



# Raport Odpowiedzialności Społecznej

FARM FRITES POLAND SA

## *Informacja o raporcie*

Niniejszy dokument jest pierwszym raportem firmy Farm Frites Poland SA (FFP), dotyczącym zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnego biznesu. Rozpoczyna cykliczne (co dwa lata) prezentowanie efektów działań, jakie podejmujemy w tym zakresie. Jako dokument otwierający, raport zawiera podsumowanie najistotniejszych działań, wpisujących się w ideę zrównoważonego rozwoju, a podejmowanych przez naszą firmę w latach 2012-2013 lub w latach wcześniejszych (jeśli tak zaznaczono).

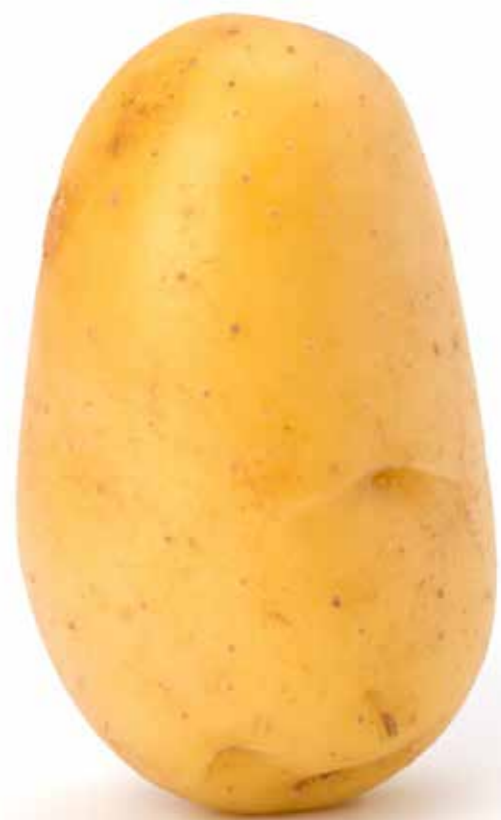
Raport dotyczy fabryki Farm Frites Poland SA, mającej swoją siedzibę w Lęborku przy ulicy Abrahama 13. Sporządzono go zgodnie z wytycznymi Global Reporting Initiative (GRI) G.3.1, na poziomie aplikacji C.

Dzięki zastosowaniu międzynarodowych standardów dajemy Czytelnikom możliwość porównania naszych wskaźników ze wskaźnikami innych

firm z branży, również tych działających poza granicami naszego kraju. Więcej informacji na temat zasad raportowania GRI G3.1 można znaleźć na stronie [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org).

Raport został opracowany bez żadnych ograniczeń w zasięgu i zakresie, z uwzględnieniem tajemnicy handlowej i poufności umów z pracownikami. Wydrukowano go na papierze ekologicznym.

Wszelkie pytania, związane ze zrównoważonym rozwojem i odpowiedzialnym biznesem FFP oraz niniejszym raportem, prosimy kierować do Wojciecha Kiedrowicza, Szefa ds. Ochrony Środowiska i Zrównoważonego Rozwoju ([wojciech.kiedrowicz@ffp.pl](mailto:wojciech.kiedrowicz@ffp.pl)) lub Katarzyny Majchrzak, Specjalisty ds. PR ([katarzyna.majchrzak@ffp.pl](mailto:katarzyna.majchrzak@ffp.pl)).



Kim jesteśmy.....	4
Dbamy o ludzi i ich bezpieczeństwo.....	11
Utrzymanie i doskonalenie jakości.....	16
Dbamy o środowisko.....	22
Zaangażowanie społeczne .....	28
Wskaźniki GRI.....	32

## Szanowni Państwo



„Z przyjemnością przedstawiam Państwu pierwszy raport odpowiedzialności społecznej Farm Frites Poland SA. Dwadzieścia lat konsekwentnej działalności sprawiło, że obecnie jesteśmy jednym z najlepszych producentów mrożonych frytek w Europie Środkowo-Wschodniej. Nasz rozwój jest ściśle związany z Łęborkiem. Jesteśmy tu obecni od początku istnienia, zatrudniamy lokalną kadre,

korzystamy z lokalnych dostawców i podwykonawców, trzymamy dostawców ziemniaków, podstawowego surowca Farm Frites Poland, pochodzi z terenu województwa pomorskiego. Staramy się budować dobre i trwałe relacje społeczne, wspierając inicjatywy istotne dla lokalnej społeczności.

