

WWW. METRO
GROUP .DE /
MATERI-
ALITY

ДОКЛАД ЗА КОРПОРАТИВНА ОТГОВОРНОСТ НА METRO GROUP ЗА 2015 / 2016 Г.

METRO GROUP

ПОДХОДИ ЗА ОСИГУРЯВАНЕ НА УСТОЙЧИВОСТ НА ЛИНИИТЕ ЗА ПРОДАЖБИ

METRO Cash & Carry

Подход за осигуряване на устойчивост

Основното, което мотивира METRO Cash & Carry е абсолютният фокус върху клиента. Ние искаме да сме най-добрият партньор за независимите предприемачи. Приемаме предиз-

викателствата, пред които се изправят клиентите ни, като наши собствени, посрещаме тези предизвикателства и предлагаме на нашите клиенти най-добрите решения, включително по отношение на устойчивостта. Защото ние твърдо вярваме, че търговският успех върви ръка за ръка с устойчивите действия.



„В METRO Cash & Carry, стойността се добавя на място – там, където правим бизнес, в нашите магазини и там, където са нашите клиенти в 25 държави, или дори 35, ако включим дейностите по дистрибуция на хранителни услуги за класически висококачествени храни. Това е валидно както за икономическата, така и за устойчивата стойност. Това ни дава ясна цел като компания. Като защитник на независимия бизнес, нашата цел е да подкрепяме дейността на нашите клиенти и партньори с устойчиви продукти, услуги и вдъхновение - по начини, които са възможно най-приспособени към местните условия, персонализирани и ефективни. Силните ни връзки с нашите местни партньори са от жизненоважно значение за нас“.

PIETER C. BOONE

Член на Управителния съвет на METRO AG и Главен изпълнителен директор на METRO Cash & Carry

НАШЕТО ПРЕДИМСТВО			
<p>Ние разполагаме с огромен обхват като</p> <p>1 КОМПАНИЯ.</p> 	<p>Управляваме</p> <p>750 МАГАЗИНА В 25 ДЪРЖАВИ.</p> 	<p>Така, имаме поглед върху нуждите на</p> <p>21 МИЛИОНА КЛИЕНТИ</p> 	<p>Заедно с нашите клиенти, достигаме до</p> <p>НЕИЗБРОИМИ ПОТРЕБИТЕЛИ.</p> 

Като международна компания за продажби на едро, METRO Cash & Carry има огромен обхват на действие. Ние управляваме приблизително 750 магазина в 25 държави, с помощта на нашите над 107 000 служители. На местно ниво, достигаме до около 21 милиона клиенти – и заедно с тях - до безброй потребители. Използваме това предимство, за да подпомагаме нашите партньори и клиенти, както и техните потребители, в устойчивите им действия. Чрез прилагането на специфични мерки, ние допринасяме за справянето с предизвикателствата и улавянето на възможностите за нашия бизнес. В допълнение, подпомагаме съгласието сред заинтересованите групи, свързани с нас, и подобряваме нашата репутация.

Мерките, които прилагаме, са фокусирани в четири области:

- Предлагаме на нашите **служители** атрактивна работна среда и перспективи за бъдещо развитие, за да могат те да осигурят максимална помощ за нашите клиенти;
- В рамките на собствената ни **дейност** боравим отговорно с ограничените ресурси като твърди горива и други суровини. Това ни осигурява поле за инвестиции, които да предоставят привлекателни решения за нашите клиенти и за нови бизнес сфери, и също така ни помага да се борим с последиците от климатичните промени;
- Управляваме нашето **снабдяване** и подбиравме нашия **продуктов асортимент** отговорно. В резултат, можем да предложим на клиентите си устойчиви продукти и услуги. В допълнение, прехвърляме експертния си опит в сферите на управлението на ресурси, снабдяването и състава на асортимента към независими предприемачи, за да създадем дългосрочни бизнес перспективи и конкурентоспособно преимущество за тях и за нас;

- Насърчаваме ги да действат устойчиво, поемайки отговорност ние самите и вдъхновявайки клиенти и партньори с нашия начин на мислене. Това ни прави привлекателен партньор за заинтересованите страни на вътрешно и външно ниво, както и за настоящите и бъдещите ни служители, клиенти, бизнес партньори и представители в сферата на политиката, науката и сдруженията. Също така, благодарение на нашия **ангажимент** към социалните и екологични проблеми, ние подпомагаме обществото в нашите магазини и навсякъде, където е необходима помощ.

Визия за устойчивост

Устойчивостта е неразделна част от основната дейност на METRO Cash & Carry. С METRO SUSTAINABLE създадохме стратегическата рамка за това. Тя се основава на нашата визия:

Като защитник на независимия бизнес, ние ще направим търговията устойчива и така ще преодолеем традиционните ограничения пред растежа. Координирането на нашите нужди и амбиции с нуждите на природата, хората и бъдещите поколения, ще осигури на METRO дългосрочни перспективи за просперитет. Вдъхновявайки, мотивирайки и подпомагайки нашите клиенти и партньори за това, ние можем да пренесем тази визия до милиони.

В тази рамка, ние сме дефинирали сферите на действие на METRO Cash & Carry и сме посочили конкретните цели пред нашата компания.

Четири сфери на действие на METRO Cash & Carry са:

- Дейност
- Предлагане
- Служители
- Корпоративно гражданство

Управление

Установената ни структура на управление, състояща се от нашия Комитет по устойчивост и мениджърите по устойчивост на корпоративно и на национални нива, гарантира ефективно приложение и непрекъснат контрол.



Сфера на действие: дейност

В рамките на собствената си дейност METRO Cash & Carry борава отговорно с ограничените ресурси като твърди горива и други суровини. Това осигурява на компанията поле за инвестиции, които да предоставят привлекателни решения за нейните клиенти и за нови бизнес сфери, и също така ѝ помага да се бори с последиците от климатичните промени.

В сферата на действие - дейност, METRO Cash & Carry се фокусира върху четири ключови теми. Компанията

- оптимизира своята ресурсна консумация;
- подобрява енергийната си ефективност и пести енергия;
- намалява емисиите на парникови газове; и
- ограничава отпадъците от дейността си.

Опитът в справянето с тези проблеми може също да бъде прехвърлен към решения за клиентите на METRO Cash & Carry за в бъдеще, например при консултирането на независимите предприемачи относно приспособяването на магазините към енергийната ефективност. В резултат, клиентът може също така да спести пари, а влиянието върху околната среда ще бъде смекчено.

