

Efekt Kolibra



STRATEGIA
ZRÓWNOWAŻONEGO
ROZWOJU 2030

MASPEX





Krzysztof Pawiński

CEO Grupy Maspex

Szanowni Państwo,

zdecydowaliśmy się na ogłoszenie Strategii Zrównoważonego Rozwoju, którą opatrzyliśmy piękną metaforą „**Efektu Kolibra**”, nie dlatego, że jest to obecnie modne. Nie dlatego, że wiele firm ogłasza teraz swoje plany w tym obszarze. Robimy to, ponieważ chcemy uporządkować to, co przez kilkanaście ostatnich lat, w tym zakresie osiągnęliśmy i zderzyć to z naszymi celami na przyszłość.

Od wielu lat, każda nasza inwestycja, była przevalizowana z punktu widzenia jej oddziaływania na środowisko. Podchodziliśmy do tego tematu w sposób świadomy i wynikający z modelu biznesowego naszej firmy. Na działania proekologiczne wydaliśmy już ponad **190 milionów złotych**. To inwestycje, których bynajmniej, w ten sposób nie nazywaliśmy. Rozwijając fotowoltikę, chcieliśmy wytwarzać prąd tam, gdzie go konsumujemy i nie obciążać tym sieci energetycznej. Jeśli wprowadziliśmy technologię kogeneracji, czy trigeneracji, robiliśmy to dlatego, że w naszym modelu biznesowym mocno zakorzenione jest oszczędne obchodzenie się z energią, co pozytywnie wpływa na koszt wytworzenia

produktu. Jeśli budowaliśmy oczyszczalnie ścieków, robiliśmy to na najwyższym technologicznym poziomie, tak aby oczyszczalnie produkowały również biogaz, który staje się wsadem energetycznym do wytwarzania naszych produktów.

Od 2007 roku, w naszych programach z zakresu społecznej odpowiedzialności, które edukują, zachęcają do sportu i kształtują właściwe postawy młodego pokolenia, uczestniczyło ponad **12 milionów dzieci**.

Byliśmy aktywni w wielu obszarach, które dziś są ważną częścią zrównoważonego rozwoju:

inwestycje proekologiczne, innowacje technologiczne i produktowe, akcje społeczne, rozwój środowiska pracy, czy współpraca z otoczeniem lokalnym i biznesowym.

Po tych kilkunastu latach i po podsumowaniu tego, co do tej pory zrobiliśmy, możemy śmiało powiedzieć, że stamtąd dokąd inni podążają, to my już wracamy. Uważamy, że dobrze wypełnialiśmy

swoje obowiązki i mamy ambitne plany, aby je kontynuować, aż do roku 2030, zgodnie z celami, które sobie wyznaczaliśmy w niniejszej strategii.

W całej rozciągłości zgadzamy się i utożsamiamy z aspiracyjnymi celami Zielonego Ładu. Z tym wielkim wysiłkiem, który ma sprawić, że zmiany klimatu zostaną złagodzone. Niemniej, już teraz, idziemy o krok dalej i stawiamy sobie pytanie, które dzisiaj nie jest popularne: co będzie jeśli te nasze aspiracje zatrzymania zmian klimatu się nie zrealizują? Stawiamy sobie to pytanie i szukamy sposobów, by udzielić na nie odpowiedzi. Już teraz podejmujemy takie projekty inwestycyjne, które sprawiają, że ten obszar gospodarki, w którym jesteśmy obecni, czyli uprawy rolne i przetwórstwo spożywcze, będzie miał przeciwiczone scenariusze adaptacyjne. Inwestujemy w oszczędną gospodarkę wodną, w kropelkowe nawadnianie pól, z których zbieramy warzywa i owoce do naszej produkcji. Inwestujemy we wprowadzenie do naszego portfolio

upraw, tych roślin, które być może dziś nie są jeszcze optymalne z punktu widzenia warunków klimatycznych, ale które jutro z pewnością będą się tutaj doskonale czuły. Tak dzieje się z naszymi dużymi programami reintrodukcji pszenicy durum i rozwinięcia upraw pomidora gruntowego i tak będzie się działo z naszym programem, dotyczącym nowych odmian ogórków, z którym startujemy. Nie zadawaliśmy się huraoptymizmem. Staramy się być odpowiedzialni, tak jak byliśmy przez ostatnie kilkanaście lat i mieć scenariusze rezerwowe, na wypadek bardziej negatywnych prognoz związanych ze zmianami klimatycznymi.

Zapraszam do lektury naszej Strategii Zrównoważonego Rozwoju 2030, czyli „Efektu Kolibra” oraz do dzielenia się przemyśleniami i pomysłami na współpracę, na rzecz zrównoważonego rozwoju.

O FIRMIE



Kim jesteśmy?

Największą firmą w branży spożywczej w Polsce oraz jedną z największych w Europie Środkowo – Wschodniej. Istniejemy na rynku **od ponad 30 lat**. Nasze produkty są obecne w **60 krajach** na całym świecie.



Czym się zajmujemy?

Produkcją **markowych artykułów spożywczych**. W naszej ofercie posiadamy kilkadziesiąt brandów. W większości są to liderzy rynkowi.



Gdzie i ile produkujemy?

Nasze produkty powstają w **16 nowoczesnych zakładach** w Polsce i za granicą. Rocznie wytwarzamy 1,8 mld litrów soków, nektarów i napojów, 240 tys. ton makaronów, wyrobów zbożowych i instant oraz 150 tys. ton dżemów i przetworów.



Jak się rozwijamy?

Poprzez rozwój organiczny i akwizycję. Zrealizowaliśmy 19 przejęć, w tym 11 za granicą. Nasze przychody ze sprzedaży w 2020 roku wyniosły **5,22 mld zł**.



nasza **MISJA**

Nieustannie się rozwijamy, aby odpowiedzialnie i z pasją tworzyć wysokiej jakości produkty, które towarzyszą ludziom na co dzień.



nasza **WIZJA**

Jesteśmy liderem rynku europejskiego, który poprzez najwyższą jakość i innowacyjność buduje swoją pozycję rynkową. Działamy z troską i odpowiedzialnością za ludzi i otoczenie.

STRUKTURA MASPEX

9
Business
Unitów



GRUPA MASPEX

67 MAREK POLSKICH I ZAGRANICZNYCH



soki, nektary
napoje oraz woda



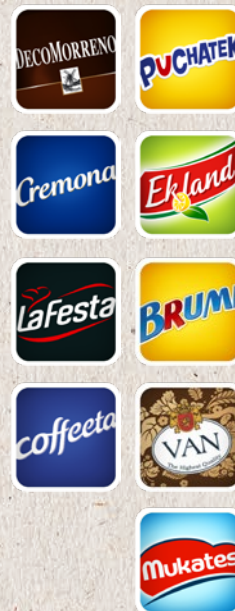
makarony
i wyroby
zbożowe



przetwory
warzywne
i owocowe



produkty
instant



preparaty
farmaceutyczne
i witaminy



GRUPA MASPEX

19 AKWIZYCJI: 8 W POLSCE, 11 ZA GRANICĄ



1995

Spółka Polska Żywność
w Olsztynku
oraz marka Kubuś.



1999

Firma Anin i spółka
Tymbark wraz z marką
Tymbark.



2001

Marka Multivita (zostaje
sprzedana w 2003 roku).



2003

Spółka i marka Lubella
oraz firma Polski Lek.



2008

Firma Mark IV (Rosja).



2007

Spółka Arnos (Rumunia).



2005

Spółka Queen's (Bułgaria),
marka Apenta (Węgry)
i spółka Plusszz Vitamin
z marką Plusszz (Węgry).



