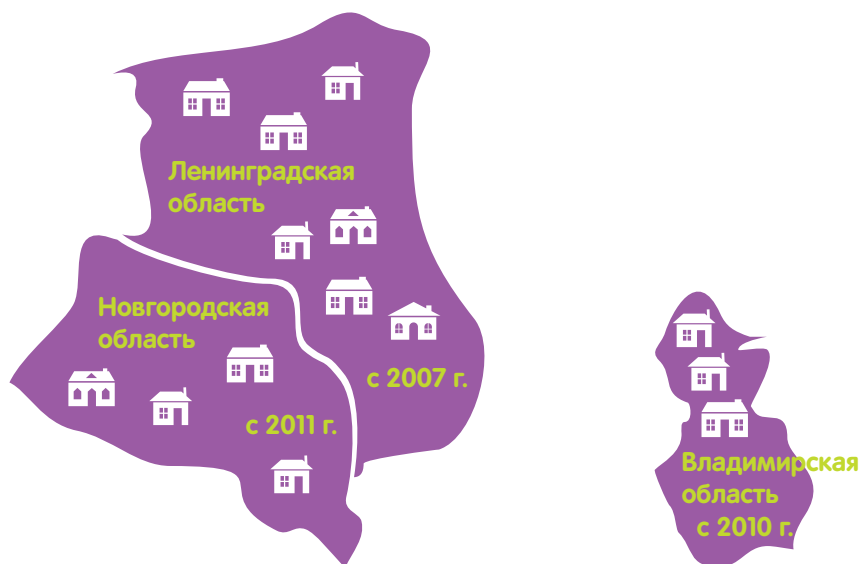
Содействие физической активности и здоровому образу жизни

Во всем мире мы поддерживаем организации и инициативы, способствующие грамотному питанию и физической активности.

В рамках этой задачи в России осуществляется благотворительная образовательная программа «Будь здоров!», направленная на преподавание основ сбалансированного питания и продвижение активного образа жизни в российских школах.

Для реализации этой программы «Крафт Фудс Рус» сотрудничает с российским подразделением благотворительного фонда Charity Aids Foundation (CAF Россия).

Благотворительная образовательная программа «Будь здоров!»



33 школы



11000 детей

С 2007 года программа реализуется в Ленинградской области, с 2010 – во Владимирской и с 2011 – в Новгородской. На сегодняшний день программа охватывает более 11 000 детей в 33 школах.

Предоставление доступной информации о содержании питательных веществ

Знания о правильном питании и образование в этой области крайне важны, когда речь идет о помощи потребителям в принятии решений, касающихся их здоровья и благополучия.

Наша маркетинговая и коммуникационная политика разработана таким образом, чтобы предоставлять покупателям понятную информацию о питательной ценности наших продуктов.

На всех продуктах питания «Крафт Фудс Рус», если позволяет размер упаковки, есть специальная маркировка с данными о составе, даже если ее наличие не требуется.

Следуя внутренним требованиям компании, мы предоставляем максимально возможную информацию по пищевой и энергетической ценностям продукта в зависимости от категории продукта: калории/кДж, белки, жиры,

насыщенные жирные кислоты, трансизомеры ненасыщенных жирных кислот, углеводы, сахара, сахароспирты (для жевательной резинки), пищевые волокна, натрий, возможное наличие аллергенов, рекомендуемая дневная порция продукции. Это более полная информация о питательности продукта, чем требуется законодательством РФ.

На сегодня эта информация указана на шоколаде и шоколадных изделиях, новых продуктах; планируется внедрение расширенной маркировки для всех продуктов при ближайших изменениях упаковки.

Вынося на упаковку такие заявления как «Без добавления консервантов и красителей», «Содержит кальций», «с натуральными ягодами и фруктами» и т.д., мы дополнительно информируем потребителя о качестве, пользе и натуральности наших продуктов.

Продукты питания для детей

Часть продуктов, производимых компанией «Крафт Фудс Рус», рассчитаны на потребление, в том числе, детской аудиторией.

Во всем мире мы стараемся сделать наши кондитерские изделия еще более полезными, обогащая их витаминами и минеральными веществами, делая их более сбалансирован-

ными по содержанию белков, жиров и углеводов и так далее.

Продукты для детей дошкольного и школьного возраста, которые мы производим, обязательно подлежат государственной регистрации, что, в свою очередь, является гарантом качества продуктов и их пригодности для питания детей.

Бисквит «Медвежонок Барни» и печенье «Юбилейное Детское» имеют данные свидетельства, номера свидетельств указаны на упаковке.

В 2011 году компания «Крафт Фудс Рус» выпустила продукт для детей дошкольного и школьного возраста – печенье «Юбилейное Детское» витаминизированное, с железом и кальцием (глазированное и без глазури). Продукт разработан совместно с НИИ Питания РАМН, учитывает рекомендации и требования по обогащению и питательности продукта для данной категории населения.

Fe+Ca



В 2011 году на упаковку бисквита «Медвежонок Барни» внесена дополнительная информация о пользе продукта – «Содержит кальций». Содержание кальция установлено в результате лабораторных испытаний, соответствует нормам по обогащению, принятым в РФ.

Реклама, направленная на детей

Во всем мире компания Kraft Foods придерживается принципов ответственности и стратегического подхода при рекламировании и продвижении своей продукции. Одним из вопросов, находящихся под пристальным вниманием нашей компании, является вопрос рекламы и маркетинга в отношении детей в возрасте до 12 лет. Как и все остальные средства коммуникации, используемые компанией Kraft Foods, наши

средства коммуникации в отношении детей должны соответствовать Маркетинговым принципам здорового образа жизни, положениям действующего «Руководства по школьному маркетингу», а также принципам Международной маркетинговой политики Kraft Foods.

Компания «Крафт Фудс Рус» придерживается принципа: реклама компании не должна быть направлена на аудиторию, представленную детьми дошкольного возраста (то есть детьми в возрасте до 6 лет). Компания «Крафт Фудс Рус» ограничила использование средств коммуникации в отношении данной аудитории, а именно:

- Мы не размещаем рекламу в программах и передачах, основной аудиторией которых являются дети до 6 лет.
- Мы не размещаем рекламу в печатных изданиях и публикациях, которые, главным образом, предназначены для детей дошкольного возраста.
- Мы не занимаемся созданием или использованием игр или иного контента сайтов, предназначенного, главным образом, для детей дошкольного возраста.
- Упаковка нашей продукции не содержит сообщений, предназначенных, главным образом, для детей дошкольного возраста.
- Мы иногда выпускаем продукты питания или напитки, предназначенные, главным образом, для детей в возрасте до 6 лет, однако реклама этой продукции осуществляется только для аудитории, представленной детьми в возрасте от 6 лет или родителями детей.
- Маркетинговые исследования (например, опросы целевых групп) по продукции компании «Крафт Фудс Рус» проводятся только среди детей от 6 лет, и только после уведомления и получения согласия их родителей или опекунов. Дегустации могут проводиться для детей всех возрастных групп с согласия их родителей или опекунов.