Priorytetem Farm Frites Poland jest najwyższa jakość, rozumiana w sposób zrównoważony, respektujący prawa człowieka, standardy pracy, ochronę środowiska oraz etykę biznesową. Te wartości leżą u podstaw Strategii Zintegrowanego Systemu Zarządzania Firmą, która wyznacza kluczowe kierunki rozwoju i polityki w każdym z obszarów działalności firmy. Są również podstawą naszej misji i wizji. W sposób systemowy dbamy o pracowników, środowisko naturalne i społeczne, czego dowodem są między innymi liczne certyfikaty, które posiada Farm Frites Poland.

Dzięki uwzględnieniu międzynarodowych standardów i licznym inicjatywom wewnętrznym lepiej możemy zarządzać kluczowymi wyzwaniami i ryzykami w działalności naszej firmy, a w efekcie oferować naszym klientom produkty najwyższej jakości.

Raport, który dziś Państwu przedstawiamy, jest z jednej strony podsumowaniem naszej aktywności na rzecz zrównoważonego rozwoju, z drugiej strony - swoistym zobowiązaniem do kolejnych projektów i przedsięwzięć. Potwierdzeniem, że nie tylko przyjmujemy odpowiedzialność za swój wpływ na otoczenie społeczne i środowisko naturalne, ale też śledzimy zmieniające się warunki i jesteśmy gotowi na kolejne wyzwania. Z tego względu będziemy wdzięczni za wszystkie sugestie i komentarze, które pomogą nam jeszcze lepiej zrozumieć Państwa oczekiwania. Chcemy być i mam nadzieję, że już jesteśmy postrzegani jako firma, która kojarzy się z otwartością, zrozumieniem i bliskością.

Na koniec, chciałbym bardzo serdecznie podziękować wszystkim pracownikom Farm Frites Poland, a szczególnie tym, z którymi mam przyjemność współpracować od początku istnienia firmy. Wszystko to, o czym piszemy w niniejszym raporcie, nie byłoby możliwe bez zaangażowania ludzi zatrudnionych w Farm Frites Poland.”

Serdecznie zapraszam do lektury,  
**E. C. Lehmann-Bärenklau**  
 Prezes Zarządu i Dyrektor Naczelny



# KIM jesteśmy?



## Profil firmy

Farm Frites Poland SA (FFP) należy do czołówki producentów mrożonych frytek w Europie Środkowo-Wschodniej. Firma została założona w 1993 roku jako wspólne przedsięwzięcie dwóch holenderskich producentów wyrobów ziemniaczanych: Aviko BV i Farm Frites BV. Otwarcie fabryki i uruchomienie linii produkującej frytki nastąpiło jesienią 1994 roku. Od tego czasu firma nieustannie rozwija się: w 2004 roku otwarto linię placków ziemniaczanych, a w 2011 roku - placków ziemniaczanych. Obecnie trzy nowoczesne linie wytwarzają ponad 50 różnych typów frytek, placków oraz placków na zamówienie trzech klientów: Farm Frites, Aviko oraz McDonald's.

**Farm Frites BV** - jest jednym z dwóch udziałowców naszej firmy. Firma została założona w 1971 roku w Oudenhorn w Holandii przez Gerrita de Bruijne. Obecnie na czele niezależnej rodzinnej firmy stoi syn założyciela, Piet de Bruijne. Farm Frites posiada obecnie 40 biur handlowych i 6 fabryk. Zatrudnia około 1 500 pracowników w 40 różnych lokalizacjach. Farm Frites przetwarza rocznie około 1 300 000 ton ziemniaków i produkuje 780 000 ton produktów ziemniaczanych.