Цели в рамките на сфера на действие: дейност

- METRO Cash & Carry цели да намали специфичните си емисии на парникови газове до 55 процента до 2030 г., в сравнение с 2011 г. В рамките на тези си усилия, компанията се фокусира върху емисии, които са в резултат на употребата на енергия, охладители и хартия и емисии, свързани с вътрешна логистика и бизнес пътувания;
- METRO Cash & Carry цели да намали наполовина хранителните отпадъци от собствената си дейност до 2025 г. Това е целта, с която се е ангажирала METRO GROUP като част от Резолюцията за хранителните отпадъци, приета на Форума за потребителските стоки.

Благодарение на различни дейности, компанията вече е успяла да понижи своите емисии на парникови газове на квадратен метър продажбено пространство с 20 процента за финансовата 2015/16 година, в сравнение с 2011 г. Индивидуалните мерки, възприети в различни държави, в които METRO Cash & Carry има магазини, са представени по-долу като примери.

Енергийна ефективност и пестене на енергия

Въпросите за пестенето на енергия и енергийната ефективност, както и за оптимизацията на ресурсното потребление, в комбинация с целта за намаляване на въглеродните емисии, са приложими за всички държави, в които METRO Cash & Carry има магазини. Националните филиали трябва да отговорят на специфични изисквания и да приложат съответните мерки, допринасящи за постигането на тази обща цел. Благодарение на работата на оперативните директори в рамките на Енергийната федерация на METRO Cash & Carry, могат да бъдат споделени постигнатите успехи и научените уроци.

В хода на прилагане на програмите за пестене на енергия и за запознаване с енергийните въпроси, за периода на отчитане са реализирани глобални инвестиции на обща стойност приблизително 25 милиона Евро. Мерките се прилагат от енергийни мениджъри по различни проекти в магазините за продажби на едро и са предназначени да допринесат за годишни спестявания от над 6 милиона Евро.

Също така, METRO Cash & Carry прилага и допълнителни мерки, свързани с модернизация на магазините и новите сгради. Ние разграничаваме три нива на ефективност:

- Енергийно ефективен магазин за продажби на едро, в който ефективните технологии на инсталациите и системите спомагат за пестене на енергия, особено по отношение на осветлението и затворените хладилници;
- Зелен магазин, който се нуждае от приблизително 50 процента по-малко енергия, в сравнение с енергийно ефективния магазин;
- Въглеродно-неутрален магазин за продажби на едро, чиито операции не произвеждат въглеродни емисии.

Примери: модернизации на магазини и нови сгради

През септември 2016 г., след цялостна модернизация, METRO Cash & Carry Китай откри отново своя магазин в Донгуан за продажби на едро като зелен магазин METRO. Целта на работата по модернизация е да се намали наполовина годишното енергийно потребление на магазина. По-голямата част от енергията за магазина за продажби на едро се генерира от слънчеви панели и малки вятърни турбини с върхова изходяща мощност от 800 kW. Други мерки като възстановяването на топлина от охладителните системи, използването на естествената светлина чрез т.нар. соларни тръби, монтирането на автоматични плъзгащи се врати, оптимизираната вентилация и внимателно планираното използване на дъждовната вода подобряват енергийната ефективност и допринасят за запазването на ценните ресурси. В допълнение, в магазина в Донгуан бе монтирана каскадна система за въглероден диоксид, която да направи охлаждането по-ефективно и по-екологично: посредством използването на охладители с по-нисък потенциал за глобално затопляне, магазинът за продажби на едро намалява своите емисии на еквивалентни на въглерода газове (CO₂e), причинени от изхвърлянето на охладители, използвайки в същото време по-малко електричество за процеса на охлаждане.

Магазинът на METRO Cash & Carry за продажби на едро Casa dell'Noreca в Баранцате, Италия, е пример за интегрирано управление на енергията. Тук соларните панели се използват за генерирането на електричество и гореща вода, зелената дървена фасада на магазина за продажби на едро спомага за повишаване на биоразнообразието, а служителите шофират електромобили.

За периода на отчитане има също така примери за децентрализирано генериране на енергия в магазини: в допълнение към съществуващата система, METRO Cash & Carry монтира други осем фотоволтаични системи в Китай за генериране на електричество без вредни емисии, както и втора фотоволтаична система в Турция. През септември 2016 г., заедно с E.ON, компанията пуна в експлоатация комбинирана топло- и електроцентраля, захранвана с природен газ с изходна мощност от 2 × 400 kW за генерирането на електричество и гореща вода в Нижни Новгород, Русия. Още една идентична на тази система, в момента се строи в Иваново, Русия.



Намаляване на емисиите на парникови газове чрез електромобилност

Страните, в които METRO Cash & Carry има свои магазини прилагат редица мерки с оглед намаляване на собствените им емисии на парникови газове и, в допълнение, за предлагането на подходящи решения на клиентите. Например, METRO Cash & Carry Франция изследва нови възможности чрез проект, предназначен да пести ресурси и да намали въглеродните емисии: от декември 2015 г. се осъществява пилотен проект в сферата на електромобилността и компанията сега използва единадесет електрически автомобили в отдела си за обслужване на клиенти. От края на 2016 г. ще се използват и захранвани с електроенергия превозни средства за доставки с охладителни системи. Първоначалните резултати от пилотния проект показват, че METRO Cash & Carry Франция пести 9,6 тона въглерод годишно, използвайки електрически

превозни средства. На база резултатите от пилотния проект, в следващия етап ще бъдат включени и други региони.

В Украйна, METRO Cash & Carry предоставя пунктове за зареждане на електрически автомобили за клиенти в партньорство с компанията Тока. От откриването на първата подобна инсталация в Киев през 2015 г., са отворени още седем пунктове за зареждане.

Редуциране на отпадъците

METRO Cash & Carry прилага интегриран подход с оглед постигане на целта си за редуциране на хранителните отпадъци. Компанията работи с партньори от отрасъла по цялата верига на формиране на стойност и използва логистика за процесите на съхранение и за достигане до потребителите. Компанията цели да редуцира хранителните отпадъци от своята собствена дейност с 50 процента до 2025 г.