Коммуникации с детьми в возрасте от 6 до 11 лет

В Kraft Foods действуют определенные общие указания и принципы в отношении рекламных коммуникаций, направленных на детей в возрасте 6–11 лет.

- Мы разговариваем с детьми на доступном для их понимания языке.
- Мы не позиционируем наши продукты как обязательный элемент процесса социализации.
- Мы не используем каких-либо прямых обращений к детям, побуждающих их обращаться к родителям или другим взрослым с просьбой купить рекламируемый продукт.
- Мы не используем слов типа «сейчас» или «только», создающих ощущение необходимости немедленной покупки продукта.
- В случае использования героев детских телевизионных шоу или детских печатных изданий (настоящих или в анимационном виде) в рекламе продуктов, мы не размещаем данную рекламу во время или непосредственно до/после таких шоу или в публикациях, относящихся к соответствующему персонажу.
- Рекламные коммуникации соответствуют Маркетинговым принципам здорового образа жизни компании Kraft Foods.

С 31 декабря 2004 года компания Kraft Foods не проводит рекламные или маркетинговые акции в школах



**Взаимодействие
с обществом.
Социальная
ответственность
«Крафт Фудс Рус»**

Как социально ответственный бизнес, мы понимаем, что коммерческий успех и устойчивое развитие невозможны без проведения образовательных и благотворительных программ, направленных на помощь сообществам, где мы живем и работаем. Каждый год «Крафт Фудс Рус» осуществляет множество проектов, каждый из которых реализуется в соответствии с основными направлениями нашей деятельности в области корпоративной социальной ответственности:

- улучшение питания;
- продвижения здорового образа жизни.

В 2011 году компания «Крафт Фудс Рус» выделила на социальные проекты порядка 20 миллионов рублей. Вообще, за годы нашей плодотворной работы в России мы оказали благотворительную помощь десяткам наших партнеров – некоммерческих организаций, и мы будем продолжать нашу работу в этой области и ставить перед собой новые, еще более высокие цели!

Благотворительный комитет компании «Крафт Фудс Рус»

Глобально компания Kraft Foods осуществляет свою благотворительную деятельность в следующих направлениях:

- борьба с голодом
- поддержка здорового питания
- поддержка активного образа жизни

При этом ежемесячно в московский офис компании «Крафт Фудс Рус» поступают десятки обращений с просьбой оказать благотворительную помощь.

Для того чтобы сделать процесс оказания помощи прозрачным и полностью соответствующим глобальным политикам компании по благотворительности, был сформирован Благотворительный комитет «Крафт Фудс Рус». В состав комитета входят сотрудники из различных подразделений, включая отдел внутреннего контроля. Председатель комитета – генеральный директор Дэвид Стер. Члены Благотворительного комитета рассматривают поступившие заявки и принимают решение в отношении каждой из

них, при этом заявка выносится на рассмотрение только в случае, если она соответствует требованиям политики по благотворительности.

Помимо корпоративной политики, при рассмотрении запросов, члены комитета принимают во внимание историю взаимоотношений компании с организацией-благополучателем, включенность детей сотрудников компании в число благополучателей, вовлеченность региональных сотрудников «Крафт Фудс Рус», а также критичность положения потенциального благополучателя. При оказании благотворительной помощи компания проводит аудит каждого благополучателя для того, чтобы наша помощь попала реальным нуждающимся.

В 2011 году мы помогли следующим организациям:

- Фонд Чулпан Хаматовой «Подари жизнь»
- Российский детский фонд
- Благотворительный Фонд помощи гражданам, оказавшимся в трудной жизненной ситуации «Шаг навстречу»
- Региональная общественная организация «Новгородский областной центр многодетной семьи»
- «Новгородский центр социальной помощи семье и детям»
- Новгородская областная общественная организация помощи приемным семьям и детям-сиротам «Новая семья»
- Центр реабилитации детей и подростков с ограниченными возможностями «Парус Надежды», г. Воронеж
- Московский комитет ветеранов войны



96,15 тонн стоимостью 13 897 123, 27 рублей

Столько в 2011 году компания «Крафт Фудс Рус» передала продукции на оказание благотворительной помощи!

К сожалению, не все отправители заявок на благотворительную помощь получают положительный ответ от «Крафт Фудс Рус».

В соответствии с нашими глобальными политиками мы не оказываем помощь:

- религиозным организациям;
- организациям, напрямую связанным с государственными или политическими институтами и политическим партиями;

- отдельным лицам, в том числе на лечение или образование;
- организаторам приемов и других мероприятий по сбору средств.

Если у Вас есть вопросы по работе Благотворительного комитета «Крафт Фудс Рус», обращайтесь в Отдел по корпоративным вопросам.

Благотворительная программа для школьников «Будь здоров!»

Уникальная благотворительная программа «Будь здоров!» реализуется в России с 2007 года по инициативе и при финансовой поддержке «Крафт Фудс Рус», куратор программы – благотворительный фонд CAF Россия*.

Программа стартовала в 2007 году в Ленинградской области, в 2009 учебном году во Владимирской области, а в 2011 году она была расширена на территорию Новгородской области.



33



11 000

На данный момент программа охватывает порядка 11 000 школьников из 33 школ в Ленинградской, Владимирской и Новгородской областях!

Задача программы – научить школьников основам сбалансированного питания и помочь сделать выбор в пользу здорового образа жизни. На занятиях в рамках программы «Будь здоров!» школьники узнают о полезных свойствах продуктов, выращивают овощи, фрукты и зелень и пробуют готовить из них простую и здоровую еду – в школе и дома. На переменах школьники активно проводят время и играют в подвижные игры. Благодаря программе дети пробуют здоровый образ жизни «на вкус» и приобщаются к культуре сбалансированного питания и здорового образа жизни.

Основные благополучатели программы – ученики начальной и средней школы (3–4 класс).