**Aviko BV (Grupa Aviko)** - jest naszym drugim udziałowcem. Firma została założona w 1962 roku przez grupę 32 holenderskich rolników. Grupa Aviko jest jednym z czterech największych na świecie przetwórców ziemniaka. Od sierpnia 2002 roku jej wszystkie udziały należą do Royal Cosun.

**McDonald's** - jest jedną z największych i najpopularniejszych sieci restauracji szybkiej obsługi na świecie. Posiada ponad 35 000 restauracji, odwiedzanych codziennie przez ponad 70 milionów ludzi w ponad 100 krajach. Nasza firma pozostaje dostawcą McDonald's nieprzerwanie od 1995 roku. Frytki produkowane w fabryce Farm Frites w Polsce są dostarczane do około 900 restauracji McDonald's w dwunastu krajach: Białorusi, Bułgarii, Czechach, Estonii, Litwie, Łotwie, Polsce, Rosji, Serbii, Słowacji, Szwecji, Ukrainie. Nieustająca dbałość o jakość i zapewnienie bezpieczeństwa produktów to absolutna podstawa współpracy z firmą McDonald's.



*„Nasza współpraca z McDonald's sięga daleko poza zwykłe relacje handlowe. Korporacja McDonald's od wielu lat prezentuje jasną strategię w dziedzinie zrównoważonego rozwoju. Jednym z elementów tej strategii jest pozyskanie wszystkich produktów i opakowań w zrównoważony sposób. Podróż w kierunku zrównoważonego łańcucha dostaw rozpoczyna się u bezpośrednich dostawców, takich jak nasza firma.*

*Akceptujemy i realizujemy wizję zrównoważonego rozwoju, która zakłada ciągłą poprawę w zakresie ochrony naturalnego środowiska, etyki i warunków pracy, zagadnień ekonomicznych i wywierania pozytywnego wpływu na społeczność lokalną, w której działamy. Regularnie wspieramy charytatywne programy światowej fundacji „Ronald McDonald's House Charity”, które bezpośrednio wpływają na poprawę zdrowia dzieci w wielu krajach. Jesteśmy aktywnymi członkami polskiej Rady Fundacji Ronalda McDonalda. Mam przyjemność współpracować z firmą McDonald's od wielu lat. Jest to klient wyjątkowo wymagający. Dzięki ogromnemu zaangażowaniu kierownictwa firmy, pasji i ambicji naszych pracowników możliwe jest spełnianie ciągle rosnących standardów i oczekiwań klienta. Jesteśmy dumni, że firma McDonald's docenia nasze starania i darzy nas zaufaniem, czego wyrazem jest coraz szersza współpraca. Jesteśmy świadomi, że dzięki współpracy z tak wymagającym partnerem stajemy się lepszą i nowocześniejszą firmą.”*

**Grażyna Nowak-Połomska,**  
Dyrektor ds. Rozwoju Firmy i Biznesu McDonald's

## Kluczowe wydarzenia

**1994** - otwarcie fabryki w Lęborku, zatrudnienie znalazło 80 osób, głównie mieszkańców Lęborka i okolic, zdolność produkcyjna fabryki wynosiła 40 000 ton frytek rocznie

**1995** - naszym klientem został McDonald's

**2000** - wizyta Prezydenta RP Aleksandra Kwaśniewskiego





**2004** - uruchomienie nowej linii placków ziemniaczanych, na której pracę znalazło 16 osób. Na koniec roku zatrudniliśmy 247 osób, a roczny przerób ziemniaka osiągnął poziom 130 000 ton




**2008** - zostaliśmy członkiem European Potato Processors' Association, zrzeszającej przetwórców ziemniaka oraz Sustainable Agriculture Initiative Platform, organizacji wspierającej zrównoważony rozwój rolnictwa