В своята собствена дейност

Мярката, възприета от METRO International Supply демонстрира, че хранителните отпадъци могат да бъдат редуцирани посредством внимателно планиране на процесите и разумно използване на данните. Компанията за обслужване управлява мрежа от регионални складове в Италия и Холандия. Анализирайки данните за бракуваните стоки, компанията успя да определи процента на хранителните отпадъци, които реализира и свързаните с това разходи за изхвърляне, както и да идентифицира потенциалните начини, по които да избегне реализирането както на отпадъци, така и на разходи. Непродаваемите стоки вече не се унищожават, а се даряват на местни банки за храна в удобно време. По този начин METRO International Supply успя да намали разходите си за изхвърляне на отпадъци със 64 процента и хранителните си отпадъци с близо 90 процента в рамките на една финансова година.

За да намали хранителните отпадъци в своите магазини за продажби на едро, METRO Cash & Carry извършва мониторинг на срока на годност. Целта е да се отчита срока на годност на продуктите при зареждане на щандовете и продуктите да се продават преди изтичане на срока им на годност. Пример за това е подхода, възприет от METRO Cash & Carry Румъния. В своя отдел за входящи стоки, компанията използва система, с която може да симулира и анализира заявки за стоки, да ги планира по-прецизно и да ги управлява по-добре според търсенето. Този процес бе оптимизиран и тъй като цените на наличностите, които не са изцяло продадени, в крайна сметка биват намалявани. При изходящите стоки, системата за редукция на цената позволява на служителите бързо и лесно да намаляват цените на продуктите, чиито срок на годност приближава.

Решения за клиента

METRO Cash & Carry също така обсъжда със своите търговски клиенти конкретно въпроса за постигането на редуциране на хранителните отпадъци. Потребителите също са взети под внимание в тези усилия. Например, заедно с различни партньори по проекти, компанията създаде специални кутии за ресторантите и кетъринговите компании в Италия, Франция и Германия, с които не-изконсумираната храна може да се отнесе вкъщи.

Друг пример е подкрепата на METRO Cash & Carry Франция за инициативата „Гурме плик“ на регионалната дирекция по храните DRAAF в област Оверн-Рона-Алпи. Специален етикет обозначава участващите ресторанти и насърчава гостите специално да попитат за пликчетата за кучета. METRO Cash & Carry Франция създаде цялостен пакет за новоприсъединилите се към програмата. В допълнение към основната информация и идеи как да се избягват отпадъците, той съдържа стикери за врата за инициативата „Гурме плик“ и пликчетата за кучета за многократна употреба.

В Италия, METRO Cash & Carry стартира подобен проект, наречен Schiscetta Reverse в рамките на EXPO 2015, заедно с UN World Food Programme (WFP) (Световната програма за храните на ООН) и Food Bank Organisation (организацията Хранителна банка). Schiscetta е понятие, което хората в Милано използват за контейнер за носене на храна вкъщи и на работа. Проектът със същото име използва обратния процес, насърчавайки потребителите да отнесат не-изконсумираната в ресторанта храна вкъщи.

През 2016 г., METRO Cash & Carry проведе представително проучване за хранителните отпадъци в Германия. Най-важното откритие на това изследване бе, че пестенето на храна е много важно или важно за 98 процента от ресторантьорите в Германия. Близо две трети от ресторантьорите вече предлагат на своите гости опцията да вземат останалата храна вкъщи. METRO Cash & Carry стои начело на тези промени и целево подпомага своите клиенти в редуцирането на хранителните отпадъци - не само с кутиите си за не-изконсумирана храна „Beste-Reste-Box“, налични в магазините за продажби на едро на компанията от 2016 г. Като официален партньор на Асоциацията United Against Waste („Обединени срещу отпадъците“), компанията също така предлага семинари, които представят идеи и подходи за редуциране на хранителните отпадъци. В допълнение, ресторантите и столовите могат да използват инструмент за анализ на отпадъците, с който да открият къде в тяхната организация могат да подобрят използването на ресурсите.

METRO Cash & Carry цели да развие чувствителност у своите клиенти към отговорност и устойчиво потребление не само посредством разпространението на специфична информация, но и със своите кампании. Компанията също така подкрепя своите клиенти в конкретни дейности, включително в сферата на изхвърлянето на отпадъци. Например, клиентите в Париж могат да върнат пластмасовите бутилки и консервните кутии в магазина за продажба на едро, използвайки своята клиентска карта METRO. В рамките на този проект, който включва не само клиенти, но и производители и фирми за изхвърляне на отпадъци, METRO Cash & Carry Франция прие приблизително 16 000 консервни кутии и 13 000 пластмасови бутилки за финансовата 2015/2016 година.

В Украйна, през октомври 2015 г., METRO Cash & Carry инициира проект за рециклиране, заедно с Carlsberg: продавачът на едро откри станция за връщане на амбалаж на своя паркинг, където клиентите можеха да връщат своите бирени бутилки. До август 2016 г., общо 92 000 бутилки бяха събрани за повторна употреба и 384 000 бутилки бяха изпратени за рециклиране.

Сфера на действие: асортимент

METRO Cash & Carry осигурява и подбира своите стоки отговорно и, следователно, може да предложи на своите клиенти устойчиви продукти и услуги. В допълнение, компанията споделя своето ноу-хау в сферите на управлението на ресурси, осигуряването и структурата на продуктовата гама със собственици на независим бизнес. По този начин METRO Cash & Carry генерира дългосрочни бизнес перспективи и конкурентноспособност - както за своите клиенти, така и за компанията.

В сферата на действие - асортимент, METRO Cash & Carry се фокусира върху три ключови области:

- **Отговорно снабдяване:** Компанията цели да осигурява стоки, на чиито качество, безопасност и благонадеждни социални и екологични сертификати клиентите могат да се доверят. Ето защо METRO Cash & Carry е в пряк контакт със своите доставчици и насърчава проследимостта на продуктите и отговорното управление на веригата за доставка;
- **Отговорен асортимент:** Компанията също така генерира добавена стойност, подбирайки асортимента си отговорно, предлагайки устойчиви продукти и услуги и оптимизирайки опаковането на продуктите;
- **Отговорно потребление:** Освен това, METRO Cash & Carry подпомага своите клиенти във вземането на решения за покупки в полза на устойчиви продукти, насърчавайки и по този начин устойчивия начин на живот.

