|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| **INFORMACJA PRASOWA** |  |
|

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|

|  |  |
| --- | --- |
| **Kontakt:** | **Małgorzata Babik** Rzecznik PrasowyMondelez Polska Tel. kom.: +48 798 962 329 |
|  | E-mail: Malgorzata.Babik@mdlz.com |
| **Biuro Prasowe:** | **Magda Oleś**Tel. kom.: +48 665 941 665 |
|  | E-mail: Magda.Oles@big-picture.pl |

 |  |  |

 |  |

**Mondelēz International ogłasza
globalny raport społecznej odpowiedzialności za 2015 rok**

* Mondelēz International zrealizował swoje zobowiązania dotyczące redukcji wpływu na środowisko naturalne, m.in. zmniejszył wagę opakowań, emisję gazów cieplarnianych
i hałasu, produkcję odpadów oraz zużycie wody.
* Firma kładzie nacisk na budowanie swojej pozycji globalnego lidera promującego kontrolowane spożycie przekąsek. W tym celu poszerzono wybór w zakresie wielkości porcji produktów oraz zwiększono udział zbóż pełnoziarnistych w produkcji.

**Mondelēz International, lider produkcji przekąsek, ogłosił raport społecznej odpowiedzialności biznesu „Call For Well-being. 2015 Progress Report”. Dokument jest strategią w zakresie odpowiedzialnego pozyskiwania surowców, zachęcania konsumentów do sięgania po przekąski w racjonalny sposób, bezpieczeństwa pracowników i produktów oraz współpracy ze społecznościami lokalnymi. Raport przedstawia dane potwierdzające sukcesy firmy – osiągnięcie i przekroczenie założonych na 2015 r. celów zrównoważonego rozwoju. Firma ustanowiła także nowe, jeszcze bardziej ambitne cele na 2020 r., mające służyć przeciwdziałaniu globalnemu ociepleniu.**

„Coraz lepsza kondycja firmy jest bezpośrednio związana ze społeczną odpowiedzialnością
i ludźmi, którzy na co dzień cieszą się z naszych produktów” – stwierdziła Irene Rosenfeld, prezes Mondelēz International. „Przez te kilka lat, w których publikujemy coroczne raporty
o zrównoważonym rozwoju, poczyniliśmy znaczące postępy w zakresie wypełniania naszych zobowiązań. Wierzymy, że nasze osiągnięcia za 2015 r. oraz nowe cele w tym obszarze na 2020 r. pomogą firmie w wypełnianiu założonych planów i wesprą nasze ambicje pozostania globalnym liderem promującym lepsze wybory żywieniowe i sięganie po przekąski w racjonalny sposób.” – dodała Rosenfeld.

Mondelēz International publikuje od 2013 r. raporty podsumowujące efekty strategii społecznej odpowiedzialności. W działaniach firmy zakorzeniona jest filozofia zrównoważonego rozwoju, która skupia się na czterech obszarach ściśle związanych z jej działalnością. Należą do nich:

* Odpowiedzialne pozyskanie surowców
* Zachęcanie konsumentów do sięgania po przekąski w racjonalny sposób
* Bezpieczeństwo pracowników i produktów
* Współpraca ze społecznościami lokalnymi w zakresie promocji zdrowego stylu życia

Poniżej zostały szczegółowo opisane główne osiągnięcia firmy w tym zakresie.

**Wpływ na środowisko naturalne:**

* Zredukowano emisję gazów cieplarnianych o 19%. Osiągnięty cel jest wyższy niż początkowo zakładany, który został określony na 15%.
* Zużycie energii w procesie produkcji zostało ograniczone o 11% – to niewiele mniej niż pierwotnie zakładano w programie (15%).
* Zmniejszono masę opakowań o ponad 48,5 milionów kilogramów – to więcej niż zakładał plan na koniec 2015 roku określony na 22 miliony kilogramów.
* Ograniczono zużycie wody w procesie produkcji o 17% w przeliczeniu na tonę produktu.
* Zredukowano produkcję odpadów o 70% w przeliczeniu na tonę produktu, co stanowi
5-krotność zakładanych początkowo wartości. 68% wyprodukowanego w 2015 r. asortymentu powstało  w fabrykach, które nie przekazują odpadów na składowiska, przekraczając planowany cel 60%
* 75% ciastek oferowanych przez firmę na zachodnioeuropejskich rynkach została wyprodukowana przy użyciu pszenicy pozyskanej w sposób przyjazny dla środowiska,
z certyfikowanych plantacji. Podobnie ziarna kakaowca – do końca 2015 r., było to 21% wszystkich zużywanych przez firmę ziaren.
* Olej palmowy do produkcji pozyskiwany jest wyłącznie z plantacji certyfikowanych w ramach porozumienia na rzecz zrównoważonej uprawy oleju palmowego (ang. RSPO). Cel ten osiągnięto z dwuletnim wyprzedzeniem. Do końca 2015 r., 90% uzyskanego oleju palmowego zostało oddane do przetwórni.