**2011** - uruchomienie linii placków ziemniaczanych, stworzenie ośmiu nowych miejsc pracy

**2013** - na koniec roku zatrudniliśmy 190 osób, a roczny przerób ziemniaka wyniósł 200 000 ton

## Nasze osiągnięcia

-  W 1998 roku otrzymaliśmy nagrodę Srebrnego Niedźwiedzia za wkład w promocję regionu słupskiego.
-  W 2004 roku zajęliśmy drugie miejsce w konkursie „Pracodawca – organizator pracy bezpiecznej”.
-  W 2005 roku Prezes i Dyrektor Naczelny, E.C. Lehmann-Bärenklau, został uhonorowany Złotym Krzyżem Zasługi za wkład wniesiony w rozwój społeczny i gospodarczy miasta Lęborka.
-  W 2012 roku otrzymaliśmy od Forum Biznesu Godło Najwyższej Jakości Quality International 2012.

-  W 2013 nasz Prezes i Dyrektor Naczelny, E.C. Lehmann-Bärenklau, otrzymał od McDonald's Nagrodę Srebrnego Lisa w podziękowaniu za wybitny wkład w działalność tej firmy.
-  W 2013 roku otrzymaliśmy nagrodę specjalną Kapituły Certyfikatu Ziemi Lęborskiej za osiągnięcia i działalność na rzecz powiatu lęborskiego.
-  W 2013 roku zostaliśmy nagrodzeni tytułem „Nasze Dobre z Pomorza”, w kategorii branża spożywcza.



## Członkostwo w organizacjach

**European Potato Processors' Association (EUPPA)** - zrzesza przetwórców ziemniaka i odgrywa aktywną rolę w kwestiach związanych z bezpieczeństwem żywności oraz zrównoważonym rozwojem.

**Sustainable Agriculture Initiative Platform (SAI)** - wspiera zrównoważony rozwój rolnictwa.

**Polska Federacja Producentów Żywności** - jej zadaniem jest zapewnienie efektywnego współdziałania podmiotów gospodarczych w tworzeniu prawnych, organizacyjnych i ekonomicznych warunków rozwoju sektora żywnościowego.

**Rekopol Organizacja Odzysku Opakowań SA** - wspiera przedsiębiorców w zakresie odzysku i recyklingu opakowań.

## Struktura organizacyjna

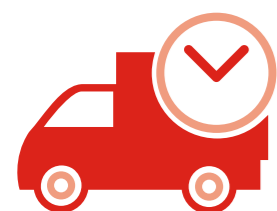




## Nasi interesariusze

Za interesariusza FFP uznajemy każdy podmiot, na który nasza firma ma wpływ, lub który wpływa na naszą firmę. Zależy nam na tym, aby nasze działania jak najlepiej odpowiadały oczekiwaniom naszych interesariuszy, co jest gwarantem długoterminowej i efektywnej współpracy.

**PRACOWNICY:** spotkania z przełożonymi, tablice ogłoszeń, intranet, biuletyn wewnętrzny, fanpage, badanie satysfakcji pracowników.



**DOSTAWCY:** regularne spotkania, kontakt telefoniczny i e-mailowy, strona internetowa [www.ziemniaki.ffp.pl](http://www.ziemniaki.ffp.pl) (dla dostawców ziemniaka).



**KLIENCI:** regularne spotkania, kontakt telefoniczny i e-mailowy, badanie satysfakcji.



**OTOCZENIE SPOŁECZNE** (społeczność lokalna, media, władze, organizacje pozarządowe): spotkania z władzami samorządowymi, współpraca z organizacjami pozarządowymi, materiały prasowe, fanpage, strona internetowa.