2004

Firma Walmark (część
sokowa - Czechy, Słowacja)
oraz spółka i marka
Olympos (Węgry).



2013

Marki: Malma oraz Salatini
i Capollini (Rumunia).



2015

Firma Agros Nova oraz marki:
Łowicz, Krakus, Kotlin, Włocławek,
Tarczyn, DrWitt, Fruktus.



2016

Spółka Rio Bucovina
i marka Bucovina
(Rumunia).



2017

Marki Omegamed, Entitis,
Pedicetamol, Actiferol, Dierol,
Solbaly oraz bułgarska marka
Velingrad.

16 ZAKŁADÓW PRODUKCYJNYCH

1,8 mld litrów soków, nektarów i napojów produkowanych rocznie.

240 tys. ton makaronów, wyrobów zbożowych i instant wytwarzanych co roku

150 tys. ton dżemów i przetworów produkowanych co roku



SPRZEDAŻ ZAGRANICZNA



1/3 obrotów firmy

60 krajów na całym świecie

600 pozycji eksportowych

ponad **200 klientów** biznesowych

Wiodące marki eksportowe:



GRUPA MASPEX

JAKOŚĆ I CERTYFIKATY

Najwyższe standardy jakości



Badania jakości w **50 laboratoriach** w kraju i za granicą



Wykonujemy średnio **3000 badań** na dobę*



Kompleksowa **kontrola produktów** na każdym etapie ich wytwarzania



Nowoczesny sprzęt do badań i szeroki zakres wykonywanych analiz



Współpraca z akredytowanymi **instytucjami, laboratoriami i ekspertami** w dziedzinie jakości i bezpieczeństwa żywności

*dane dotyczą wewnętrznych polskich laboratoriów zakładowych (średnia ilość analiz na dobę w 2020 roku)

Certyfikaty



IFS Food - międzynarodowy system zapewnienia jakości



Dodatkowe systemy:

- **Halal, Kosher** - systemy gwarantujące, że produkowana żywność spełnia nakazy obowiązujące w religii islamu i judaizmu
- **BIO** - system zapewniający, że produkcja wyrobów prowadzona jest zgodnie z prawnie ustanowionymi wymaganiami dla żywności ekologicznej, z użyciem surowców ekologicznych pozyskanych od certyfikowanych dostawców
- **UTZ, RSPO** - standardy zrównoważonego rozwoju, gwarantujące, że surowce są pozyskiwane z certyfikowanych plantacji
- **GMP+** - system gwarantujący bezpieczeństwo i jakość pasz

Od 2003 r. należymy do **DSK** (Dobrowolny System Kontroli obejmujący rynek sokowo-napojowy).

PROGRAMY SPOŁECZNE

AKADEMIA LUBELLA 2015

- gotowanie, zrównoważona dieta
- niemarnowanie żywności

750 000 uczestników



KUBUSIOWI PRZYJACIELE NATURY 2008

- ekologia
- dbanie o naturę

6 500 000 uczestników



KUBUSIOWE SZPITALNE 2005

- malowanie szpitalnych wnętrz, które zamieniają się w kolorowe, przyjazne dzieciom krainy

ponad 50 odmienionych oddziałów dziecięcych w całej Polsce



2009 AKADEMIA BEZPIECZNEGO PUCHATKA

- bezpieczeństwo w szkole, w domu, na drodze, w Internecie, i w relacjach z rówieśnikami

2 650 000 uczestników



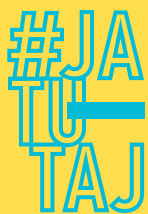
2007 TURNIEJ Z PODWÓRKA NA STADION O PUCHAR TYMBARKU

- zachęcanie do sportu i aktywnego spędzania czasu
- piłka nożna

2 400 000 uczestników



PAKIET BENEFITÓW DLA PRACOWNIKÓW

The logo consists of the text "#JA TUTAJ" in a stylized, blocky font. The "#JA" is in blue, and "TUTAJ" is in yellow. The letters are slightly offset, giving it a 3D or layered appearance.

Program benefitowy #jaTutaj to obszar, w którym Pracownik i jego potrzeby są w centrum uwagi.

Nasi Pracownicy mogą liczyć na wsparcie w obszarach: finansowym, rozwojowym i prywatnym.

The logo features the text "#MOJE FINANSE" in white, bold, sans-serif capital letters, centered on a solid red square background.

Ubezpieczenie na życie

Prywatna opieka medyczna LuxMed

Karta Multisport

Paczki i bony Świąteczne

Dofinansowanie posiłków

The logo displays the text "#MÓJ ROZWÓJ" in yellow, bold, sans-serif capital letters, centered on a solid dark grey square background.

Dofinansowanie do studiów

Zajęcia językowe

Szkolenia zewnętrzne i wewnętrzne

The logo shows the text "#MÓJ KOMFORT" in black, bold, sans-serif capital letters, centered on a solid yellow square background.

Firmowe drużyny sportowe

Mistrzostwa Grupy Maspex w Piłce Nożnej

Dostęp do Platformy SAP Success Factors

The logo presents the text "#JA RODZIC" in white, bold, sans-serif capital letters, centered on a solid blue square background.

Akcja Pierwszoklasista - wyprawki dla dzieci Pracowników rozpoczynających naukę w szkole

Fundacja Maspex oferująca dzieciom Pracowników dostęp do nauki na najlepszych uczelniach zagranicznych.

Akcja Bocian - wyprawki dla świeżo upieczonych rodziców



STRATEGIA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU 2030

MASPEX

Robert Wawro

Dyrektor Operacyjny Grupy Maspex

Zrównoważony rozwój to takie prowadzenie biznesu, gdzie, z jednej strony chronimy klimat, a z drugiej strony stymulujemy postęp firmy. To również przepis na to, jak się rozwijać w czasach niepewności. W dzisiejszej, dynamicznej rzeczywistości to duże i ważne wyzwanie. By je osiągnąć trzeba stawiać sobie śmiało i ambitne cele. A do ich realizacji podchodzić rygorystycznie, ale nie bezwzględnie, bo w temacie ochrony klimatu **fakty są lepsze od marzeń**. Wymaga to odpowiedniej kultury organizacyjnej i trwałej zmiany zachowań. By się udało, nastawienie na zrównoważony rozwój powinno być ponadczasowe i niezależne od kierunku zmian, rodzaju działalności, tak jak zasady fizyki. Przez lata, wypróbowaliśmy wiele rozwiązań w tym obszarze, dlatego w naszej strategii koncentrujemy się na tych, które działają. W tematach tak ważnych i tak złożonych jak ochrona

klimatu, nigdy nie jest się wystarczająco dobrym, dlatego należy próbować z realizmem i wiarą, łączyć zarówno idealizm, jak i nastawienie na praktyczne rozwiązania. Tak zbudowaliśmy „Efekt Kolibra”, czyli naszą wizję zrównoważonego rozwoju, wyznaczającą kurs, którym chcemy podążać w realizacji wyzwania, jakim jest branie na siebie odpowiedzialności za przyszłość.

Nasza strategia zrównoważonego rozwoju jest zarazem strategią biznesową. Odpowiedzialność, o której mówimy w misji i wizji, nie jest tylko dodatkiem, ale integralną częścią prowadzenia i rozwoju naszej firmy, czyli tworzenia wysokiej jakości produktów, które towarzyszą ludziom na co dzień. Jest to spójne z potrzebami naszych konsumentów i wiem, że w pełni zgadzamy się w tej mierze także **z naszymi partnerami handlowymi i biznesowymi**.