**Racjonalne odżywianie:**

* Zwiększono liczbę produktów oferowanych w indywidualnie pakowanych porcjach do 25%. Cel ten osiągnięto wcześniej niż zakładano.
* Firma kontynuuje zwiększanie wartości odżywczej swoich produktów. Ogólny udział zbóż pełnoziarnistych wzrósł do 25%, co jest sukcesem zrealizowanym z pięcioletnim wyprzedzeniem. Poczyniono postęp w redukcji sodu oraz tłuszczy nasyconych
w kluczowych kategoriach, na przykład ciastkach oraz podjęto wyzwanie ograniczenia ich w globalnym asortymencie. Do 2020 r. firma zamierza zrealizować cel redukcji zawartości tych składników o 10%. Pod koniec 2015 r., obecność sodu w globalnym asortymencie spadła o 1% a tłuszczy nasyconych o 2%.
* Plan zakładający osiągnięcie przez produkty z kategorii Better Choice – czyli wybory spełniające surowsze kryteria dietetyczne – 25% udziału w przychodach firmy został osiągnięty. Obecnie jest to już 25,5%.
* Za cel postawiono sobie wprowadzenie informacji o zawartości kalorycznej produktów
z przodu opakowań do 2016 r. Do końca 2015 r., 68% globalnego asortymentu firmy posiadała takie oznakowania.

**Bezpieczeństwo:**

* Wszystkie zakłady produkcyjne firmy, których jest 150, otrzymały certyfikat FSSC 22000 (bezpieczeństwo w przemyśle spożywczym).
* W 2015 r., w porównaniu ze stanem w roku poprzednim, częstotliwość wypadków, których rezultatem jest niezdolność do pracy, zmniejszyła się o 13%, podczas gdy ogólny wskaźnik wypadków we wszystkich zakładach firmy spadł o 21%.

**Społeczności lokalne:**

* Utworzono trzy nowe programy zrównoważonego rozwoju dla dzieci i ich rodzin
w Meksyku, Afryce Południowej i w Stanach Zjednoczonych.
* Zgodnie z planem zainwestowano 50 mln dolarów w lokalne programy na rzecz zdrowego stylu życia. W 2015 r., firma przekazała 39 mln mln dolarów na wspomniane inicjatywy
w 13 krajach, co stanowiło 78% zaplanowanej sumy.

**Polski wkład w globalną strategię:**

Mondelez Polska prowadzi szereg działań we wszystkich obszarach aktywności w celu realizacji strategii zrównoważonego rozwoju, w tym podnoszenia bezpieczeństwa pracowników
i produktów. Na przykład w 2015 r. otwarta została Linia Przyszłości w zakładzie produkcyjnym
w Skarbimierzu. Została ona zaprojektowana tak, by zwiększyć moce produkcyjne fabryki
i uprościć sam proces produkcji, ale także szybko i bezpiecznie usunąć usterkę w razie awarii.

We wszystkich fabrykach regularnie prowadzone są warsztaty dotyczące bezpieczeństwa,
co m.in. ma wpływ na znaczące osiągnięcia w tym obszarze. Przykładem może być Laboratorium Działu Jakości w Bielanach Wrocławskich, które odnotowało 6000 dni bez wypadku, czy też fabryka w Jarosławiu, która może pochwalić się dwuletnią bezwypadkową produkcją. W czerwcu mieliśmy też przyjemność świętować 10 lat bezpiecznej pracy na linii cukierków w zakładzie
w Bielanach Wrocławskich. Z tej okazji powstały m.in. pamiątkowe zdjęcia zespołu, który zapracował na ten wspaniały wynik.