## Władze spółki

**Za zarządzanie firmą odpowiada Najwyższe Kierownictwo, w skład którego wchodzi:**

1. E. C. Lehmann-Bärenklau – Prezes Zarządu i Dyrektor Naczelny
2. Rafał Reszka – Dyrektor Operacyjny i Dyrektor Finansowy oraz Członek Zarządu
3. Adam Klasa – Dyrektor Fabryki
4. Grażyna Nowak-Połomska – Dyrektor ds. Rozwoju Firmy i Biznesu McDonald's
5. Malwina Piotrowska – Dyrektor ds. Zarządzania Jakością
6. Dorota Markiewicz-Kubik – Dyrektor ds. HR
7. Dariusz Wierzbicki – Dyrektor ds. IT
8. Jarosław Wańkowicz – Dyrektor ds. Zarządzania Surowcem

DANE FINANSOWE (W TYSIĄCACH ZŁOTYCH)		
2011	2012	2013
<b>PRZYCHODY</b>		
226 045	264 321	257 597
<b>KOSZTY OPERACYJNE</b>		
185 274	215 224	214 154
<b>WYNAGRODZENIA I ŚWIADCZENIA PRACOWNICZE</b>		
17 209	17 206	18165
<b>PŁATNOŚCI NA RZECZ INWESTORÓW</b>		
3 857	4 411	3 418
<b>PŁATNOŚCI NA RZECZ PAŃSTWA</b>		
2 842	4 165	4 362
<b>INWESTYCJE W SPOŁECZNOŚCI</b>		
128	204	172
<b>RAZEM</b>		
209 310	241 210	240 271
<b>WARTOŚĆ EKONOMICZNA ZATRZYMANA</b>		
16 735	23 111	17 326

## Nasze wartości

### MISJA

*“To co robimy, robimy dobrze.  
To, co robimy dobrze,  
zapewne możemy robić lepiej.”*



### WIZJA

*“Jesteśmy wiodącym producentem wyrobów ziemniaczanych.  
Realizujemy oczekiwania naszych klientów.  
Szanujemy naszych pracowników, współpracowników  
oraz klientów.  
Dbamy o środowisko naturalne”*

## Strategia Zintegrowanego Systemu Zarządzania Firmą



zrównoważony rozwój i społeczna odpowiedzialność biznesu stały się znane

„Ponad 20 lat temu, kiedy założyciele naszej firmy szukali miejsca na budowę fabryki frytek, wybór padł na Lębork. Towdużej mierze przychylna nastawienie władz miasta zdecydowało o wyborze tej lokalizacji. Od samego początku wkładaliśmy dużo pracy w budowanie, a następnie w dbanie o dobre relacje z naszym najbliższym otoczeniem, w tym z władzami miasta, mieszkańcami oraz pracownikami. Na długo zanim

i popularne w Polsce, kierowaliśmy się wartościami, które te pojęcia reprezentują. Bezpieczeństwo pracy, dobra atmosfera w firmie, dbałość o pracowników, inicjatywy na rzecz środowiska naturalnego, długofalowe relacje z dostawcami, od lat stoją na równi z zyskiem ekonomicznym. To wszystko zostało ostatecznie zapisane w postaci Strategii Zintegrowanego Systemu Zarządzania Firmą. Wartości związane ze zrównoważonym rozwojem i społeczną odpowiedzialnością są odzwierciedlone w pięciu Politykach (Jakości, Bezpieczeństwa Żywności, Zarządzania Ludźmi, BHP, Środowiska oraz Zaangażowania Społecznego), determinujących działania naszej firmy.”

**Rafał Reszka,**

Dyrektor Operacyjny i Finansowy

### Dbanie o ludzi i ich bezpieczeństwo

(Polityka Zarządzania Ludźmi oraz Polityka Bezpieczeństwa i Higieny Pracy)

### Utrzymanie i doskonalenie jakości

(Polityka Jakości i Bezpieczeństwa Żywności)

### Dbanie o środowisko

(Polityka Środowiskowa)

### Zaangażowanie społeczne

(Polityka Zaangażowania Społecznego)