Отговорно снабдяване

С оглед предлагането на своите клиенти на атрактивна и уникална продуктова гама, отличаваща се със своето разнообразие, свежест и високо качество във всички магазини, компанията управлява шест Офиса за международна търговия в Бостън, Конкарню, Ротердам, Валенсия, Дюселдорф и Хонг Конг за снабдяване с хранителни артикули и друг офис в Хонг Конг за снабдяване с не-хранителни доставки. Той борави с всички покупки за националните организации, направени през тези офиси. Компанията се снабдява с продукти директно от мястото им на произход и използва целево маркетинговия потенциал и синергии за осигуряване. Концепцията за директното снабдяване от фермерите и производителите спомага за оптимизиране на веригата за доставка и позволява на компанията да поддържа високо ниво на качество, свежест и безопасност на продуктите, както и да изгради дългосрочни, прозрачни връзки с доставчиците. Третирането на доставчиците по един истински етичен начин и изграждането на партньорство са ключови, независимо дали даден доставчик се намира наблизо или на хиляди километри разстояние.

Отговорно управление на веригата за доставка

Като международен бизнес за продажби на едро, METRO Cash & Carry работи с голям брой доставчици, фермери и производители. Насърчавайки придържането към социални стандарти, компанията поема отговорност по цялата верига за създаване на стойност. METRO Cash & Carry е ангажирана с ключовите трудови стандарти на [International Labour Organization \(Международната организация на труда\)](#) (ILO) и активно защитава систематичното изграждане на справедливи и равни условия на труд сред производителите със собствена марка. Ето защо компанията изисква от своите доставчици на не-хранителни продукти със собствена марка да представят доказателство за сертифициране според Бизнес Инициативата за Социално Съгласие (BSCI) или сертификация в съответствие с еквивалентна система за социален стандарт.

За повече информация, вижте раздел [Устойчиво осигуряване и асортимент](#)

Прозрачност на веригата за създаване на стойност

Проследяването на стоките е ключов въпрос за METRO Cash & Carry. Компанията цели да генерира висока степен на прозрачност по цялата верига за създаване на стойност и да проследява продуктите до техния източник, за да защити ресурсите и да избегне незаконни дейности. Проследимостта и контролираното осигуряване на базата на конкретни насоки за устойчиви покупки също така позволяват на METRO Cash & Carry да гарантира безопасността и високото качество на предлаганите продукти и да помага на клиентите си при спазване на законовите изисквания.

Заедно с други търговци, съществуващите партньори и организацията за стандартизация GS1 Германия, компанията създаде мултисекторно решение, което позволява продуктите да бъдат проследени по целия път от мястото им за произход до момента на покупката им от клиента. Към момента в Германия, с помощта на приложението PRO TRACE, могат да бъдат проследени приблизително 700 рибни продукти и 2 000 месни продукти.

С цел да гарантират максималната безопасност на продуктите и качеството и проследимостта на хранителните артикули, METRO Cash & Carry и компанията Star Farm, която също е собственост на METRO GROUP, стартираха специален проект в Пакистан. През януари 2016 г., двамата сътруднически си

партньори откриха първата корпоративна проследима ферма в Море Кунда, област Нанкана Сахиб, на около 75 километра западно от Лахор. Във фермата се отглеждат плодове и зеленчуци, които първоначално ще бъдат предназначени единствено за магазините за продажби на едро на METRO Cash & Carry в Пакистан. Продуктите разполагат с 19-цифрен баркод и могат да бъдат проследени от клиентите по цялата верига за доставка, чак до фермата. Този подход не само помага за поддържане на увереността на клиентите в качеството на продуктите - той също така помага на METRO Cash & Carry Пакистан да изтегли от мрежата продуктите, които не отговарят на високите стандарти на компанията.

Проучване среддоставчиците за потреблението на вода

Използването на водния ресурс е друг въпрос, който има стратегическо значение за METRO Cash & Carry. С цел получаването на общ поглед върху потреблението на вода в рамките на веригата за доставка, през 2016 г. компанията проведе проучване сред подбрани стратегически доставчици относно техните рискове и възможности, както и относно методите за управление по отношение на водата. METRO Cash & Carry генерира приблизително 16 процента от своите приходи от тези доставчици. Това проучване бе проведено чрез програмата за веригата на доставка на организацията CDP (преди наричана Проект за разкриване на информация за въглерода). Процентът на отговорилите в това, провеждащо се за първи път проучване, бе висок - 62 процента.

Ето преглед на основните резултати от проучването:

- 80 процента от респондентите идентифицират рискове, свързани с водата;
- 25 процента от респондентите виждат конкретни рискове, свързани с бизнеса им с METRO Cash & Carry;
- 77 процента от респондентите виждат не само рискове, свързани с водата, но и с възможности за техния бизнес;
- 84 процента са въвели въпроса за водата в своята бизнес стратегия;
- 86 процента са заложили цели, свързани с водата.

Проучването предоставя на METRO Cash & Carry солидна база за разбиране на това къде са свързаните с водата рискове в рамките на веригата за доставка и какви точно са тези рискове. То също така осигурява допирни точки за по-нататъшни дискусии и потенциални партньорства с доставчиците.

Отговорен асортимент

Цели в сферата на отговорния асортимент



— Чрез ревизията на своята политика за покупка на риба и морски дарове през 2016 г., METRO Cash & Carry си постави нова цел: до 2020 г., 80 процента от

дванадесетте най-продавани вида риба и морски дарове в METRO Cash & Carry трябва да разполагат с устойчива сертификация, призната от компанията. Като част от Глобалната инициатива за устойчиви морски дарове (GSSI), METRO Cash & Carry призовава за хармонизация на съществуващите в световен мащаб сертификати за устойчивост на рибата;

- METRO Cash & Carry е ангажирана до 2020 г. да използва само палмово масло от устойчиви източници за продуктите от собствената си марка. Във връзка с това, компанията се ръководи от критериите на Кръглата маса по устойчивост на палмовото масло (RSPO) (политика за покупка на палмово масло);
- До 2020 г., 100 процента от дървесината и хартията, използвани за продуктите от собствената си марка трябва да произлизат от устойчиви горски стопанства (политика за покупка на дървесина и хартия);
- METRO Cash & Carry също така си е поставила целта да намали използването на опаковъчен материал и неговото влияние върху околната среда (политика за покупка на опаковъчни материали). За да постигне това, компанията желае да развие иновативни решения, които могат да намалят теглото на продукта, да подобрят поддредането на продуктите върху палетите и да намалят разходите за клиентите;
- До 2018 г. METRO Cash & Carry цели да:
 - провери опаковката на 10 000 продукта от собствената си марка по отношение на тяхното влияние върху околната среда и - ако е възможно - да го подобри;
 - сертифицира картонените опаковки на напитките на METRO Cash & Carry от системата на Forest Stewardship Council (Съвета за стопанисване на горите)[®] (FSC[®]); и
 - прекрати използването на опаковки от поливинилхлорид (PVC) до 2018 г. и да ги замени с по-устойчиви алтернативи.