CAF Charities Aid Foundation

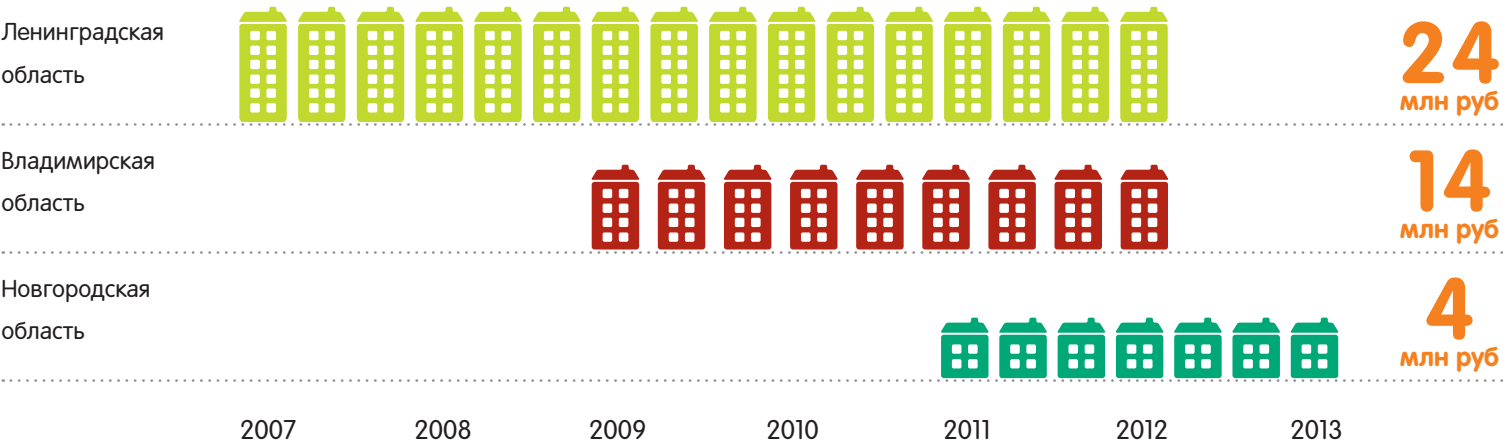
* Благотворительный Фонд CAF работает в широком спектре направлений, среди которых управление благотворительными программами, организация конкурсов, проведение исследований и консультационные проекты. Головной офис CAF расположен в графстве Кент, Великобритания. Представительства фонда действуют в США, России, ЮАР, Австралии, Индии, Бразилии и Болгарии. Российское представительство фонда – CAF Россия (www.cafrossia.ru) – успешно работает в Москве с 1993 г. Ежегодно CAF Россия осуществляет около сорока программ в сотрудничестве с крупнейшими российскими и международными компаниями и фондами, постоянно наращивая объем фонда финансирования проектов. Среди благотворительных проектов, в реализации которых участвует CAF Россия: инициатива «Благотворительность вместо сувениров», программа спасения тяжелобольных детей «Линия жизни», конкурс проектов компании «Северсталь» «Музеи Русского Севера», конкурс социальных проектов «Полюс Золото – CAF» и другие. CAF развивает новые формы филантропии и создаёт в России работающие технологии эффективной благотворительности.

Цели программы:

- увеличить количество школьников, которые с удовольствием сами выращивают зелень и овощи, готовят полезную пищу и ведут активный образ жизни;
- повысить понимание важности выбора здорового образа жизни среди учащихся и их родителей;
- создать в школах условия для проведения занятий, направленных на изучение продуктов питания, поддержку здорового образа жизни и физической активности школьников.

Четыре направления программы:

- выращивание полезных продуктов питания (фрукты, овощи, зелень) и их изучение;
- обучение приготовлению простой и здоровой еды, в том числе из продуктов, выращенных самостоятельно;
- проведение образовательных занятий о здоровом и сбалансированном питании (с акцентом на завтрак);
- обеспечение условий для физической активности школьников и продвижения здорового образа жизни на переменах и после уроков.



Этапы программы:

- 2007–2012 – пилотный проект в Ленинградской области – 16 школ – 24 миллиона рублей
- 2009–2012 – распространение программы во Владимирской области – 9 школ – 14 миллионов рублей
- 2011–2013 – открытие программы в Новгородской области – 7 школ – 4 миллиона рублей

Итоги 2010–2011 учебного года во Владимирской области

16 июня 2011 года компания «Крафт Фудс Рус» совместно с благотворительной организацией CAF Россия и департаментом образования Владимирской области подвели итоги учебного года по благотворительной программе «Будь здоров!» в школах Владимирской области.

В ходе семинара, который прошел 15–16 июня, преподаватели программы «Будь здоров!» рассказали о своей

работе, поделились опытом и определили перспективы развития программы. Признав результаты обучения по программе успешными, участники семинара выразили мнение, что организационный опыт и обучающие методики благотворительной программы «Будь здоров!» могут эффективно использовать школы других регионов России.

Основные результаты:

↑ 80%

На 80% увеличилось количество детей, соблюдающих режим сбалансированного питания и здоровой физической активности в школе и дома

x2

Вдвое увеличилось количество семей школьников, правильно питающихся дома

Отработана методическая и организационная модель программы перехода на здоровое питание и повышение физической активности школьников, которую могут успешно использовать школы других регионов России.



Меню школьных столовых обогатилось витаминными блюдами



Программа «Будь здоров!» стала частью учебного плана каждой школы-грантополучателя

Открытие программы в Новгородской области

13 октября в администрации Новгородской области прошло торжественное открытие программы «Будь здоров!». По итогам открытого конкурса*, в котором приняли участие 14 школ городов Чудово и Великий Новгород, совет независимых экспертов выбрал 7 школ-победительниц.

г. Великий Новгород:

- средняя общеобразовательная школа №9 с проектом «Три «З» – Здоровье: здорово, задорно!»
- гимназия «Новоскул» с проектом «Вместе весело шагать»
- средняя общеобразовательная школа №16 с проектом «Секреты здоровья, или «Здравствуйте!»
- средняя общеобразовательная школа № 23 с проектом «Вырастай-КА!»
- средняя общеобразовательная школа №13 с проектом «Четыре шага к здоровью».

г. Чудово:

- гимназия «Логос» с проектом «Путешествие Чиполино и его друзей»
- средняя общеобразовательная школа №4 с проектом «Будь здоров без докторов»

* Победителей открытого конкурса отбирал независимый экспертный совет на основании ряда критериев, в том числе:

- наличие команды специалистов, способных эффективно реализовать проект в школе;
- использование интерактивных форм работы с детьми;
- активное вовлечение родителей в деятельность по развитию навыков здорового питания.

К концу 2011 года мы получили первые отзывы о программе от школьников, директоров и учителей из Новгородской области:

Школа №13 г. Великий Новгород

Директор школы: «Все у нас пришло в движение, подтолкнуло даже директора. Побольше бы таких проектов!».

Справка: В школе оформили прекрасный кабинет технологии, привлекли дополнительно 50 тыс. рублей на его обустройство (замена двери, электропроводки, положили плитку, повесили проектор и экран, в планах – поменять окна).

Школа №23 г. Великий Новгород

Ученик Артём Тонкий объявил: «Я теперь хочу ходить в школу каждый день, здесь стало интересно».

С его мнением согласились все присутствующие.

Справка: Дети научились пользоваться соковыжималкой и блендером. 7 семей приобрели для дома блендеры, 4 – соковыжималку, 6 ребят заказали Деду Морозу блендер. Впервые встали на коньки 11 детей. 16 детей стали приходить раньше в школу, чтобы успеть побольше попрыгать на мячах и батутах.

Школа №4 г. Чудово

Мальчик с ДЦП не ходит на школьные уроки физкультуры, но в рамках программы с удовольствием играет с детьми в подвижные игры.