## DBAMY O LUDZI i ich bezpieczeństwo



„Nasza firma jest wyjątkowa, ponieważ większość z nas pracuje w niej kilkanaście lat. Razem się rozwijaliśmy, przeżyaliśmy swoje sukcesy, porażki, zakładaliśmy rodziny. Mieliliśmy wiele wspólnych spotkań, szkoleń, imprez firmowych. To, czym możemy się pochwalić, to fakt, że szanujemy opinię pracowników i bierzemy pod uwagę ich pomysły i rozwiązania. Wdrażając systemy, dużo dyskutujemy, dajemy

przestrzeń na indywidualne pomysły. Nieustająco pracujemy nad tym, aby to nie system nami rządził, ale zdrowy rozsądek. Zależy nam, aby nasi pracownicy mieli przede wszystkim duże poczucie bezpieczeństwa.”

**Dorota Markiewicz-Kubik,**

Dyrektor ds. HR

Najwyższe wartości naszej firmy to etyczna i otwarta kultura organizacyjna oraz dobre relacje i lojalność. Działając w oparciu o te wartości, faktycznie budujemy organizację, w której najważniejszym kapitałem są ludzie.

**MOTYWACJA – ROZWÓJ KOMPETENCJI – KOMUNIKACJA**

**RZETELNE WYNAGRADZANIE – DBANIE O ZDROWIE  
– BRAK DYSKRYMINACJI**

**OTWARTOŚĆ – WZAJEMNY SZACUNEK – WSPÓŁPRACA**

## Rozwój i motywacja

### Zarządzanie kompetencjami

Jednym z elementów, wspierających rozwój pracowników w naszej firmie, jest Zarządzanie Kompetencjami. Zaczęliśmy od wyboru kompetencji firmowych. Następnie pracownicy sami określili kompetencje niezbędne dla poszczególnych stanowisk. Bardzo zależy nam na ciągłym rozwoju tych umiejętności, gdyż to pozwala pokonywać nowe wyzwania.

### Szkolenia

W firmie ogromnym nacisk kładziemy na szkolenia, zarówno zewnętrzne, jak i wewnętrzne. Mamy grupę wykwalifikowanych trenerów wewnętrznych, którzy na bieżąco prowadzą szkolenia z zakresu bezpieczeństwa, wiedzy systemowej, wymagań klientów, obszaru HR itp. Korzystamy z wymiany doświadczeń, tzn. zapraszamy do współpracy firmy z branży spożywczej z kraju i z zagranicy. Śledzimy kierunki rozwoju po to, aby sprostać oczekiwaniom naszych klientów, pracowników i współpracowników.

### Zarządzanie wiedzą

Zarządzanie wiedzą promujemy poprzez „Szkołę Ziemniaka”, którą utworzyliśmy w lutym 2011 roku w Polsce. Bazuje ona w znacznej mierze na wiedzy zdobytej podczas programu międzynarodowego „Potato School”, firmowanego przez kanadyjską firmę Simplot, największego dostawcę produktów ziemniaczanych do restauracji McDonald’s w USA. Jesteśmy dumni z naszej polskiej „Szkoły Ziemniaka”; na bieżąco aktualizujemy nasz program oraz rozbudowujemy go o część praktyczną. Obecnie celem kontynuowanego programu jest nie tylko standaryzacja wiedzy technologicznej i zwiększanie świadomości naszych pracowników, ale przede wszystkim przekazywanie naszej wiedzy kolejnym pracownikom firmy.