Stawiamy sobie konkretne cele w zakresie ochrony klimatu, poprzez zmniejszenie emisji gazów cieplarnianych, zacieśnianie obiegu zamkniętego i eliminację odpadów, w tym zmiany w zakresie opakowań, zwiększanie udziału energii odnawialnej w naszym miksie energetycznym, ograniczanie marnotrawstwa żywności i jeszcze bardziej efektywne gospodarowanie wszelkimi zasobami, w tym wodą. Zdajemy sobie sprawę, że nasze **ambitne cele wymagają innowacyjnego podejścia** do biznesu, nie tylko w postaci nowych technologii, ale także zarządzania i organizacji. Dlatego wyznaczyliśmy sobie także cele prowadzące do wzmacniania przyjaznego i prorozwojowego środowiska pracy. Ale wszystko i tak zaczyna się od Zdrowego Stylu Życia, w którym inspirujemy się zmieniającymi się trendami i potrzebami naszego otoczenia.

Koncentracja na pięciu współdziałających ze sobą ekosystemach naszej strategii: Zdrowym Stylu Życia, Ekologii, Innowacjach, Środowisku Pracy, Otoczeniu Społecznym i Biznesowym oraz priorytetach, które sobie wyznaczyliśmy w zakresie tych obszarów, pozwoli osiągnąć nową jakość. Właśnie na tym polega „Efekt Kolibra”, tak bardzo nam bliski, gdyż koliber jest częścią naszego logo niemal od początku naszej działalności.

Siłą Maspeksu są ludzie, dlatego wierzę, że podołamy wyzwaniom, które stoją przed naszą firmą i osiągniemy cele, które sobie wyznaczyliśmy. Zachęcam do włączenia się we wspólną realizację i rozwój tej strategii.



Efekt Kolibra

polega na tym, że innowacja w jednym polu wywołuje zmiany w innych dziedzinach, razem prowadząc do przełomowych, pozytywnych zmian dla człowieka i planety.

Tak dokonuje się zrównoważony rozwój.



Źródło: Steven Johnson,
„How We Got to Now: Six Innovations That Made the Modern World”

EFEKT KOLIBRA W STRATEGII ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU GRUPY MASPEX



Wszyscy chcemy zdrowo żyć: dobrze się odżywiać,
ruszać się, żyć świadomie. Tym zdrowym stylem
życia chcemy się dzielić z konsumentami...

...jednak wiemy, że będzie to możliwe tylko wtedy, gdy
zadbamy o środowisko, bo zdrowie ludzi i kondycja
planety są ze sobą nierozzerwalnie związane...

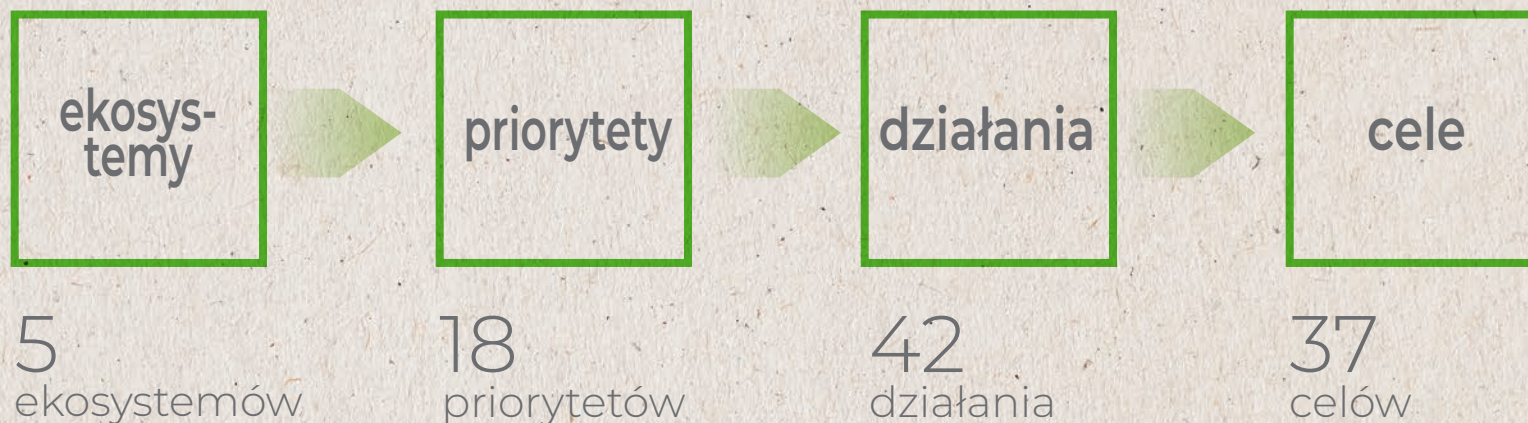
....ale żeby być naprawdę skutecznym, musimy wytyczać nowe
ścieżki, wyznaczać nowe standardy. Musimy być innowacyjni...

...innowacyjność wymaga zmiany stylu pracy: musimy jeszcze
lepiej ze sobą współpracować - jako zespół zmotywowanych,
różnorodnych indywidualności, nieskrępowanych w swoim rozwoju
i pielęgnowaniu pasji, cieszących się pełnią równych praw...

...tak zasadnicze zmiany w otoczeniu firmy i wewnątrz
zespołu nie dokonają się w społecznej próżni. Dlatego
musimy wskazywać drogę naszym partnerom,
dostawcom, organizacjom oraz społeczności i wspólnie
z nimi działać na rzecz zrównoważonego rozwoju...

...wszystko to razem jest ze sobą ściśle powiązane: jedna
zmiana wywołuje kolejną, o wiele większą, a wszystkie
razem tworzą nową jakość – **Efekt Kolibra.**

STRUKTURA STRATEGII ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU



Mamy 5 ekosystemów, w których wyznaczyliśmy priorytety. Realizujemy je przez konkretne działania, dla których określiliśmy cele zgodne z celami Agendy 2030 ONZ.

NASZĄ STRATEGIĘ REALIZUJEMY W PIĘCIU KLUCZOWYCH EKOSYSTEMACH:



Pomagamy ludziom żyć w harmonii z naturą przez oferowanie żywności o wysokich walorach zdrowotnych i propagowanie aktywnego stylu życia.



Chronimy klimat i zasoby Ziemi prowadząc naszą działalność w sposób zrównoważony.



Inwestujemy w innowacje wyznaczając nowe standardy produkcji żywności.



W dążeniu do zwiększania efektywności biznesowej tworzymy atrakcyjne środowisko pracy, oferujące możliwości samorealizacji i rozwoju.



Wspieramy rozwój naszych partnerów biznesowych, w tym handlowych, organizacji i społeczności lokalnych.



Ze względu na dużą dobową aktywność, metabolizm kolibrów zmusza je do spożywania pokarmu dwukrotnie przewyższającego masę ich ciała.

Mózg kolibra stanowi 4,2 proc. jego wagi – proporcjonalnie jest to największy wynik ze wszystkich ptaków. Dla porównania – ludzki mózg stanowi 2 proc. masy ciała człowieka.

zdrowy styl życia



Magdalena Rohde-Krempa

General Manager BU Beverages



Zdrowy styl życia to tak naprawdę synonim życia w zgodzie z naturą. Gdybyśmy wybrali dwa elementy, które najmocniej go definiują, byłoby to zdrowe odżywianie oraz aktywne spędzanie czasu. Dlatego to właśnie na tych fundamentach oparliśmy pierwszy ekosystem naszej strategii zrównoważonego rozwoju. Ambicją Maspeksu jest, aby nasze produkty, szczególnie te adresowane do dzieci, były nie tylko smaczne i najwyższej jakości, ale by miały wysokie walory zdrowotne i by odpowiadały na trendy.