Родители, работающие на заводе «Дирол Кэдбери», гордятся тем, что их компания вложила деньги и реализует программу «Будь здоров!».

Образовательный экологический лагерь «Школа друзей природы»

С 4 по 11 августа в национальном парке «Мещера» во Владимирской области прошла школьная летняя экологическая экспедиция, организованная Всемирным фондом дикой природы при поддержке компании «Крафт Фудс Рус». Цель лагеря – вовлечь детей и молодежь Владимирской области в охрану природы национального парка Мещера.



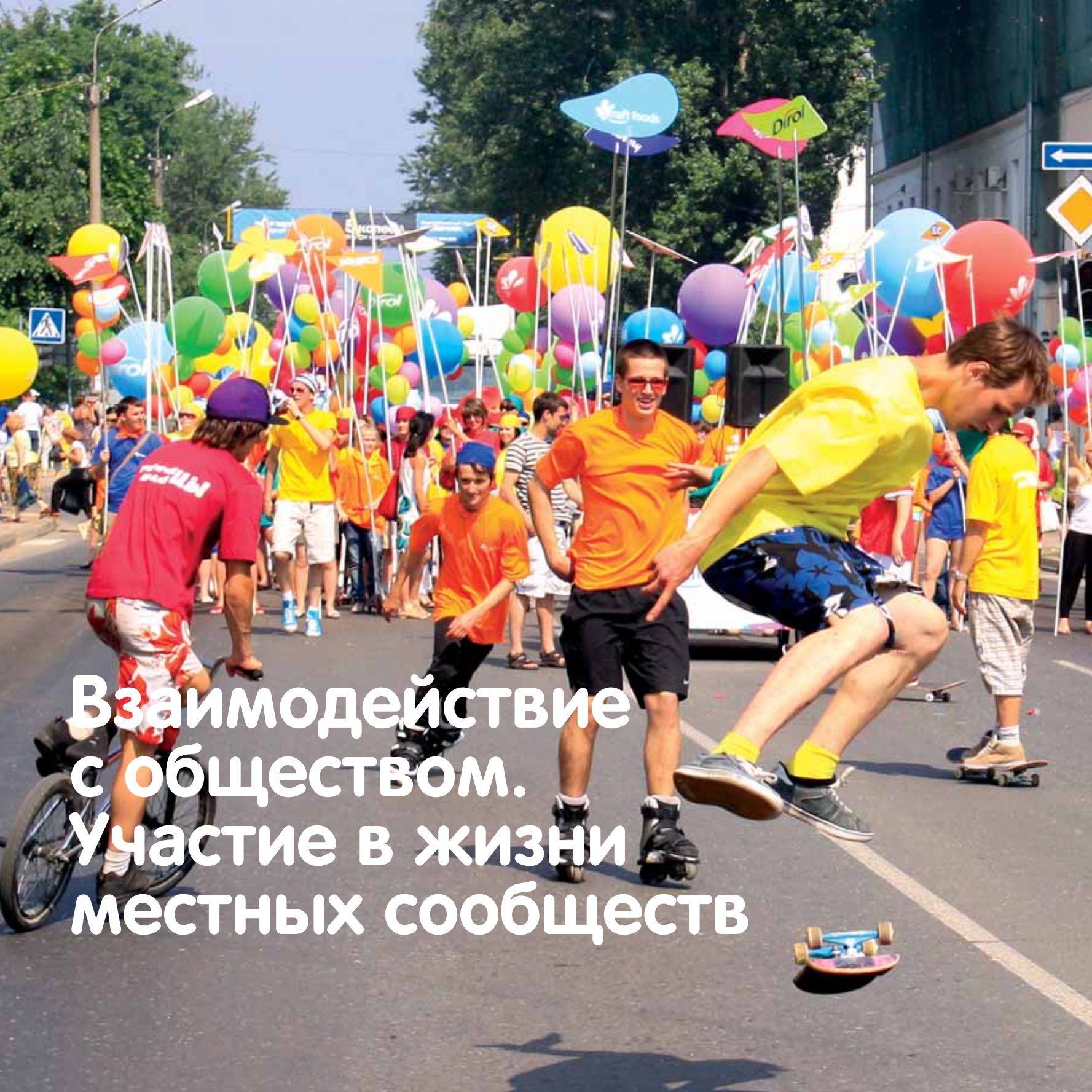
60 школьников Владимирской области (среди которых дети сотрудников производств «Крафт Фудс Рус» во Владимирской области) учились дружить с природой, спасать леса и развивать экономику через игры, викторины, эстафеты и походы. В программу лагеря также были включены: ролевая игра «Создаем особо охраняемые природные территории», занятия по проектированию экологических троп и сбережению ресурсов, творческие мастерские по народным промыслам и многое другое.

Экологическую экспедицию «Школа друзей природы» посетили представители ведущих СМИ, положительный отзыв о ней дал обозреватель газеты «Ведомости». Вместе со школьниками журналисты принимали участие во всех активностях лагеря, посещая занятия по экологии, боло-

товедению и орнитологии. По результатам акции представители СМИ отметили важность инициативы «Крафт Фудс Рус» в деле экологического воспитания школьников.

Эта экологическая инициатива будет продолжена и в 2012 году.





Взаимодействие
с обществом.
Участие в жизни
местных сообществ

Социальные проекты во Владимирской области

Компания «Крафт Фудс Рус» стала не только одним из ведущих предприятий и ключевых налогоплательщиков Владимирской области, но и зарекомендовала себя как ответственный член местного сообщества.

Ежегодно в последнюю субботу июня компания организует в городе Покрове День шоколада. Для жителей города рядом с памятником Шоколадной Феи было организовано театрализованное представление с ожившей Шоколадной Феей, которая с удовольствием угощала всех гостей шоколадом *Alpen Gold* и *Milka*.

Впервые праздник «День шоколада» отмечали в Покрове в 2010 году, по случаю первой годовщины установки первого в мире памятника шоколаду (Шоколадная Фея была установлена в центральном сквере Покрова в 2009 году в честь 15-летия «Крафт Фудс Рус»).

Отреставрированный в 2009 году Музей шоколада привлекает огромное количество туристов. В Музее посетителей ждет увлекательный рассказ об истории шоколада, дегустация и возможность взглянуть на организацию процесса промышленного производства шоколада – в Музее установлен макет завода «Крафт Фудс Рус» по производству шоколада в Покрове.

9 000 000
рублей

Объем инвестиций
в реставрацию
Музея шоколада

10 000+

Количество человек,
посетивших Музей
шоколада в 2011 году



День шоколада приурочен к установке первого в мире памятника шоколаду – памятника Феи Шоколада в г. Покров, и отмечается ежегодно по инициативе администрации г. Покров и при поддержке компании «Крафт Фудс Рус»

С 2010 года «Крафт Фудс Рус» принимает участие в праздновании Дня города в Собинке, на «родине» Медвежонка Барни. В июне в честь этого события была организована развлекательная площадка «Барни-Лэнд», где дети с удовольствием могли попрыгать на батуте, порисовать, сфотографироваться с большим Медвежонком Барни и тут же угоститься маленьким бисквитным Барни.