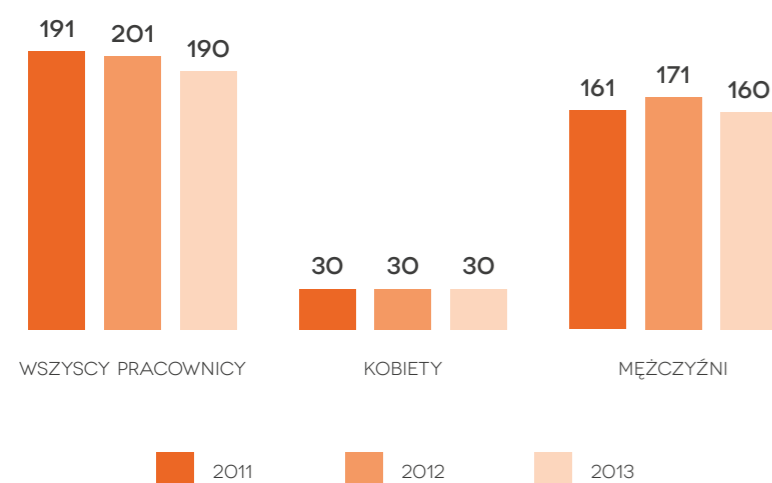
## Dobre miejsce do pracy

### Stabilność zatrudnienia

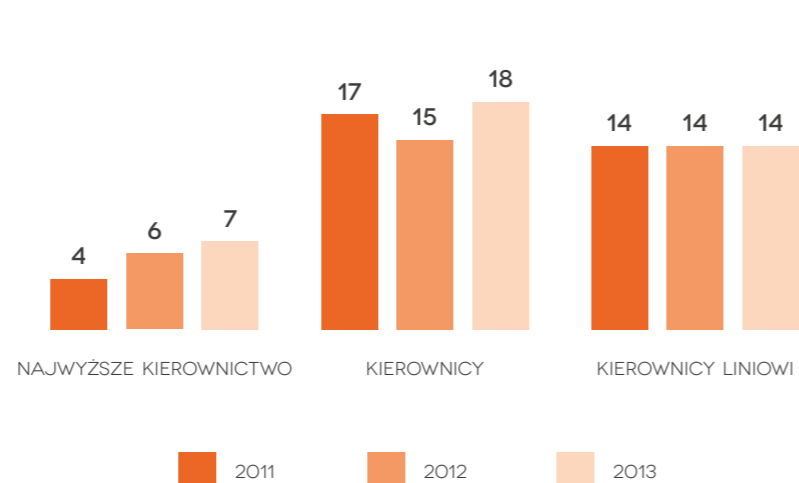
Naszym pracownikom zapewniamy stabilne i bezpieczne miejsca pracy, dlatego też zwracamy szczególną uwagę na sposób zatrudnienia.

W roku 2012 ponad 95,5% pracowników zatrudnialiśmy na czas nieokreślony, w roku 2013 już ponad 97,9%.

Zatrudnieni 2011-2013



Zarządzający 2011-2013



Dobra atmosfera powoduje między innymi to, że mamy bardzo niską fluktuację załogi – średnia za lata 2010-2012 wyniosła 4,54%. Nasza polityka opiera się przede wszystkim na długofalowych relacjach z pracownikami. Ponad 57% pracowników pracuje z nami od 11

do 19 lat, kolejne 19% od 6 do 10 lat. Jedynie 24% pracowników pracuje 5 bądź mniej lat. 34 osoby (18%) pracują w naszej firmie od 1994 roku. Promujemy kariery wewnętrzne – wielu z nas zaczynało od najniższych stanowisk, a obecnie zajmuje stanowiska kierownicze.

### Opieka medyczna

Wszystkim pracownikom zapewniamy prywatną opiekę medyczną. Ponadto od wielu lat promujemy profilaktykę zdrowotną, proponując naszym koleżankom badania USG i mammografię, a kolegom - badania prostaty. W roku 2013 około 75% kobiet (na 32 kobiety) i 40% mężczyzn (na 158) wzięło udział w badaniach profilaktycznych. Każdej jesieni oferujemy wszystkim zatrudnionym bezpłatne i dobrowolne szczepienia przeciwko grypie.

23,8%    19,9%    14,8%    42,3%

5 lat i mniej    6-10 lat    11-15 lat    16-19 lat

### Pracowniczy Program Emerytalny i Ubezpieczenia

Zachęcamy i częściowo finansujemy udział naszych pracowników w Pracowniczym Programie Emerytalnym, który poprzez regularne gromadzenie środków zapewni nam dodatkową emeryturę. W 2013 roku ponad 50% pracowników było objętych tym programem. W 2013 roku 100% pracowników było ubezpieczonych na wypadek NNW w grupowym ubezpieczeniu na życie. Ponad 72% pracowników korzysta z wariantów dodatkowych ubezpieczenia.