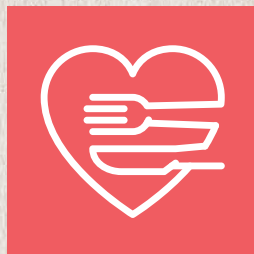
Stale je podwyższamy m.in. poprzez stopniową eliminację cukru dodanego, z napojów adresowanych właśnie do dzieci. Od ponad 15 lat aktywnie zachęcamy dzieci do uprawiania sportu i aktywnego spędzania czasu m.in. poprzez bycie głównym sponsorem Turnieju Z Podwórka na Stadion o Puchar Tymbarku, czyli największych rozgrywek piłkarskich dla dzieci w Europie. Konsekwentnie stawiamy również na edukację dzieci i młodzieży oraz ich rodziców w zakresie zdrowego stylu życia, a także roli warzyw i owoców w naszej diecie prowadząc własne działania lub angażując się w projekty z tego zakresu. By „Efekt Kolibra” mógł się zadziać musimy rozpocząć właśnie od zdrowego stylu życia.

EKOSYSTEM 1:

PRIORYTETY:



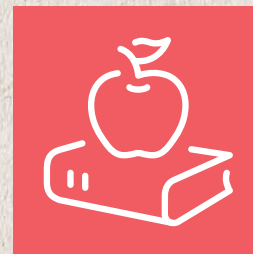
Pomagamy ludziom żyć w harmonii z naturą przez oferowanie żywności o wysokich walorach zdrowotnych i propagowanie aktywnego stylu życia.



Podnosimy zdrowotne walory naszych produktów.



Aktywnie wspieramy sport dzieci i młodzieży.



Edukujemy dzieci i młodzież oraz ich rodziców w zakresie zdrowego stylu życia



PRIORYTET I:



**Podnosimy
zdrowotne walory
naszych produktów.**

DZIAŁANIA:

Dążymy do tzw. czystych etykiet*, sukcesywnie ograniczamy liczbę składników oraz dodany cukier.

**czyste etykiety – krótki i prosty skład produktu wynikający z ograniczenia liczby składników do niezbędnego minimum i dążenia do tego, by produkt był jak najbardziej naturalny. Redukujemy zużycie substancji dodatkowych takich jak np. sztuczne barwniki. To również gwarancja, że w naszych produktach eliminujemy konserwanty, jednocześnie zachowując bezpieczeństwo produktów i ich wysoką jakość będącą podstawą naszego działania.*

W portfolio produktów sukcesywnie eliminujemy składniki pochodzenia zwierzęcego stawiając na żywność pochodzenia roślinnego.

Tam gdzie to możliwe dążymy do uzyskania certyfikatów BIO lub innych certyfikatów świadczących o zrównoważonej produkcji żywności (na przykład Rainforest Alliancea, UTZ, RSPO, FairTrade).

CELE:

Do 2025 r. w napojach dla dzieci wyeliminujemy cukier dodany (Polska). Wszystkie nowości, które wprowadzamy w tym segmencie są bez dodatku cukru.

W segmencie soków, nektarów i napojów każda nowość jest bez dodatku cukru lub z obniżoną jego zawartością do max 5g/100ml.

Do 2022 roku całkowicie zrezygnujemy z dodawania cukru w preparatach farmaceutycznych.

W naszych produktach markowych 100% surowca jajecznego pochodzi od kur z chowu nieklatkowego.

Do roku 2025 co najmniej 98% naszej oferty produktów żywnościowych będzie miało pochodzenie roślinne.

Co roku naszą ofertę będziemy wzbogacać o nowy produkt lub modyfikować oferowany obecnie o jeden spełniający te kryteria.

Iwona Piasta

General Manager BU Food



Nasze produkty towarzyszą ludziom na co dzień. Są obecne na rodzinnych stołach od śniadania po kolację. Jesteśmy dumni z zaufania, którym darzą nas miliony konsumentów, dlatego nieustannie dążymy do udoskonalania naszych wyrobów. Za naszą najważniejszą misję w tym względzie uznajemy podnoszenie walorów zdrowotnych naszych produktów – z tego powodu upraszczamy ich skład, ograniczając liczbę składników i stawiając na składniki naturalne. Stawiamy na produkty roślinne i w ciągu najbliższych trzech lat niemal całkowicie wyeliminujemy składniki pochodzenia zwierzęcego.

Od ubiegłego roku wyeliminowaliśmy jaja z chowu klatkowego, mając na uwadze dobrostan zwierząt i aspekty ekologiczne.

W ten sposób odpowiadamy na żywieniowe trendy i potrzeby konsumentów, a jednocześnie staramy się nawiązywać z nimi dialog, inwestując w edukację dzieci i młodzieży w zakresie zdrowego i zrównoważonego stylu życia oraz roli produktów zbożowych i owocowo-warzywnych w diecie. Akademia Lubella wyedukowała już ponad 750 tys. dzieci na temat gotowania, zbilansowanej diety oraz niemarnowania żywności, a to dopiero początek.



PRIORYTET 2:

DZIAŁANIA:

CELE:



**Aktywnie wspieramy
sport dzieci i młodzieży.**

Angażujemy się w projekty ukierunkowane na aktywność fizyczną dzieci i młodzieży, m.in. jako Główny Sponsor największego w Europie turnieju piłkarskiego dla dzieci Z Podwórka na Stadion o Puchar Tymbarku.



Do roku 2025 obejmiemy swoimi działaniami 10 mln dzieci i młodzieży.

Elżbieta Gugulska

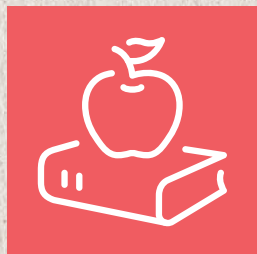
General Manager BU Polski Lek



Zdrowy styl życia nierozzerwalnie łączy się ze zbilansowaną dietą, która dostarcza nam wszystkich niezbędnych składników odżywczych. Jednak w dzisiejszym dynamicznym świecie, pełnym nowych wyzwań i możliwości, a z drugiej strony niezwykle angażującym, nie zawsze możemy w pełni o nią zadbać. Dlatego właśnie potrzebujemy mądrości i dobranej do naszych potrzeb suplementacji, która zapewni naszemu organizmowi wsparcia i zbuduje, tak ważną, zwłaszcza w ostatnim czasie, odporność. To niezwykle odpowiedzialna rola – codziennie wspierać naszych konsumentów w trosce o ich zdrowie. Aby być naprawdę skuteczną musimy wytyczać nowe ścieżki, wyznaczać nowe standardy, być innowacyjni w zgodzie z naturą i środowiskiem. Badania naukowe oraz trendy jasno pokazują, że dzisiaj to zdrowie jest kluczem do aktywnego życia współczesnego

człowieka. Tą filozofią dzielimy się z naszymi konsumentami pamiętając, że zdrowie człowieka jest nierozzerwalnie związane ze zdrowiem planety. Wspieramy środowiska z nami związane: poprzez współpracę z lekarzami, farmaceutami, pielęgniarkami, położnymi oraz naukowcami dostarczamy najwyższej jakości suplementy diety i leki oraz realizujemy innowacyjne badania naukowe, a także działania CSR. Wspieramy wszystkich tych, którzy jak i my działają z troską i odpowiedzialnością za ludzi i otoczenie. Tworzymy nasze preparaty w oparciu o najnowsze zalecenia ekspertów dotyczące suplementacji i standardów leczenia oraz trendy konsumenckie. Do 2022 roku całkowicie zrezygnujemy z dodawania cukru w preparatach farmaceutycznych. Dbając o zdrowie zmieniamy świat na lepszy.