В декабре 2011 года сотрудники фабрики «Большевик» в г. Собинка вновь приехали к своим подопечным из Владимирской благотворительной организации помощи инвалидам с умственной отсталостью на Новогодний Бал, привезли вкусную продукцию фабрики «Большевик», сервировали столы для детского и взрослого фуршетов, помогли преподавателям оценить детские рисунки и поделки в разных номинациях и вручили призы и подарки детям.

Социальные проекты в Новгородской области

В 2011 году в реализацию программ корпоративной социальной ответственности компания инвестировала около 1,5 миллионов рублей. Благотворительная помощь была оказана средней школе в деревне Трегубово, основной школе в селе Оскуй, детскому дому №3 в поселке Деревяницы, библиотеке для слепых и слабовидящих «Веда», детскому саду в деревне Грузино.



В течение 2011 года «Театральная Неотложка» сделала 30 выездов в учреждения Великого Новгорода и области, а также посетила учреждения из списка ключевых социальных проектов «Дирол Кэдбери»



В течение 2011 года компания передала шоколадную продукцию на общую сумму почти 200 000 рублей в качестве призового фонда для различных спортивных и культурных мероприятий Великого Новгорода и Чудово

В июне 2011 года компания традиционно поддержала общегородские мероприятия и приняла участие в шествии предприятий Великого Новгорода. Яркую и жизнерадостную колонну сотрудников заводов «Дирол Кэдбери» сопровождала группа спортсменов-велотриалистов, выполнявших по ходу шествия головокружительные трюки на скейтбордах, велосипедах и роликах. В поддержку идеи продвижения здорового образа жизни выступили и сами сотрудники – большая часть нашей дружной колонны прокатилась по улицам города на самокатах.

27 декабря 2011 года в Новгородской областной специальной библиотеке для незрячих и слабовидящих «Веда» состоялось праздничное мероприятие «Новогодняя

встреча сказочных друзей». Участники праздника получили подарки, собранные сотрудниками завода по производству жевательной резинки в Великом Новгороде, в ходе традиционной волонтерской акции «Крафт Фудс Рус» «Подари новогоднее чудо!».

30 малышей от 5 до 7 лет из группы с ограничениями жизнедеятельности написали письма Деду Морозу и нарисовали рисунки. Сотрудники завода по производству шоколада в г. Чудово приняли участие в акции, поздравив малышей детского сада в деревне Грузино. Дед Мороз и добрая Фея, в роли которых на этом празднике выступили сотрудники завода, передали малышам собранные подарки, а малыши подарили долгожданным гостям стихи, песни и свои рисунки.

Социальные проекты в Ленинградской области в 2011 году

«Крафт Фудс Рус» участвует в празднике небольшого сельского поселения Виллози, рядом с которым расположен наш завод по производству сублимированного кофе. В 2011 году День Виллози прошел в середине сентября. Компания организовала детскую площадку «Барни-Лэнд»,

а также подарила двумстам малоимущим и социально-незащищенным жителям Виллози подписку на старейшее местное информационно-публицистическое издание, на страницах которого печатается, порой, жизненно важная для них информация.





**Подходы
к организации труда
и достойный труд**

Развитие сотрудников и культура организации

Компания Kraft Foods существует больше уже 100 лет, и построение доверительных отношений с клиентами, покупателями, деловыми партнерами и коллегами – один из приоритетов компании. Для нашей компании важно не только само достижение результата, но и то, какими средствами мы достигаем этого результата, какими принципами руководствуемся. «Мы ценим ваше доверие!», – говорим мы нашим клиентам, партнерам и коллегам.

Компании годами завоевывают доверие своих потребителей, клиентов, партнеров и сотрудников, но могут лишиться его в мгновение, сделав единственный неверный шаг.

Наши сотрудники ценят доверие, заработанное компанией, и в своей работе стремятся преумножить его. Для этого при принятии решений они руководствуются десятью основными правилами ведения бизнеса, которые сформулированы в Кодексе корпоративной этики.

Правила ведения бизнеса Kraft Foods:

- безопасность продуктов питания;
- честный маркетинг;
- справедливое отношение к людям;
- соблюдение принципов свободного рынка;
- соблюдение принципа честной конкуренции;
- защита окружающей среды;
- честные взаимоотношения с правительством;
- честное ведение бухгалтерских книг и отчетности;
- отказ от использования инсайдерской информации;
- полная лояльность компании Kraft Foods.

Если сотрудник сталкивается с ситуацией, которую не описывают эти 10 правил, он в своей работе руководствуется ценностями нашей компании.

Следуя правилам, задавая вопросы, и сообщая о проблемах, каждый из более 4 000 сотрудников в России вносит огромный вклад в успех нашей компании. Мы превращаем наши ценности в жизнь и заслуживаем доверия наших партнеров, клиентов и потребителей. Это способствует улучшению показателей эффективности нашей деятельности, и это наш стиль ведения бизнеса.

Оплата труда и социальные программы

Для Kraft Foods важен хороший вкус во всем. Одна из целей компании – стать любимой компанией для сотрудников и одним из лучших работодателей в России. Мы заявляем, что **«наши сотрудники – это самый ценный**

ингредиент в рецепте успеха». Компании важно, чтобы каждый сотрудник не только достигал отличных результатов, но и мог сделать каждый день – свой, своих коллег и своей семьи – вкусным.

«Крафт Фудс Рус» строит свою работу с персоналом на основе высочайших стандартов:

- полное соответствие законодательству РФ;
 - применение лучших мировых и российских практик и подходов;
 - использование уникальных локальных разработок.
-

«Крафт Фудс Рус» предлагает своим сотрудникам конкурентоспособную заработную плату, размер которой напрямую зависит от индивидуальных результатов деятельности каждого сотрудника и успеха компании в целом. Цель, которую компания преследует при формировании системы оплаты – предоставить сотрудникам такой компенсационный пакет, который позволял бы компании привлекать, мотивировать и удерживать самый лучший и талантливый персонал.

Наряду со справедливой компенсацией, «Крафт Фудс Рус» предоставляет сотрудникам продуманный социальный пакет. Право на получение тех или иных льгот сотрудником обычно зависит от должности, которую он занимает. Система льгот включает в себя страхование жизни, добровольное медицинское страхование, дотацию на питание, компенсацию мобильной связи, корпоративный автомобиль, гибкое время начала и окончания рабочего дня и т.д.

Обучение и развитие персонала

Наряду с созданием, развитием и продвижением брендов, которые так любят наши потребители, приори-

тетным направлением деятельности Kraft Foods является развитие сотрудников.