Както Офисите за международна търговия, така и местните отдели за покупки на организациите на METRO Cash & Carry в различните държави работят за прилагане на тези цели.

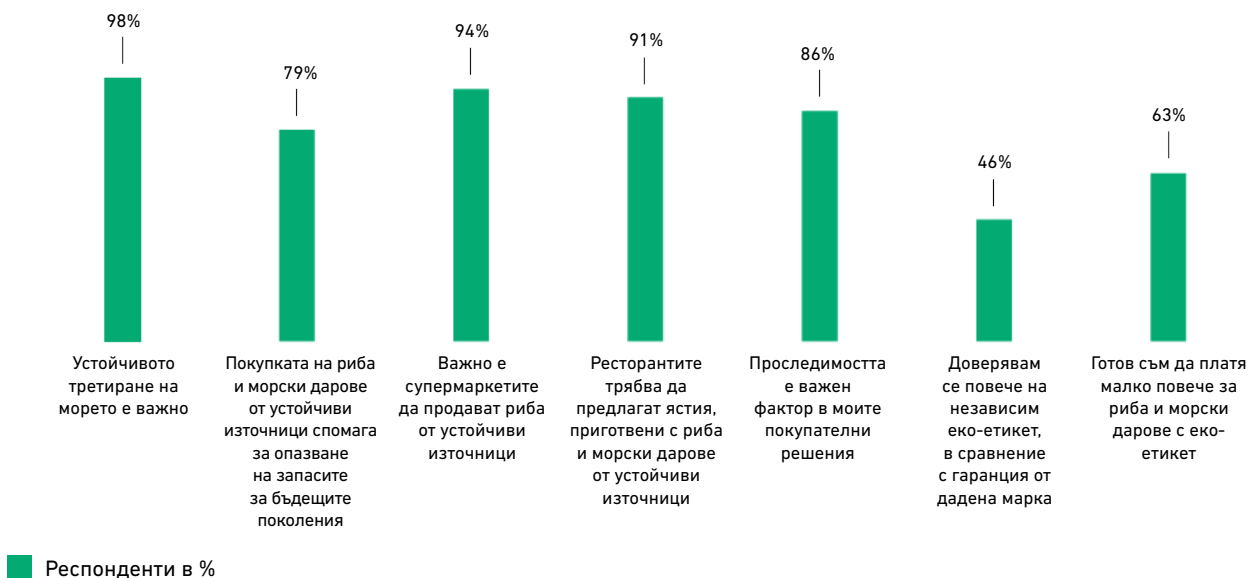
Риба от устойчиви риболовни стопанства

Рибата става все по-важна по отношение на опазването на снабдяването с хранителни продукти. Вече милиарди хора зависят от морето като основен източник на храна. Но все пак рибата не е ресурс, наличен в безкрайни количества. Почти една трета от запасите на океаните са изчерпани и около 85 процента се използват до максималната възможна степен. Запасите допълнително биват съкращавани от незаконния риболов и високите ставки на прилова. Като един от водещите продавачи на едро на риба в Европа, METRO Cash & Carry поема специална отговорност и е предприела действия по различни начини:

- Компанията предлага риба, уловена с използването на екологични практики, които пестят запасите, и риба от сертифицирана аквакултура. Клиентите разпознават това по етикетите на [Marine Stewardship Council \(Съвета за стопанисване на морето\) \(MSC\)](#) и на [Aquaculture Stewardship Council \(Съвета за стопанисване на аквакултурите\) \(ASC\)](#). През финансовата 2015/16 година, устойчивата селекция на риба в Германия се състои от 42 сертифицирани от MSC собствени марки плюс 459 сертифицирани от MSC и дванадесет сертифицирани от ASC продукта с търговска марка, както и 20 артикула, сертифицирани като органични;
- 90 процента от нашите рибни и морски продукти от аквакултури, доставени в Азия чрез нашия Офис за международна търговия са сертифицирани от [GLOBALG.A.P. \(Глобални добри селскостопански практики\)](#), [ASC и/или Best Aquaculture Practices \(Най-добрите аквакултурни практики\) \(BAP\)](#);

- METRO Cash & Carry насърчава прекия контакт с рибари с дребномащабна продукция и ги подкрепя в прилагането на устойчиви рибни практики. Например, компанията закупува риба, уловена в Холандия, използвайки т.нар. метод fly-shooting (метод с изстрелване на набор от рибарски мрежи). Този метод за улавяне не е толкова драстичен и няма отрицателен ефект върху морското дъно. Също така мрежите остават във водата за по-кратък период от време, което предотвратява наранявания на рибата;
- Търсенето на риба е особено високо в Япония. В същото време, напрежението върху запасите се покачва. Аквакултурите могат да предложат алтернатива, когато няма опасност от изчерпване поради улавянето на дребна риба от морето, която впоследствие се отглежда в рибни ферми. За да се справи с този проблем, METRO Cash & Carry Япония работи с Университета на Киндай за повишаване на количествата риба от фертилизирани хайвер в аквакултури и правенето на целия процес, от отглеждането до продажбата, проследим.

През април 2016 г., в рамките на METRO-EXPO в Москва, METRO Cash & Carry извърши проучване сред приблизително 1 000 клиенти относно важността на устойчивата риба и относно това как да се отнасяме отговорно към моретата. Преглед на ключовите резултати:



Устойчива продуктова гама



Продуктовата гама на METRO Cash & Carry включва голям брой органични артикули, такива, обект на справедлива търговия или други екологични продукти, всеки разполагащ с необходимата сертификация. На фона на ангажимента на METRO Cash & Carry за 2020 г. по отношение на палмовото масло, през финансовата 2015/16 година компанията постигна значителен напредък благодарение на нашите Офиси за международна търговия: над 40 000 тона пържени картофи и други картофени продукти бяха осигурени с устойчиво палмово масло (сертификация на масовия баланс) и доставени до 24 държави с магазини на METRO Cash & Carry. Друг важен сигнал от организацията на METRO Cash & Carry е стартирането на международното снабдяване с кафе на зърна от собствената марка на компанията, което е и обект на справедлива търговия. Пускането в продажба на този продукт бе отбелязано в седалището на компанията на Деня на устойчивостта, 6 юни 2016г., със започване на доставките за 14 държави.