PRIORYTET 3:



**Edukujemy
dzieci i młodzież
oraz ich rodziców
w zakresie zdrowego
stylu życia.**

DZIAŁANIA:

Realizujemy ogólnopolskie programy dla dzieci i młodzieży oraz ich rodziców, których celem jest wdrażanie zdrowego i aktywnego stylu życia, znajomości zasad odżywiania i gotowania, nawyków niemarnowania żywności a także zasad bezpieczeństwa (Turniej Z Podwórka na Stadion o Puchar Tymbarku, Kubusiowi Przyjaciele Natury, Akademia Bezpiecznego Puchatka, Akademia Lubella, Akademia Rodzica).

Wspólnie z organizacjami branżowymi aktywnie zachęcamy do wzbogacania swojej diety o warzywa, owoce i produkty zbożowe.

CELE:

▶ Do roku 2030 obejmiemy programami dzieci i młodzież z 90% przedszkoli i 70% szkół w Polsce.

▶ Kontynuacja projektów budujących kategorie produktowe np. 5 porcji warzyw, owoców i soku.



Czy wiesz, że kolibry
instynktownie dbają o zasoby
żywnościowe?
Bronią swoich źródeł
pożywienia, jakby zdawały
sobie sprawę, że ich
kępa kwiatów produkuje
codziennie tylko określoną
ilość nektaru i sporą
część dnia poświęcają na
przeganianie innych ptaków,
również kolibrów.

ekologia 

Bogdan Tyrybon

Dyrektor Generalny Supply Chain



Najwyższe standardy proekologiczne we wszystkich zakładach, nowoczesne hale produkcyjne i magazyny z energooszczędnymi parkami maszynowymi oraz ciągłe usprawnianie technologii produkcji pod kątem rozwiązań najbardziej przyjaznych środowisku to kierunek, w jakim od początku swojej działalności podąża Maspex.

Od lat dokładamy starań, aby minimalizować emisje gazów cieplarnianych, w tym głównie CO₂ i zwiększać udział odnawialnych źródeł energii w naszej codziennej działalności. Wszystkie zakłady rozbudowujemy z zachowaniem zasad energooszczędności, instalujemy w nich nowoczesne oczyszczalnie ścieków, dzięki którym również dysponujemy własnym zielonym źródłem energii, jakim jest biogaz. Produkujemy też własną energię przy pomocy układów

kogeneracyjnych, wykorzystujemy ciepło gruntowe pozyskiwane przy pomocy wymienników ciepła oraz inwestujemy we własne farmy fotowoltaiczne. Każdy z nas ma świadomość, że powinniśmy środowisko naturalne pozostawić przyszłym pokoleniom w stanie co najmniej takim, w jakim je zastaliśmy. Dlatego zmniejszamy wagę wprowadzanych na rynek opakowań, szczególnie z tworzyw sztucznych, wdramy konkretne rozwiązania w zakresie recyklingu i obiegu zamkniętego, a także wprowadzamy kolejne innowacje pozwalające na dalsze zmniejszenie zużycia wody.

Chcemy podążać tą drogą i dlatego w niniejszej strategii postawiliśmy sobie nowe, jeszcze bardziej ambitne cele, oparte o osiągnięcia i doświadczenia ostatnich lat.

EKOSYSTEM 2:

PRIORYTETY:



Chronimy klimat i zasoby Ziemi prowadząc naszą działalność w sposób zrównoważony.



Chronimy klimat Ziemi redukując emisję dwutlenku węgla do atmosfery, między innymi poprzez inwestowanie w odnawialne źródła energii i zwiększenie efektywności logistyki.



Podchodzimy proekologicznie do opakowań i wspieramy upowszechnianie recyklingu.



Wdrażamy idee gospodarki obiegu zamkniętego.



Edukujemy dzieci na temat ochrony środowiska i segregacji odpadów oraz kształtujemy właściwe nawyki ekologiczne.



PRIORYTET 1:



Chronimy klimat Ziemi redukując emisję dwutlenku węgla do atmosfery, między innymi poprzez inwestowanie w odnawialne źródła energii i zwiększenie efektywności logistyki.

DZIAŁANIA:

Wyposażamy każdy zakład produkcyjny, w którym to jest technicznie możliwe, w instalację fotowoltaiczną, sukcesywnie zwiększając udział OZE w naszym bilansie energetycznym.

Wprowadzamy innowacje podnoszące efektywność naszej logistyki.

CELE:

▶ Od 2030 r. 20% energii elektrycznej wykorzystywanej w naszych zakładach produkcyjnych będzie pochodziło z OZE (względem poziomu bazowego w 2010 r.).

▶ Do 2025 r. osiągniemy 25-procentowy poziom redukcji CO₂ w logistyce magazynowej (w zestawieniu z bazowym poziomem emisji w 2010 r.).

PRIORYTET 2:



Podchodzimy proekologicznie do opakowań i wspieramy upowszechnianie recyklingu.

DZIAŁANIA:

Sukcesywnie zmniejszamy gramaturę opakowań z tworzyw sztucznych.

Dążymy do zwiększenia w opakowaniach plastikowych dla napojów surowca pochodzącego z recyklingu.

Sukcesywnie zwiększamy liczbę opakowań nadających się do recyklingu i wprowadzamy stosowne oznaczenia na opakowaniach.

Jako członek organizacji branżowych proponujemy rozwiązania ustawowe i organizacyjne zmierzające do wprowadzenia systemu depozytowego.

CELE:

Do 2025 r. zmniejszymy wagę opakowań z tworzyw sztucznych o 25% (względem poziomu bazowego z 2015 r., w przeliczeniu na 1 SKU).

Do 2025 r. wszystkie nasze opakowania z tworzyw sztucznych dla napojów będą wyprodukowane w 25% z rPETa, a do 2030 r. w 30%.

Dążymy do tego, by w 2025 roku 100% opakowań wprowadzanych przez nas na rynek nadawało się do recyklingu.

Wszystkie nasze opakowania mają praktyczne instrukcje odnośnie prawidłowej segregacji.

Piotr Romańczuk

Dyrektor ds. Ochrony Środowiska



Jesteśmy już dość zaawansowani w rozwoju ekologicznego profilu naszej działalności. Na tym etapie podnoszenie poprzeczki jest coraz większym wyzwaniem, dlatego chcemy konsekwentnie w tym obranym kierunku podążać. Minimalizujemy ilość odpadów m.in. poprzez efektywniejsze wykorzystanie zasobów, redukcję gramatur opakowań, a także zmniejszanie ilości

odpadów komunalnych. W perspektywie 2030 roku chcemy nadal doskonalić naszą działalność, poprzez cele prośrodowiskowe, które zapisaliśmy w niniejszej strategii. „Efekt Kolibra” będzie mógł w pełni zaistnieć, nie tylko dzięki działaniom proekologicznym, ale dzięki współgraniu i synergii wszystkich ekosystemów naszej strategii.

Ryszard Ćwirko

Dyrektor Logistyki Centralnej



Logistyka dla biznesu jest jak krwiobieg dla naszego organizmu, ma fundamentalne znaczenie. Od lat rozwijamy się w tym obszarze stawiając na nowoczesne technologie, automatyzację, inteligentne systemy do pickingu, co-packingu, optymalizację procesów intralogistycznych celem uzyskania pozytywnego efektu ekologicznego. Z myślą o naszym wpływie na środowisko naturalne, zdecydowaliśmy

się na szereg innowacji, które pozwolą nam na dalszą racjonalizację funkcjonowania i podniesienie efektywności naszej logistyki. W strategii ujęliśmy narastający, pozytywny wpływ tych inwestycji przyjmując sobie za cel zmniejszenie w logistyce magazynowej emisji CO₂ o 25% do 2025 roku (w zestawieniu z bazowym poziomem emisji w 2010 r.).