Развитие талантов в компании можно представить в виде цикла, в основе которого лежит одна из наших стратегических целей – создание организации, ориентированной на результат и воплощение ценностей.

Эффективная взаимосвязь всех элементов цикла развития позволяет достигать максимальных результатов сотрудникам, командам и организации, а также достигнуть высшей цели компании – стать одним из лучших работодателей в России.

Привлечение талантов в компанию

В «Крафт Фудс Рус» существует прозрачная и понятная система подбора и найма сотрудников. В ее основе – интервью по компетенциям. Это позволяет находить на рынке труда кандидатов, наилучшим образом подходящих для конкретной позиции. При подборе сотрудников в «Крафт Фудс Рус» приоритет отдается внутреннему продвижению, а не внешнему найму.

Управление эффективностью деятельности

Процесс управления эффективностью деятельности в «Крафт Фудс Рус» – один из ключевых процессов жизнедеятельности компании. Он позволяет соотнести бизнес-стратегии и цели компании с результатами деятельности каждого сотрудника и развитием персонала. Всесторонний подход к управлению эффективностью позволяет компании повышать эффективность. Компания четко знает, что необходимо ее сотрудникам для того, чтобы быть успешными, и помогает сотрудникам становиться успешными.

Обучение и развитие сотрудников

«Крафт Фудс Рус» рассматривает обучение как инвестиции, которые помогают сотрудникам более эффективно достигать общекорпоративных целей путем приобретения новых знаний и навыков в процессе обучения. Компания приветствует те обучающие мероприятия, которые не только позволяют получить новые знания и навыки, но и повысить эффективность работы.

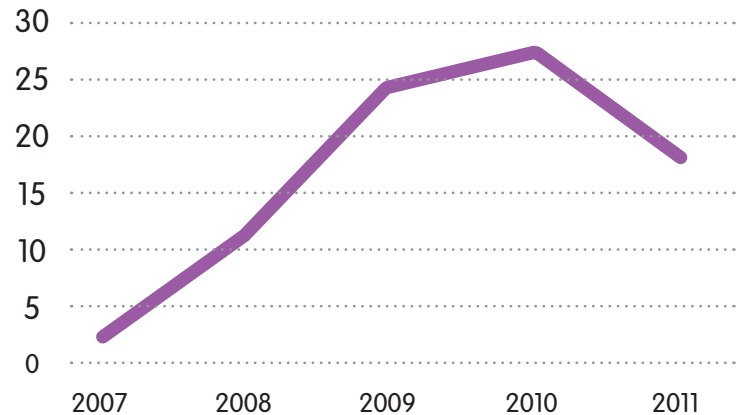
В Kraft Foods действует Корпоративная программа обучения. Это программа направлена на постоянное и последовательное развитие компетенций лидерства и функционально-технических навыков. При планировании целей и формировании плана развития в рамках процесса управления эффективностью деятельности каждый сотрудник совместно со своим руководителем определяет компетенции для развития. На основании этих потребностей, а также потребностей бизнеса формируется годовой тренинг план для всей компании.

Управление карьерой и опытом сотрудников

Как показывает практика, влияние тренинга на развитие той или иной компетенции у сотрудника составляет не более 10%. Основное развитие происходит за счет реального опыта, который получает сотрудник, выполняя сложные и новые задачи, участвуя в проектах или перемещаясь на другую должность.

Вместе с обучением и развитием, получение нового опыта позволяет талантам «Крафт Фудс Рус» расти и строить успешную карьеру в компании.

Бюджет на обучение сотрудников, млн. руб.



Сокращение бюджетов на обучение сотрудников в 2011 году обусловлено завершением интеграции ООО «Крафт Фудс Рус» и ООО «Дирол Кэдбери».

Программы вознаграждения и поощрения

«Крафт Фудс Рус» ценит достижения своих сотрудников. Один из способов отметить достижения сотрудника – корпоративные награды, вручаемые по результатам деятельности. Достижение любого масштаба может быть отмечено: награды вручаются непосредственным руководителем сотрудника, руководителем функции (отдела), Президентом «Крафт Фудс Рус» и даже Президентом региона Центральная и Восточная Европа.

Показатели результативности подходов к организации труда и достойного труда

LA2. Текучесть кадров в разбивке по возрастной группе и полу	Возраст уволенных сотрудников: До 30 лет – 29% (сокращение показателя на 18%) 31-45 лет – 56% (увеличение показателя на 5%) 46 и более – 15% (увеличение показателя на 12%) Пол уволенных сотрудников: Женщины – 43% Мужчины – 57%
LA10. Среднее количество часов обучения на одного сотрудника в год, в разбивке по категориям сотрудников	Специалист – 4,6 ч Менеджер – 4,3 ч Директор – 16 ч Руководитель компании – 56 ч (увеличение показателя в 18 раз)
LA12. Доля сотрудников, для которых проводятся периодические оценки результативности и развития карьеры.	100% Все сотрудники на ежегодной основе проходят официальную оценку деятельности
LA13. Состав руководящих органов и персонала организации с разбивкой по полу и возрастной группе, указанием представительства меньшинств, а также других показателей разнообразия	Возраст: До 30 лет – 25% (категория появилась впервые) 31-45 лет – 58% (сокращение показателя на 11%) 46 и более – 17% (сокращение показателя на 14%) Пол: Женщины – 48% (увеличение показателя на 2%) Мужчины – 52% (сокращение показателя на 2%)
LA14. Отношение базового оклада мужчин и женщин в разбивке по категориям сотрудников	Высшее руководство – ж>м (изменение показателя в пользу «ж» по сравнению с 2010 годом) Руководители – ж>м Специалисты – ж<м (изменение показателя в пользу «м» по сравнению с 2010 годом)

Корпоративное волонтерство

Волонтерство – одна из основных составляющих корпоративной культуры Kraft Foods. Вовлекая наших сотрудников в

различные благотворительные акции, мы оказываем помощь сообществам, которые нуждаются в нашей поддержке.

«Сделаем мир ярче вместе!» – таков девиз наших волонтерских программ, в том числе, глобальной Недели волонтерства.