През финансовата 2015/16 година продажбите на METRO Cash & Carry Германия на по-устойчиви продукти са на обща стойност от почти 51 милиона Евро.

Продуктова гама

(METRO Cash & Carry Германия)

Продажби
(в милиони €)

Продукти, обект на справедлива търговия	1,8
Риба и органична риба, сертифицирани от MSC/ASC	29,8
Органични продукти (без риба)	19,2

Оптимизирано опаковане

В ежедневието на търговския бизнес опаковката се използва не само за транспортирането, опазването и защитата на стоките. Продуктовите опаковки също така съдържат информация и инструкции за употреба за клиентите. С оглед минимизиране на ресурсите, използвани за производство и изхвърляне, METRO Cash & Carry цели да генерира възможно най-малко отпадъци, да използва оптимално ресурсите, да рециклира материалите и да работи на цикли.

Този подход се онагледява от опаковането, въведено през 2015 г. от Офиса за международна търговия на METRO Cash & Carry в Конкарню, който специализира в търговията с прясна риба. За разлика от използваните преди картонени опаковки, изработени от експандиран полистирен (EPS), новите полипропиленови картони за прясна риба се доставят в плоско състояние, по-леки са и пестят място. Това спомага за оптимизиране на палетизирането и транспорта до магазините за продажба на едро. Оценката на жизнения цикъл на продукта показва, че конкретно въглеродните емисии от транспорта и потреблението на вода са намалени.

Резултатите от оптимизацията на опаковките за финансовата 2015/16 година са обединени за държавите, в които METRO Cash & Carry има свои магазини, и ще бъдат отчетени в Индекса за устойчивост на Дау Джонс (DJSI) през 2017 г. Те също така ще бъдат включени в Циркулярното икономическо споразумение на Retailers' Environmental Action Programme (REAP) (Програмата за действие на търговците на дребно в областта на околната среда), което METRO Cash & Carry подписа през май 2016 г.

Прочетете повече за REAP в раздел [Подход за осигуряване на устойчивост](#) и [Устойчиво потребление](#)

Отговорно потребление

Регионални продукти

При структуриране и подготвяне на продуктови гами, METRO Cash & Carry се старее да включи регионални продукти. Купувайки продукти като плодове, зеленчуци и месо от местни фермери и производители, компанията не само отговаря

на нарастващото търсене на клиентите си за регионални продукти. METRO Cash & Carry също така подпомага своите доставчици, допринасяйки за икономическия растеж на регионите, заедно със своите клиенти. Благодарение на

своята стратегия за покупка на местни продукти, продавачът на едро също така реализира важен принос за устойчивостта: така се подобрява въглеродния отпечатък на стоките. В допълнение, по-краткия транспорт намалява разходите.

Примери от различни държави с магазини на METRO Cash & Carry

Германия

В магазина за продажби на едро в Берлин-Фридрихшайн, METRO Cash & Carry отглежда свои билки и зеленчуци. Растенията се отглеждат върху тънък, богат на хранителни вещества слой вода в пестящ пространство, вертикален елемент - без използване на пестициди. Друг такъв елемент е монтиран в магазина за продажби на едро в Антверпен, Белгия, през 2016 г. Прочетете повече за [FoodTech](#).

От януари 2016г. магазините за продажби на едро на METRO Cash & Carry в Северна Германия предлагат на своите клиенти местно свинско месо от регионите на Шлезвиг-Холщайн, Долна Саксония, Хамбург, Бремен, Мекленбург-Западна Померания и Бранденбург със запазените марки „Bestes vom Schwein aus dem Nordosten“ и „Bestes vom Schwein aus dem Norden“ (най-доброто свинско месо съответно от Североизтока и от Севера). Приложението PRO TRACE позволява на клиентите да проследят продуктите и да научат подробности за произхода на свинското месо от конкретна партида и за начина, по който е било обработено. В средносрочен план, тази концепция трябва да бъде въведена и в други региони в Централна и Южна Германия.

Унгария

METRO Cash & Carry Унгария предлага приблизително 90 регионални и традиционни колбаси и месни продукти, всички носещи собствената марка Corvinus. Те са с изключително добро качество. Някои от тях са произведени на базата на традиционни рецепти и оригинални методи за производство и носят етикет, указващ региона им на произход.



Испания

От февруари 2015 г., MAKRO Cash & Carry Испания подпомага чрез инициативата Алма Макро фермерите и производителите в непосредствена близост до магазина за продажби на едро, произвеждащи селскостопански продукти по традиционен начин. Целта е да се подсили местната икономика и да се опазят специалните регионални продукти и техния уникален вкус.



Италия

В Италия, марката Filiere обозначава устойчиво произведени продукти, както месо и риба, така и плодове и зеленчуци. Продуктовата гама вече се състои от 496 различни артикула.



Украйна

С оглед подпомагането на местните селскостопански фермери и производители в Украйна, METRO Cash & Carry стартира проекта Фермове през май 2016 г. в сътрудничество със селскостопанската компания Syngenta. Целта му е да подобри местните структури за доставка и да създаде платформа за отглеждане на плодове и зеленчуци в Украйна. В проекта участват вече тридесет селскостопански предприятия.



Турция

От 2015 г., METRO Cash & Carry Турция подкрепя проект на турското Министерство на храните, селското стопанство и животновъдството в Университета на Истанбул, който се фокусира върху опазването на специфична порода овце. Тази порода е характерна за Тракия, регион в източната част на Балканския полуостров, която сега е част от България, Гърция и Турция. Месото от тези животни се отличава със своето отлично качество и специфичен вкус, ето защо търсенето за него е голямо. Целта на съвместния проект на сътрудническите си партньори е създаването на инициативи за фермерите, отглеждащи овце и производителите на месо, помагачи им да поддържат чистотата на породата на животните и да повишат техния брой.

С проекта „Семена от местността“ METRO Cash & Carry Турция също защитава опазването на естествените и истински семена. В това направление, компанията работи в тясно сътрудничество с местните фермери и производители от Анадола и гарантира, че ще закупи цялата реколта селскостопански продукти, характерни за региона и отгледани с използването на местни семена. Около 25 продукта от региона, маркирани със специално лого, вече са налични ексклузивно в магазините за продажби на едро в Турция.