PRIORYTET 3:



Wdrażamy idee gospodarki obiegu zamkniętego.

DZIAŁANIA:

Optymalizujemy procesy produkcyjne konsekwentnie zmniejszając zużycie wody oraz inwestujemy w nowoczesne technologie zwiększające efektywność gospodarki wodno-ściekowej.

Tam, gdzie to technicznie możliwe prowadzimy własne oczyszczalnie ścieków odzyskując wodę ze ścieków oczyszczonych i wykorzystując ją w procesach technologicznych (bez kontaktu z żywnością).

Dzięki inwestycjom w odnawialne źródła energii i zmniejszeniu konsumpcji energii z sieci energetycznej przyczyniamy się do zmniejszenia zużycia wody w branży energetycznej.

Minimalizujemy ilość odpadów powstających w ramach naszej działalności m.in. wdrażając zmniejszenie awaryjności, racjonalizację produkcji, magazynowania i dystrybucji, stosowanie opakowań wielokrotnego użytku i ich odzysk oraz zmniejszanie ilości odpadów komunalnych

Minimalizujemy marnotrawstwo żywności.

CELE:

Do 2025 roku osiągniemy 15-procentowy poziom oszczędności wody wykorzystywanej w procesach produkcyjnych (w stosunku do roku bazowego 2015 r.).

Minimum 80% powstających w trakcie produkcji i dystrybucji odpadów odzyskujemy do ponownego wykorzystania.

W przypadku pełnowartościowych produktów, które nie mogą zostać sprzedane, przekazujemy je organizacjom pożytku publicznego np. Bankom Żywności, by zostały w pełni wykorzystane.

PRIORYTET 4



**Edukujemy dzieci na temat
ochrony środowiska
i segregacji odpadów oraz
kształtujemy właściwe
nawyki ekologiczne.**

DZIAŁANIA:

**Od 2008 roku prowadzimy ogólnopolski
program „Kubusiowi Przyjaciele Natury”
skierowany do dzieci w przedszkolach i
szkołach podstawowych.**

CELE:

▶ Corocznie ponad 1 milion dzieci bierze udział
w projekcie.





Kolibry bardzo szybko
i łatwo się uczą:
czy wiesz, że mimo iż mają
doskonały wzrok i najbardziej
lubią kolor czerwony, potrafią
szybko ocenić jakość nektaru,
niezależnie od koloru kielicha
kwiatowego?
Potrafią też zapamiętać
lokalizację ulubionego
pokarmu i często tam
powracają.

innowacje



Marta Kutyna-Bakalarska

Dyrektor Działu Zarządzania Innowacjami



U podstaw współczesnego rozumienia zrównoważonego rozwoju i Agendy 2030 jest uzmysłowienie sobie, że wyzwania, przed którymi stoi świat, są bezprecedensowe. Aby im sprostać, musimy się zmieniać, bo nowe wyzwania wymagają nowych rozwiązań, a odpowiedzią na rodzące się pytania musi być innowacyjność. Dlatego jednym z kluczowych ekosystemów zrównoważonego rozwoju Maspeksu jest bogaty program innowacji obejmujący zarówno surowce, jak logistykę, cyfryzację, produkcję, a także funkcjonalność produktów.

W naszej strategii znalazło się jednak miejsce nie tylko dla inwestycji w nowe technologie czy modele biznesowe, ale także dla popularyzacji innowacyjnego myślenia wśród naszych Pracowników i otoczenia biznesowego w Polsce i w Europie.

EKOSYSTEM 3:



**Inwestujemy
w innowacje
wyznaczając
nowe standardy
produkcji
żywności.**

PRIORYTETY:



Inwestując w badania
i rozwój usprawniamy
wewnętrzne procesy
oraz oferujemy
innowacje w zakresie
naszych produktów.



Dążymy do rozwiązywania
największych wyzwań
branży spożywczej
w Europie i podnoszenia
jej konkurencyjności,
między innymi poprzez
strategiczną współpracę
z instytucjami naukowymi
oraz międzynarodowym
konsorcjum EIT Food.



PRIORYTET 1:



Inwestując w badania i rozwój usprawniamy wewnętrzne procesy oraz oferujemy innowacje w zakresie naszych produktów.

DZIAŁANIA:

Realizujemy bogaty program innowacji koncentrujący się na rozwoju i postępie w ramach: bazy surowcowej, logistyki, ekologii, cyfryzacji oraz funkcjonalności produktów, który wspiera realizację strategii zrównoważonego rozwoju we wszystkich jej obszarach.

Nawiązujemy współpracę ze startupami wspólnie wdrażając innowacyjne rozwiązania.

Inwestujemy w Centra badawczo-rozwojowe, których zadaniem jest postęp i rozwój naszych głównych kategorii produktowych oraz efektywność procesów.

CELE:

▶ Na inwestycje w innowacje przeznaczamy równowartość minimum 4% przychodów osiągniętych w poprzednim roku budżetowym.

▶ W ramach programu Scale Up realizujemy min. 5 inicjatyw rocznie.

PRIORYTET 2:



Dążymy do rozwiązywania największych wyzwań branży spożywczej w Europie i podnoszenia jej konkurencyjności, między innymi poprzez strategiczną współpracę z instytucjami naukowymi oraz międzynarodowym konsorcjum EIT Food.

DZIAŁANIA:

Innowacyjne programy badawcze realizujemy jako partner – założyciel międzynarodowego konsorcjum EIT Food współpracując z placówkami naukowymi w Polsce, między innymi Uniwersytetem Warszawskim i Polską Akademią Nauk.

Rozwijamy programy wyzwające kreatywność innowacyjną w gronie naszych pracowników, jak np. Pomysłomania.

CELE:

▶ Pełnimy rolę partnera strategicznego co najmniej 5 projektów badawczych realizowanych w ramach konsorcjum EIT Food.

▶ Do 2022 roku wdrożymy zintegrowany program rozwoju kreatywności pracowników.

A close-up photograph of a blue feather, showing the fine, parallel barbs that create a textured, almost woven appearance. The feather is illuminated from the side, highlighting its vibrant blue color and the fine details of its structure. The background is dark and out of focus.

Czy wiesz, że serce kolibra w ciągu dnia pracuje z prędkością nawet do 1250 uderzeń na minutę, podczas gdy w nocy liczba uderzeń spada do przedziału od 50 do 180 uderzeń na minutę?

Kolibry regularnie odwiedzają ponad 1000 kwiatów dziennie.

W zależności od gatunku mogą machać skrzydłami średnio około 50 do nawet 200 razy na sekundę. Dzięki temu mogą one latać z prędkością większą niż 54 km/h.

środowisko pracy

EKOSYSTEM 4: PRIORYTETY:



W dążeniu do zwiększania efektywności biznesowej tworzymy atrakcyjne środowisko pracy, oferujące możliwości samorealizacji i rozwoju zawodowego.



Nieustannie inwestujemy w rozwój naszych pracowników, wspierając zdobywanie kompetencji niezbędnych do efektywnego konkurowania na rynku.



Wdrażamy dobre praktyki współpracy umożliwiające dzielenie się wiedzą i pomysłami, wspólnie tworząc aspiracyjne i motywacyjne środowisko pracy.



Budujemy kulturę organizacyjną promującą równouprawnienie i różnorodność, w której nie ma miejsca na dyskryminację w jakiegokolwiek formie.



Tworzymy bezpieczne środowisko pracy minimalizując liczbę wypadków.



Dbamy o naszych pracowników i ich rodziny oferując wsparcie.