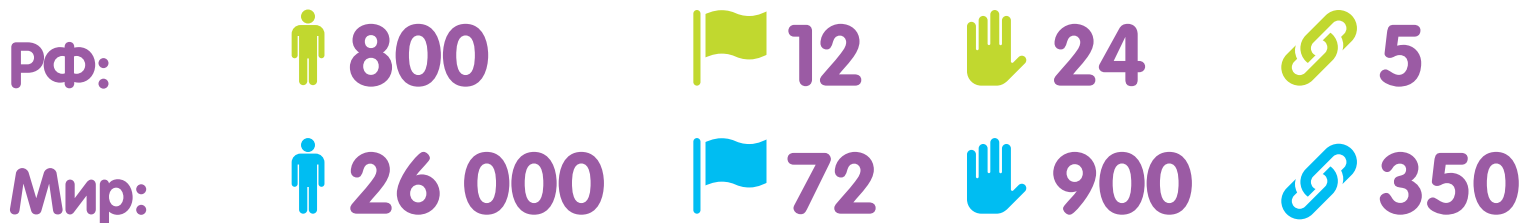
С 3 по 9 октября 2011 года компания «Крафт Фудс Рус» провела третью ежегодную глобальную Неделю волонтерства «Сделаем мир ярче вместе!». В России нам удалось удвоить количество волонтеров – более 800 сотрудников компании из 12 городов приняли участие в 24 волонтерских акциях, направленных на повышение качества жизни местных со-

обществ, защиту окружающей среды и помощь детям. Также существенно расширилась география проведения Недели волонтерства: впервые к командам из Москвы, Санкт-Петербурга, Покрова, Собинки, Великого Новгорода, Чудова и Иркутска присоединились коллеги из Самары, Казани, Владивостока, Красноярска.

200 000 часов

Такой объем волонтерских работ выполнили сотрудники компании «Крафт Фудс Рус» за 2011 год. В 2010 году этот показатель составил 155 000 часов.

Все наши акции были организованы при поддержке некоммерческих организаций – эко-центра «Заповедники», благотворительного фонда CAF Россия, реабилитационно-художественного центра «Дети Марии», фондов «Детские сердца» и «Здесь и сейчас».



В России – 800 волонтеров, 12 городов России, 24 волонтерские акции, 5 НКО

В мире – 26 000 волонтеров, 72 страны, 900 волонтерских акций, 350 НКО

Экологические акции

Волонтеры с заводов компании в Собинке и Покрове приняли участие в экологической акции в национальном парке «Мещера». Около сотни сотрудников фабрик с удовольствием благоустраивали территорию парка, сажали деревья, готовили заповедные зоны к зиме. Сотрудники покровской шоколадной фабрики не обошли стороной и местную начальную школу, где они устроили грандиозный спортивный праздник.

Сотрудники заводов в Великом Новгороде и Чудово также присоединились к глобальной Неделе волонтерства «Крафт Фудс Рус» «Сделаем мир ярче вместе!». 4 октября 2011 года волонтеры завода в Чудово посадили 50 саженцев лип и лиственниц на улицах города, а 5 октября их коллеги из Великого Новгорода приняли участие в традиционной городской экологической акции «Чистый берег» и помогли городу очистить от мусора прибрежную зону озера Ильмень напротив стен древнего Юрьева монастыря.

В Иркутске волонтеры компании также присоединились к Неделе волонтерства и помогли благоустроить национальный парк «Прибайкальский».

В Красноярске масштабная работа была проделана в национальном заповеднике «Столбы»: волонтеры «Крафт Фудс Рус» благоустраивали территорию заповедника, расчищали от древесной поросли дороги между кордонами.

В Самаре сотрудники «Крафт Фудс Рус» оказали волонтерскую помощь Молодецкому кургану в национальном парке «Самарская Лука». В Казани волонтеры компании обустроили территорию и сажали деревья в Волжско-Камском заповеднике. Волонтеры «Крафт Фудс Рус» во Владивостоке помогали в благоустройстве парка «Дальневосточный морской заповедник».

В Ломоносовском районе Ленинградской области сотрудники завода компании по производству сублимированного кофе приняли участие в акциях в рамках Недели волонтерства. В рамках экологической инициативы в парке природы «Дудергофские высоты» волонтеры убрали мусор и сажали деревья и в качестве подарка передали парку печь для дровяной сторожей и лесников.



Московские сотрудники компании приняли участие и в экологических акциях, организованных совместно с эколого-просветительским центром «Заповедники»: волонтеры «Крафт Фудс Рус» благоустраивали территорию

Приокско-Террасного заповедника, а также помогали рекультивировать кострища в Химкинском лесу.

Социальные акции

Благодаря сложившимся партнерским отношениям с Владимирской благотворительной организацией помощи инвалидам с умственной отсталостью, наши волонтеры с завода в Собинке приняли участие в празднике «Русские забавы», где вместе с другими членами жюри, выбирали победителей и участвовали в награждении команд.

В ходе социальной акции в рамках Недели волонтерства сотрудники завода под Санкт-Петербургом благоустроили территории двух детских садов, школы и амбулатории деревень Малое Карлино и Виллози Виллозского сельского поселения.

Также фонд CAF Россия и художественно-реабилитационный центр «Дети Марии» помогли в организации экскурсии в Музей Востока и совместного урока по рисованию для воспитанников центра из московских интернатов и волонтеров «Крафт Фудс Рус».

При поддержке фонда «Здесь и сейчас» волонтеры «Крафт Фудс Рус» сопровождали воспитанников детского дома

п. Октябрь, Некоузского района Ярославской области в ходе экскурсии-квеста по Москве.

В России эта третья по счету ежегодная Неделя волонтерства стала наиболее масштабной, и «Крафт Фудс Рус» планирует удерживать этот темп в будущем, реализуя еще больше проектов, направленных на улучшение питания и продвижение здорового образа жизни.

Наше желание помогать не ограничивается одной неделей в году. Волонтерские программы доступны для сотрудников «Крафт Фудс Рус» в течение всего года. В феврале 2011 года совместно с благотворительной организацией CAF была запущена программа по волонтерству «Помочь просто», в рамках которой сотрудники компании могут помогать детям с заболеваниями сердца – подопечным фонда «Детские сердца», и детям-сиротам, подопечным художественного центра - участием в волонтерских акциях.



Под руководством фонда «Детские сердца» и благотворительного фонда CAF Россия сотрудники московского офиса компании раскрасили стены в детском отделении больницы №67.



Компания совместно с центром «Дети Марии» организует выезды в детские дома, во время которых сотрудники могут подружиться с ребятами и принять участие в художественных мастер-классах. Организуется также сбор подарков и принадлежностей для рукоделия и рисования для детей в детских домах и коррекционных школах-интернатах.



1 июня, в День защиты детей, в московском офисе компании состоялась благотворительная беспроигрышная лотерея, по итогам которой более 35 000 рублей было передано в благотворительный фонд «Детские сердца».

В декабре 2011 года в «Крафт Фудс Рус» снова проходила акция «Подари новогоднее чудо». Сотрудники московского офиса, заводов в Покрове, Собинке и под Санкт-Петербургом передали более 300 подарков воспитанникам детских домов (Киржачский и Покровский детские дома, Сиверский детский дом (для детей с ограниченными возможностями и др).

\$12 000

Сумма такого порядка в 2011 году была передана в благотворительный фонд «Детские сердца» в рамках программы «Помочь просто».

Также в декабре сотрудники Отдела по корпоративным вопросам провели благотворительную рождественскую ярмарку десертов. По итогам двухчасового рождественского мероприятия 12 000 рублей получили подопечные благотворительного фонда «Детские сердца».