Насърчаване на здравословна диета и устойчиво потребление

METRO Cash & Carry цели да подпомогне търговците и техните клиенти в осигуряването на здравословна диета и правейки това, да насърчи устойчивия начин на живот. Ето защо компанията не само доставя разнообразна гама от плодове, зеленчуци и пресни продукти, но и разширява своята селекция с добавянето на веган продукти и специални продукти като артикули без лактоза и глутен за потребителите с хранителна непоносимост. Например, от началото на 2015 г., за клиентите в магазините за продажби на едро на METRO Cash & Carry в Германия се предлага широк набор от стоки, без животински съставки. През 2016 г., портфолиото бе разширено с 37 артикула, достигайки общо 177 веган продукта, включително многобройни видове алтернативни на сиренето и месото продукти.

В Китай METRO Cash & Carry е поставила специални кампанийни щандове в определени магазини за продажби на едро в Шанхай, Пекин и Гуангджоу по време на Седмицата на устойчивостта на METRO за 2016 г., за да информира клиентите по-конкретно за устойчивата гама продукти на компанията. На тези щандове, служителите от магазините представят богата селекция от устойчиви артикули – от органични зеленчуци и зърнени продукти до проследими зеленчуци, сертифицирани от FSC® хартиени продукти и сертифицирани от MSC рибни продукти.

Сфера на действие: служители

За успеха на METRO Cash & Carry значително допринасят повече от 107 000 служители в 25 държави. Те работят за успеха на компанията и нейните клиенти всеки ден и са ценни посланици на METRO SUSTAINABLE. Поради това, METRO Cash & Carry възприема като ключова задача създаването на атрактивна, справедлива и безопасна работна среда за тях, предлагаща разнообразие и включване. Компанията насърчава развитието на персонала и окуражава и вдъхновява своите служители да действат устойчиво. METRO Cash & Carry

- е глобално ангажирана към справедливите и безопасни условия на труд и признава правото на своите служители да се организират според рамката на националното законодателство и норми, гарантираща, че нейните служители могат да работят продуктивно и безопасно;
- предлага дългосрочни перспективи, както за служителите, така и за компанията; и
- е ангажирана към разнообразието и включването.

Справедливи и безопасни условия на труд

Справедливите и безопасни условия на труд за служителите са основно изискване, позволяващо им да движат компанията напред в дългосрочен план. Поради това, създаването на рамка, в която тя може да действа е толкова важно, колкото и приложението на вътрешни насоки за спазването ѝ. Например, METRO Cash & Carry безрезервно подкрепя принципите на International Labour Organization (Международната организация на труда) и правото на свобода на съюзяването и колективното договаряне. В същото време, компанията се стреми да създаде хармонична работна среда без стрес, за осигуряването на здравето и продуктивността на служителите. По-конкретно, METRO Cash & Carry гарантира организираното приложение на насоките в държавите с магазини на METRO Cash & Carry чрез наемането на служители по здравето и безопасността на работното място.

Информация за проектите и инициативите в сферите на справедливите условия на труд и здравето и безопасността на работното място, може да бъде намерена в доклада за Корпоративна отговорност, раздел [Ангажимент към служителите](#) и в Годишния доклад за 2015/16 г., раздел [Служители](#).

Посланици на устойчивостта



През финансовата 2014/15 г. бе стартираната Програмата за устойчиво лидерство на METRO (MSLP) за млади мениджъри, с цел насърчаване на устойчивостта в рамките на цялата METRO GROUP. Тя помага на участниците да разберат устойчивостта, включително във връзка с мениджърските умения, да я интегрират в ежедневната си работа и да действат като посланици в тази сфера. В допълнение, участниците инициират конкретно проекти за устойчивост, които са свързани с бизнеса и са предназначени да генерират добавена стойност за компанията. Едновременно с това, участието в програмата и проектната работа водят до непрекъснато растяща общност за устойчивост, в която хората се учат един от друг и могат заедно да насърчават решителното въвеждане на устойчивостта в компанията. Вторият етап от програмата MSLP през финансовата 2015/16 година включва 24 международни служители от всички линии за продажби, METRO AG и нейните обслужващи компании. Към момента те работят по 20 проекта.

Посланическият подход на METRO Cash & Carry Унгария

Особено добре илюстрира продължителният успех на тази програма проект на METRO Cash & Carry Унгария: през 2016 г., участник от първия етап на програмата MSLP създаде посланическа програма за устойчивост, довела до лавинообразен ефект по отношение на научените уроци в рамките на програмата. Целта на посланическият подход е да се повиши информираността за устойчивостта чрез семинари и работни срещи и да се интегрира по-решително това понятие, систематично насърчавайки го в рамките на компанията, заедно с ангажираните служители. Мрежата, която сега включва над 40 служители, работи по различни проекти на теми като пестене на енергия, селективно управление на отпадъците и оптимизирано опаковане, услуги за доставка без хартия и ProCleaning, което представлява преминаване от използването на традиционни почистващи препарати в изискващите висока хигиена части на магазините към екологични алтернативи.

Насърчаване на участието и знанията на служителите

Държавите с магазини на METRO Cash & Carry предлагат различни програми и дейности, целящи насърчаването на информираността по въпросите на устойчивостта в рамките на компанията, предаването на знания и системното насърчаване на участието на служителите. Типични примери за това са специалните продуктови обучителни семинари за устойчива продуктова селекция в METRO Cash & Carry Италия, обучителен семинар за спестяване на гориво и организирането на състезание за идеи за това как да се избегнат хранителните отпадъци в METRO Cash & Carry Германия.

През финансовата 2014/15 година METRO GROUP създава значително предимство чрез разпространението и интегрирането на устойчивостта чрез новия си комуникационен инструмент UNITED. Вътрешната социална мрежа, която в момента разполага с над 52 000 регистрирани потребители, позволява на служителите не само да търсят информация и да създават, споделят или коментират публикации, но и съвместно да развиват идеи и активно да участват в постоянното развитие на компанията. Експертите и знанията вътре в компанията могат бързо да бъдат намерени и свързани върху голям брой страници и работни пространства. Десет национални филиала на METRO Cash & Carry вече са създали конкретни за своите държави страници за устойчивост и множество работни пространства по индивидуални теми като устойчива риба, палмово масло и опаковане.