PRIORYTET 1:



Nieustannie inwestujemy w rozwój naszych pracowników, wspierając zdobywanie kompetencji niezbędnych do efektywnego konkurencyjnego na rynku.

DZIAŁANIA:

Rozwój kompetencji prowadzimy według planu szkoleń. Pracownicy mają dostęp do różnorodnych form rozwoju, których kierunek i zakres wynika z ich indywidualnych potrzeb.

Stwarzamy szanse utalentowanym pracownikom konsekwentnie realizując programy rozwojowe, politykę rekrutacji i awansów wewnętrznych oraz wspólnie wyznaczając ścieżki kariery.

CELE:

▶ Minimum 80% pracowników rocznie objętych jest szkoleniami, których zakres corocznie poszerzamy.

▶ Każdego roku minimum 80% pozytywnie rozpatrzonych wniosków pracowników o dofinansowanie studiów.

Maciej Jahns

Dyrektor Działu HR



Dla zespołu Pracowników wypracowujących naszą strategię zrównoważonego rozwoju, od początku było jasne, że – skoro ją tworzyli i będą ją realizować – nie może w strategii zabraknąć miejsca na cele związane ze środowiskiem pracy, a szczególnie - rozwojem Pracowników. Wspólnie chcemy budować atrakcyjne i aspiracyjne miejsce pracy, które będzie zdrowym ekosystemem gwarantującym odpowiednie warunki do realizacji pozostałych celów strategii zrównoważonego rozwoju i postępu naszej firmy.

Do priorytetów, które przyjęliśmy na najbliższe lata należą m.in. inwestycje w rozwój kompetencji naszych Pracowników, nowe sposoby dzielenia się wiedzą a także dalsze ugruntowanie równouprawnienia i różnorodności. Wierzymy, że podstawą zdrowej, twórczej atmosfery w miejscu pracy są transparentnie komunikowane wartości: równe szanse na każdym szczeblu organizacji, zaufanie i lojalność, zaangażowanie, odpowiedzialność, tolerancja i szacunek, szczerść oraz współdziałanie. Tymi wartościami kierujemy się w naszej firmie na co dzień.

PRIORYTET 2:



**Wdrażamy dobre
praktyki współpracy
umożliwiające
dzielenie się wiedzą
i pomysłami, wspólnie
tworząc aspiracyjne
i motywacyjne
środowisko pracy.**

DZIAŁANIA:

**Wdrażamy kompleksowy program
„Uczymy się od siebie, dzielimy się wiedzą”
i promujemy międzypokoleniową wymianę
wiedzy.**

CELE:

Program będzie w pełni operacyjny do końca
2022 roku.

PRIORYTET 3:



Budujemy kulturę organizacyjną promującą równouprawnienie i różnorodność, w której nie ma miejsca na dyskryminację w jakiegokolwiek formie.

DZIAŁANIA:

W naszej codziennej pracy kierujemy się wartościami ujętymi w Polityce Antymobbingowej: zaufaniem i lojalnością; zaangażowaniem; odpowiedzialnością; tolerancją i szacunkiem; wiarygodnością i szczerością oraz współdziałaniem.

Działamy zgodnie z zasadami ujętymi w Kodeksie Korporacyjnym m.in. wspieramy równość niezależnie od płci i przekonań pracowników. Tworzymy otwartą, międzykulturową organizację i oferujemy szanse rozwoju w strukturach międzynarodowych.

CELE:



100% pracowników zna i stosuje te wartości.

PRIORYTET 4:



**Tworzymy bezpieczne
środowisko pracy
minimalizując liczbę
wypadków.**

DZIAŁANIA:

Budujemy kulturę bezpieczeństwa pracy realizowaną poprzez intensywne szkolenia i komunikację wewnętrzną. Analizujemy przyczyny każdego wypadku i wdrażamy usprawnienia i działania prewencyjne.

CELE:

▶ Do końca 2022 roku wdrożymy Zintegrowany System Bezpieczeństwa w miejscu pracy.

Katarzyna Janicka

Dyrektor ds. Zatrudnienia i Płac



Odpowiednio dobrany, kompetentny zespół to podstawa i warunek sukcesu każdego przedsiębiorstwa. Dynamiczny rozwój i obecna pozycja Maspeksu jako lidera na rynku jest możliwa tylko dzięki zespołowi zaangażowanych Pracowników. Maspex zatrudnia najlepszych, wysoko wykwalifikowanych specjalistów z każdej dziedziny. To ich wiedza, doświadczenie, pomysły i umiejętności są najcenniejszym kapitałem. Zależy nam na tym, aby naszym Pracownikom zapewnić autentyczną i pełną motywację do realizacji zarówno strategii biznesowej jak i strategii zrównoważonego rozwoju. Dlatego w naszej wizji zrównoważonego rozwoju znalazły się konkretne zobowiązania prowadzące do osiągnięcia tego celu.

W praktyce oznaczają one m.in. wdrożenie programów szkoleniowych i prewencyjnych jeszcze pełniej dbających o nasze bezpieczeństwo oraz kontynuację programów wsparcia naszych Pracowników. Chcemy, aby praca w Maspeksie była nie tylko źródłem utrzymania, ale też uczestnictwem w silnie zintegrowanej społeczności pełnej pasji i otwartości na zawodowy rozwój.

PRIORYTET 5:



Dbamy o naszych pracowników i ich rodziny oferując wsparcie.

DZIAŁANIA:

Wszystkim pracownikom zapewniamy dostęp do prywatnej opieki medycznej.

Poprzez Fundację Maspex prowadzimy program stypendialny adresowany do dzieci pracowników umożliwiający studiowanie za granicą.

Promujemy aktywność sportową wśród pracowników poprzez karnety sportowe, wsparcie udziału w wydarzeniach sportowych oraz organizację Mistrzostw Piłki Nożnej Grupy Maspex.

Organizujemy działania dla dzieci pracowników - „Akcja Pierwszoklasista” i „Akcja Bocian”, w ramach których przekazujemy okazjonalne wyprawki.

CELE:

Stale prowadzenie i rozwój działań.

Kolibry są przywiązane do swoich ulubionych rejonów i dbają o swoje otoczenie. Jednakże chętnie porzucają znajome tereny i migrują na odległe dystanse. Potrafią przemieszczać się na odległość nawet 800km nie robiąc przerw. Czy wiesz, że kolibry zimą mieszkają w rejonie Meksyku i Panamy, a na wiosnę odlatują na Alaskę? To dystans ponad 6 tys. km!



otoczenie społeczne i biznesowe



EKOSYSTEM 5:

PRIORYTETY:



Wspieramy rozwój naszych partnerów biznesowych w tym handlowych, organizacji i społeczności lokalnych.



Otaczamy strategiczną opieką rolników indywidualnych, którzy są naszymi kluczowymi dostawcami surowców zbożowych i owocowo-warzywnych.



Wsluchujemy się w głos społeczności lokalnych, wśród których działamy i wspieramy osiągnięcie ich aspiracji.



Asystujemy młodym profesjonalistom w wejściu na rynek pracy.



W działaniach na rzecz zrównoważonego rozwoju budujemy sojusze z partnerami biznesowymi, w tym handlowymi, organizacjami oraz sektorem nauki.

OTOCZENIE SPOŁECZNE I BIZNESOWE



PRIORYTET 1:



Otaczamy strategiczną opieką rolników lokalnych, którzy są naszymi kluczowymi dostawcami surowców owocowo-warzywnych i zbożowych.

DZIAŁANIA:

Większość uprawianych w Polsce surowców zbożowych oraz owocowo-warzywnych kupujemy od lokalnych rolników, których uprawy znajdują się w pobliżu naszych zakładów. Z dostawcami budujemy bliskie relacje oparte na partnerstwie i owocujące wieloletnią współpracą.