Применение руководства GRI

При подготовке социального отчета мы использовали рекомендации руководства GRI – Global Reporting Initiative, версию G3. Мы старались предоставить полную, сопоставимую и сбалансированную информацию по ключевым показателям результативности, обозначить стратегию и дать характеристику компании, указать подходы в области менеджмента по ключевым направлениям устойчивого развития.

Наши инициативы в области устойчивого развития глобальны. В своей деятельности в области устойчивого развития компания руководствуется циклом рационального использования ресурсов. Согласно циклу, мы раскрываем ряд ключевых показателей соответствующих аспектов.

Указатель GRI.

Экологические показатели результативности

Аспект	Показатель	Страницы
Материалы	EN1. Использованные материалы с указанием массы или объема	14, 19, 29, 36, 42, 48
	EN2. Доля материалов, представляющих собой переработанные или повторно используемые отходы	20, 29, 37, 43, 49
Энергия	EN3. Прямое использование энергии с указанием первичных источников	20, 29, 37, 43, 49
	EN4. Косвенное использование энергии с указанием первичных источников	20, 29, 37, 43, 49
	EN5. Энергия, сэкономленная в результате мероприятий по снижению энергопотребления и повышению энергоэффективности	20, 43
	EN6. Инициативы по предоставлению энергоэффективных или основанных на использовании возобновляемой энергии продуктов и услуг, и снижение потребности в энергии в результате этих инициатив	16, 28, 43
Вода	EN8. Общее количество забираемой воды с разбивкой по источникам	20, 29, 37, 43, 49
	EN10. Доля и общий объем многократно и повторно используемой воды	16, 20, 29, 37, 43, 49
Выбросы, сбросы, отходы	EN16. Полные прямые и косвенные выбросы парниковых газов с указанием массы.	20, 29, 37, 43, 49
	EN19. Выбросы озоноразрушающих веществ с указанием массы	20, 29, 37, 43, 49
	EN21. Общий объем сбросов с указанием качества сточных вод и принимающего объекта	20, 29, 37, 43, 49
Продукция и услуги	EN26. Инициативы по смягчению воздействия продукции и услуг на окружающую среду и масштаб смягчения воздействия	17, 20, 29, 38, 41, 44, 49
	EN29. Значимое воздействие на окружающую среду перевозок продукции и других товаров и материалов, используемых для деятельности организации, и перевозок рабочей силы	17, 38
Общие	EN30. Общие расходы и инвестиции на охрану окружающей среды, с разбивкой по типам	21, 29, 38, 44, 49

Социальные показатели результативности:

Подходы к организации труда и достойный труд

Аспект	Показатель	Страницы
Занятость	LA2. Текучесть кадров в разбивке по возрастной группе и полу	85
Здоровье и безопасность на рабочем месте	LA6. Доля всего персонала, представленного в официальных совместных комитетах по здоровью и безопасности с участием представителей руководства и ее работников, участвующих в мониторинге и формулирующих рекомендации в отношении программ по здоровью и безопасности на рабочем месте	25, 33, 39, 45, 51
	LA7. Уровень производственного травматизма, уровень профессиональных заболеваний, коэффициент потерянных дней и коэффициент отсутствия на рабочем месте, а также общее количество смертельных исходов, связанных с работой, в разбивке по регионам	25, 33, 39, 45, 51
	LA8. Существующие программы образования, обучения, консультирования, предотвращения и контроля риска, для помощи сотрудникам, членам их семей и представителям населения в отношении тяжелых заболеваний	25, 33, 39, 45, 51, 84
Обучение и информирование	LA10. Среднее количество часов обучения на одного сотрудника в год, в разбивке по категориям сотрудников	85
	LA12. Доля сотрудников, для которых проводятся периодические оценки результативности и развития карьеры	85
Разнообразие и равные возможности	LA13. Состав руководящих органов и персонала организации с разбивкой по полу и возрастной группе, указанием представительства меньшинств, а также других показателей разнообразия	85
	LA14. Отношение базового оклада мужчин и женщин в разбивке по категориям сотрудников	85

Взаимодействие с обществом

Аспект	Показатель	Страницы
Сообщества	S01. Характер, сфера охвата и результативность любых программ и практических подходов, оценивающих воздействия деятельности организации на сообщество и управляющих этим воздействием, включая начало деятельности, ее осуществление и завершение	69–79, 86–89

Ответственность за продукцию

Аспект	Показатель	Страницы
Здоровье и безопасность потребителя	PR1. Стадии жизненного цикла, на которых воздействие на здоровье и безопасность продукции и услуг оцениваются для выявления возможностей улучшения, и доля существенных продуктов и услуг, подлежащих таким процедурам	22–24, 31–32, 45, 50, 57–59
Маркировка продукции и услуг	PR3. Виды информации о свойствах продукции и услуг, требуемые процедурами, и доля значимых продуктов и услуг, в отношении которых действуют такие требования к информации	50, 65–66
Маркетинговые коммуникации	PR6. Программы по обеспечению соответствия законодательству, стандартам и добровольным кодексам, касающимся маркетинговых коммуникаций, включая рекламу, продвижение продукции и спонсорство, в разбивке по видам последствий	66–67

Контакты

Отдел по корпоративным вопросам и отношениям с государственными органами

ООО «Крафт Фудс Рус»

127006, г. Москва, ул. Долгоруковская, д. 7, бизнес-центр «Садовая Плаза»

Тел.: +7 (495) 960 24 80

Факс: +7 (495) 960 24 90

Официальный сайт: www.kraft-foods.ru

Горячая линия по вопросам качества продукции: 8 800 555 8 000

Завод по производству шоколада в Покрове:

601135, Владимирская обл., Петушинский р-н,

г. Покров, ул. Франца Штольверка, д. 10

Завод по производству сублимированного кофе под Санкт-Петербургом:

198323, Ленинградская обл., Ломоносовский р-н,

п. Горелово, Волхонское ш., д. 7

Завод по производству жевательной резинки в Великом Новгороде:

173020, г. Великий Новгород,

ул. Московская, д. 61

Фабрика «Большевик» в Собинке:

601203, Владимирская область,

г. Собинка, ул. Мира, д. 12

Завод по производству шоколада в Чудово:

174211, Новгородская область,

г. Чудово, Борновильский переулок, д. 22



Этот социальный отчет напечатан на бумаге Mondi MAESTRO® PRINT. Бумага MAESTRO® PRINT имеет сертификат Лесного попечительского совета (Forest Stewardship Council™) и сертификат Программы подтверждения сертификации лесов (Programme for the Endorsement of Forest Certification), которые подтверждают ответственное управление лесными ресурсами. Также недавно полученный экосигнал Европейского союза – еще одно реальное доказательство использования сырья, полученного при помощи выращивания и обработки лесов ресурсосберегающим методом, в том числе позволяющим сократить выбросы серы, углекислого газа и загрязнения воды.