Firma wprowadza autorskie programy również wewnątrz organizacji, na przykład w Jarosławiu działa już od dwóch lat Mała Akademia Słodkości. Jest to miejsce, w którym można poznać nie tylko tajniki produkcji smakołyków i bogatą, ponad 80-letnią historię zakładu, ale także wziąć udział w warsztatach edukacyjnych dotyczących racjonalnej konsumpcji przekąsek.

Mondelez wspiera lokalne społeczności i stara się pielęgnować ich tradycje. Dlatego też podczas uroczystości wmurowania kamienia węgielnego pod nowe Centrum ds. Badań, Jakości i Rozwoju w Bielanach Wrocławskich ogłoszony został wśród pracowników konkurs na imię jednego ze słynnych wrocławskich krasnali, którego firma podaruje miastu. Baśniowa postać
z tabliczką czekolady w ręku już wkrótce stanie na jednej z wrocławskich ulic.

Firma również aktywnie działa w obszarze wolontariatu pracowniczego. Od wielu lat, we wszystkich 8 lokalizacjach w Polsce organizuje specjalny tydzień wolontariatu, podczas którego pracownicy angażują się w działania charytatywne w wielu obszarach. W 2015 r. w pomoc potrzebującym włączyło się ponad 130 pracowników, którzy m.in. brali udział w biegach charytatywnych, chronili środowisko czy organizowali zawody sportowe oraz warsztaty zdrowego żywienia. Natomiast w Parku Wolności w Brzegu, można podziwiać efekty kilkuletniej opieki wolontariuszy ze Skarbimierza nad kasztanowcami. Ich inicjatywa pomogła zmniejszyć populację szrotówka kasztanowcowiaczka – szkodnika niszczącego polskie kasztanowce.

W 2014 i 2015 roku Milka – marka z portfolio Mondelez, aktywnie wzięła udział w największej
w Polsce okołoświątecznej inicjatywie pomocy potrzebującym „Szlachetna Paczka”. Ubiegłoroczna edycja zaangażowała w idei szlachetnej pomocy ponad milion osób,
m.in. darczyńców i wolontariuszy. W efekcie tego działania firma otrzymała prestiżowy tytuł „Dobroczyńcy Roku 2016” w prestiżowym konkursie organizowanym przez Akademię Rozwoju Filantropii w Polsce.

Skrócone podsumowanie oraz pełny raport dostępne są pod adresem:

<http://www.mondelezinternational.com/~/media/mondelezcorporate/uploads/downloads/cfwbprogressreport.pdf>

**O Mondelez w Polsce**

Mondelez Polska sp. z o.o. jest wiodącą firmą branży spożywczej w Polsce, od 24 lat obecną na naszym rynku. Bogata oferta firmy obejmuje znane marki kategorii przekąsek, takie jak: czekolady: Milka
i Alpen Gold, wafelki Prince Polo, batony 3BIT, ciastka: Milka, OREO, belVita, Petitki, Lubisie, Delicje, San, Łakotki oraz cukierki Halls. Mondelez Polska jest częścią rodziny firm Mondelēz International, Inc. Pod zmienioną nazwą funkcjonuje w Polsce od 29 kwietnia 2013 r. Zatrudnia blisko 3300 pracowników
i jest liderem na rynku czekolady i ciastek markowych w Polsce.

Więcej informacji o firmie: [www.enjoymdlz.pl](http://www.enjoymdlz.pl) oraz na <http://eu.mondelezinternational.com/>

**O Mondelēz International**

Mondelēz International, Inc. (NASDAQ: MDLZ) jest globalnym potentatem branży przekąsek, którego dochód netto w 2015 roku wyniósł około 30 miliardów $. Mondelēz International, dający pyszne chwile radości w 165 krajach, jest liderem produkcji ciastek, czekolad, gum do żucia, cukierków i napojów rozpuszczalnych, a także właścicielem wartych miliardy dolarów marek, takich jak ciastka *Oreo, LU*
i *Nabisco*, czekolad *Cadbury, Cadbury Dairy Milk* i *Milka* oraz gumy Trident. Mondelēz International jest notowany w indeksach giełdowych Standard and Poor's 500, NASDAQ 100 oraz Dow Jones Sustainability Index. Odwiedź nas na stronie [www.mondelezinternational.com](http://www.mondelezinternational.com/) lub śledź nas na Twittererze [www.twitter.com/MDLZ](http://www.twitter.com/MDLZ).