Разнообразие и включване



METRO Cash & Carry отразява разнородността на своите клиенти и бизнес партньори чрез своята индивидуалност и разнообразие, както и чрез зачитането и признаването на всички видими и невидими разлики, и създава справедлива и ефективна корпоративна култура, която постоянно се развива и е пълна с предизвикателства.

Това е и целта на мрежата от служители на METRO GROUP наречена Жените в търговията (WiT), създадена през 2013 г., която се ангажира с принципа за „По-добри, повече, гъвкави“ най-вече по отношение на жените, работещи в бизнеса на дребно. През финансовата 2015/16 година, мрежата, която преди това се базира само в Кампуса на Дюселдорф, организира годишна конференция по въпросите на умелата работа. Благодарение на многобройните дейности като месечни работни обеда, обучителни курсове и семинари по въпроси като менторство и работа в матрична организация, WiT успя да набере много нови членове в рамките на периода на отчитане, включително от самата организация на METRO Cash & Carry. В момента в мрежата участват приблизително 290 служители.



Европейската мрежа **LEAD** (Лидери, насърчаващи разнообразието) преследва цели, подобни на тези на WiT, като нейната мисия е да насърчи участието на жените в отраслите на търговията на дребни и хранителната индустрия в Европа. METRO GROUP е активен член на мрежата през 2016 г., например чрез назначаване на жени на мениджърски позиции; 108 служители на METRO GROUP вече са активни членове на мрежата. METRO Cash & Carry бе съинициатор и участник в проучване сред 25 мениджъри на магазини (21 от които бяха жени) в компаниите, участващи в LEAD, конкретно върху насърчаването на жените-мениджъри на магазини.

Прочетете повече по тази тема в [Годишния доклад за 2015/16 г.](#)

Сфера на действие: корпоративно гражданство

Като компания с устойчиви възгледи, METRO Cash & Carry цели не само да даде своя принос за обществото чрез своя основен бизнес, но и да оправдае своята отговорност като корпоративен гражданин. Компанията изпълнява своя ангажимент чрез различни доброволчески социални и екологични дейности в своите магазини по света. Например, METRO Cash & Carry подкрепя местните инициативи, активно участва в корпоративни доброволчески проекти, помага на местните хора в неравностойно положение и осигурява небюрокраична и бърза помощ при бедствия и извънредни ситуации.

Международната инициатива грижа и споделяне



От 2008 г., METRO Cash & Carry организира свои доброволчески дейности и проекти за социална отговорност, под шапката на международната инициатива Грижа и споделяне.

Един от фокусите в тази насока е ангажиментът на компанията от името на банките за храни, които METRO Cash & Carry подкрепя ежедневно с дарения на храни в продължение на над 20 години. Дарените стоки са с отлично качество, но не могат да бъдат продавани в магазините, тъй като срокът им на годност приближава. METRO Cash & Carry подпомага по този начин местните банки за храна в 15 държави. В допълнение, METRO GROUP е силен партньор на германската мрежа от банки за храна „Bundesverband Deutsche Tafel e. V“ и си сътрудничи на европейско ниво с European Federation of Food Banks (Европейската федерация на хранителните банки).

Различните дейности на местно ниво на националните филиали на METRO Cash & Carry също демонстрират как инициативата Грижа и споделяне се прилага като международна рамкова марка на местно ниво. Компанията предоставя извънредна помощ като част от тази инициатива с цел смекчаване на последиците от различни бедствия. Например, през декември 2015 г., след наводнението, причинено от тежки проливни дъждове, METRO Cash & Carry Индия осигури помощни доставки на стойност 4 700 Евро, заедно с 2 300 Евро дарения в брой от служителите от южно индийския град Шенай.

През ноември 2015 г., METRO Cash & Carry Пакистан и нейния стратегически партньор Habib METRO Пакистан (House of Habib) дариха девет тона храни плюс други битови артикули, необходими на семействата, засегнати от земетресението в Шангла, провинция Хибер Пакхтунхва. Служителите доброволно помогнаха с транспортирането на помощните доставки и разпределянето им на мястото на бедствието.

UN World Food Programme (Световната програма за храните на ООН)



През юни 2016 г., METRO Cash & Carry стартира глобално, дългосрочно партньорство със [World Food Programme \(Световната програма за храните\)](#) (WFP) на ООН, най-голямата хуманитарна организация, работеща за прекратяване на глада в световен мащаб. В това партньорство, което се прилага на местно ниво от националните филиали на METRO Cash & Carry, компанията и нейните служители и клиенти събират дарения в рамките на редица кампании с цел да помогнат да нуждаещите се. В допълнение, партньорството служи като платформа за обмена на експертен опит и за целевото развиване на инициативи. Така METRO Cash & Carry се включи в партньорство, което е много тясно

свързано с основния бизнес на компанията. То произлезе от изключително успешното сътрудничество, установено през 2012 г. между WFP Италия и METRO Cash & Carry Италия, което спомогна за осигуряването на училищна храна на приблизително един милион ученици. Със стартирането на това ново, глобално партньорство, METRO Cash & Carry твърдо вярва, че ще е силен партньор на WFP през идните години, работейки заедно за елиминиране на глада в световен мащаб.

Корпоративно доброволчество: не-бюрократична помощ на местно ниво

METRO Cash & Carry също така поема социална отговорност в изключителни ситуации, извънредни ситуации и кризи, осигурявайки прагматична помощ на място. Пример за това е общностната програма „Ние помагаме“ за помощ за бежанците, иницирана от METRO GROUP през октомври 2015 г. Целта на инициативата, която е първоначално ограничена до една година, е да осигури не-бюрократична помощ, да облекчи тежките страдания на бежанците и да допринесе за интеграцията им. Управителния съвет на METRO AG осигури 1 милион Евро за тази кауза. Служителите на групата можеха да кандидатстват за еднократно финансиране на стойност до 10 000 Евро всеки за местни проекти, в които те лично се ангажираха.

Общо бяха одобрени 119 доброволчески проекта, от които 37 бяха подадени от служителите на METRO Cash & Carry от шест държави. Например, по инициатива на служител от Сърбия, редица служители там сега активно подкрепят интеграцията на бежанците под надслов „Нека живеем заедно“. Освен останалите дейности, доброволците организират различни културни събития и съвместни пътувания и придружават бежанците по време на посещения при доктор, например.

Програмата „Ние помагаме“ ще бъде продължена с разширен фокус от началото на 2017 г., като служителите ще могат да кандидатстват за финансиране за проекти в полза на всички нуждаещи се.