Prowadzimy program wsparcia dostawców produktów rolnych, dzieląc się wiedzą w zakresie zrównoważonego rolnictwa np. promocja bioróżnorodności, monitoring upraw.

CELE:

Minimum 50% surowców dostępnych w Polsce skupujemy z upraw znajdujących się w promieniu 150 km od naszych zakładów.

Oferujemy stałe wsparcie szkoleniowe i edukacyjne oraz doradztwo dla 100% naszych dostawców lokalnych, a także współpracujemy w zakresie wypracowywania nowych technologii wspierających efektywność prowadzonych upraw i gospodarstw.

PRIORYTET 2:



Aktywnie uczestniczymy w życiu społeczności lokalnych, wśród których działamy.

DZIAŁANIA:

Prowadzimy programy edukacyjne oraz inicjatywy społeczne odpowiadające na lokalne potrzeby.

Wszędzie tam, gdzie mamy swoje zakłady wspieramy instytucje, takie jak szkoły, przedszkola, kluby sportowe i stowarzyszenia, fundacje, organizacje charytatywne, domy pomocy, a także organizowane wydarzenia.

Dzieci i młodzież - mieszkańców miejscowości gdzie mamy nasze zakłady pracy, zapraszamy do udziału w Programie „Drzwi Otwarte”, oferując możliwość zapoznania się z działalnością firmy.

CELE:

▶ Wszystkie placówki oświatowe w powiatach, gdzie znajdują się nasze zakłady pracy, biorą udział w realizowanych przez nas programach edukacyjnych. W każdym szpitalu regionalnym, w którym to możliwe, realizujemy projekt „Kubusiowe Szpitale”.

▶ Wsparciem produktowym obejmujemy 1 tys. organizacji corocznie.

PRIORYTET 3:



Asystujemy młodym profesjonalistom w wejściu na rynek pracy.

DZIAŁANIA:

Angażujemy się we wsparcie szkolnictwa i edukacji tworząc klasy patronackie dla uczniów zdobywających wykształcenie w zawodach technicznych, współpracując z uczelniami wyższymi, biorąc udział w wydarzeniach naukowych oraz opiniując programy kształcenia studentów dla lokalnych uczelni wyższych.

Oferujemy bogaty program staży i praktyk w wielu działach naszej firmy, gwarantując ich wysoką jakość oraz oferując stałe zatrudnienie najzdolniejszym stażystom.

CELE:

Kontynuacja i sukcesywny rozwój partnerstwa lokalnego we współpracy ze szkołami średnimi i zawodowymi. Do 2023 r. dla całej Grupy Maspex wypracujemy Program Współpracy i Partnerstwa Lokalnego w zakresie szkolnictwa i edukacji młodych specjalistów.

Corocznie minimum 100 studentów bierze udział w realizowanych przez nas programach (Akademią Inżyniera, Program Praktyk Letnich, Akademia Umiejętności).

Dorota Liszka

Dyrektor ds. Komunikacji i Public Affairs



Maspex w ciągu swojej już ponad 30-letniej historii zawsze starał się aktywnie wspierać działania i inicjatywy na rzecz dzieci i młodzieży – zarówno lokalnie, w miejscowościach gdzie mamy nasze zakłady produkcyjne, jak i w skali całego kraju. Już w 2007 roku zaczęliśmy rozwijać nasze programy społeczne – podeszliśmy do tego długofalowo, a nie projektowo. Dzięki temu dziś prowadzimy i angażujemy się w 4 ogólnopolskie programy społeczne, w których do tej pory wzięło udział już ponad 12 milionów dzieci. Dzięki inicjatywie „Kubusiowe Szpitale” pomalowaliśmy ponad 50 dziecięcych oddziałów szpitalnych w całej Polsce. Również w trudnym okresie pandemii kontynuowaliśmy nasze podejście do społecznej odpowiedzialności biznesu i przekazaliśmy ponad milion produktów dla szpitali jednoimiennych w całej Polsce.

Bardzo zależy nam na współpracy z naszymi partnerami biznesowymi, jak i lokalnymi społecznościami. Wierzymy, że taka długofalowa współpraca i związane z nią relacje oraz dialog z naszym otoczeniem, przynosi najlepsze efekty. Dlatego w naszej strategii przyjęliśmy konkretne działania i cele, określające m.in. jak będziemy rozwijać współpracę z naszymi dostawcami i rolnikami indywidualnymi, młodymi profesjonalistami wchodzącymi na rynek pracy, partnerami biznesowymi w tym handlowymi, organizacjami branżowymi i pozarządowym, lokalnymi społecznościami, czy instytucjami naukowymi. Inkluzywność ma dla nas wymiar strategiczny, dlatego cele zrównoważonego rozwoju chcemy osiągać wspólnie ze wszystkimi naszymi partnerami oraz otoczeniem społecznym i biznesowym. Chcemy być ważną częścią tego otoczenia.

PRIORYTET 4:



W działaniach na rzecz zrównoważonego rozwoju budujemy sojusze z partnerami biznesowymi, w tym handlowymi, organizacjami oraz sektorem nauki.

DZIAŁANIA:

Wymiana wiedzy i doświadczeń oraz budowanie relacji we współpracy z partnerami biznesowymi, w tym handlowymi i naukowymi w ramach wspólnych inicjatyw.

Jesteśmy członkiem kluczowych organizacji branżowych, w tym:
Polska Federacja Producentów Żywności,
Krajowa Unia Producentów Soków,
Związek Pracodawców EKO-PAK,
Rekopol Organizacja Odzysku Opakowań,
Konfederacja Lewiatan, Polska Izba Handlu,
Polski Związek Producentów Leków Bez Recepty.

CELE:

▶ Rozwój partnerstwa i zwiększanie efektu wzajemnej synergii.

▶ Aktywnie działamy na rzecz budowania dialogu z władzami i organizacjami społecznymi, mając na względzie rozwój gospodarczy kraju i branży spożywczej.

PODSUMOWANIE PRIORYTETÓW W 5 EKOSYSTEMACH STRATEGII:



- ▶ czyste etykiety
- ▶ redukcja cukru w napojach
- ▶ jaja z chowu niekatkowego
- ▶ preparaty farmaceutyczne bez cukru
- ▶ produkty pochodzenia roślinnego
- ▶ certyfikaty zrównoważonej produkcji
- ▶ edukacja w zakresie zdrowego stylu życia i promocja aktywności sportowej



- ▶ redukcja CO₂ dzięki rozwiązaniom w logistyce magazynowej
- ▶ oszczędność energii i wody
- ▶ gospodarka opakowaniowa i recykling
- ▶ gospodarka obiegu zamkniętego
- ▶ edukacja ekologiczna dzieci



- ▶ inwestycje w badania i rozwój
- ▶ doskonalenie procesów i produktów
- ▶ strategiczna współpraca z ośrodkami naukowymi i EIT Food
- ▶ współpraca ze startupami



- ▶ rozwój Pracowników
- ▶ aspiracyjne i motywacyjne środowisko pracy
- ▶ równouprawnienie i różnorodność
- ▶ bezpieczeństwo
- ▶ wsparcie i benefity dla Pracowników



- ▶ współpraca z dostawcami i rolnikami indywidualnymi
- ▶ wsparcie lokalnych społeczności
- ▶ wsparcie młodych profesjonalistów w wejściu na rynek pracy
- ▶ partnerstwa z otoczeniem biznesowym

STRATEGIA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU GRUPY MASPEX WSPIERA NASTĘPUJĄCE CELE AGENDY 2030 ONZ:









www.maspex.com