### Fundusz Socjalny

W ramach Funduszu Socjalnego korzystamy z wielu dodatkowych świadczeń, między innymi aktywności sportowych, wycieczek rowerowych, imprez integracyjnych. Możemy liczyć na pomoc materialną w sytuacji wypadków losowych. Nasze dzieci co dwa lata wyjeżdżają na kolonie polskie bądź zagraniczne oraz mogą uczestniczyć w corocznej zabawie choinkowej. W okresie świątecznym otrzymujemy bony świąteczne.

### Dodatkowe świadczenia

Obchodzimy jubileusz 12,5 lat pracy – zwyczaj holenderski. Do końca 2013 roku już 118 naszych pracowników obchodziło ten jubileusz. Cotygodniowy deputat, w postaci frytek lub placków ziemniaczanych, pozwala nam smakować nasze wyroby. We własnym zakresie organizujemy spotkania integracyjne w działach lub też między działami. Wspieramy inicjatywy sportowe, między innymi działającą od wielu lat drużynę piłkarską, oraz maratończyka.







Nasza Zakładowa Drużyna Pogotowia Ratowniczego na co dzień dba o nasze bezpieczeństwo.



Co roku szkolimy jak udzielić pierwszej pomocy innym.



Recepcja – miłe powitanie każdego dnia.



Kantyna – miejsce spotkań. Możemy z niej korzystać na co dzień. Oprócz pysznych dań królują nasze frytki i placki ziemniaczane, które cieszą się ogromną popularnością.

### Satysfakcja pracowników

Niezwykle ważna jest satysfakcja z pracy, więc pojawia się pytanie, co robimy dobrze, a co możemy zrobić jeszcze lepiej? W 2013 roku przeprowadziliśmy ankietę, badającą zadowolenie pracowników. Wzięło w niej udział około 70% pracowników (przykładowe wyniki w załączeniu). Wyniki ogłaszane są wszystkim pracownikom, a wyciągane wnioski pomagają nam wprowadzać kolejne usprawnienia. Widzimy wzrost satysfakcji pracowników w większości kategorii w stosunku do badania przeprowadzanego w 2011 roku.

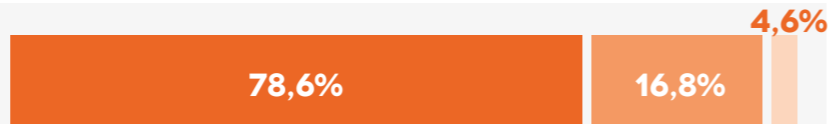
#### Jestem zadowolony/ a z atmosfery panującej w firmie



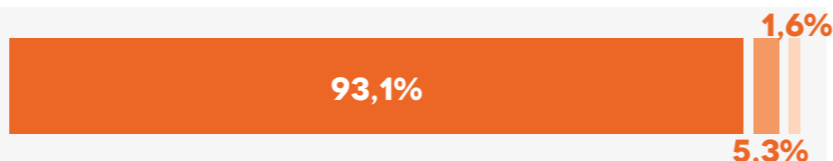
#### Mam poczucie stabilności zatrudnienia



#### Swoją przyszłość zawodową wiążę z FFP



#### Rozumiem cele i zadania na moim stanowisku pracy



Tak lub raczej tak
  Trudno powiedzieć
  Nie lub raczej nie

## Bezpieczeństwo

Wspomagając się założeniami systemowymi, już w 2012 roku rozpoczęliśmy wdrażanie Systemu Zarządzania Bezpieczeństwem i Higieną Pracy, a w maju 2014 roku zdobyliśmy Certyfikat Wdrożonego Systemu Zarządzania Higieną Pracy wg normy polskiej PN-N-18001:2004 oraz normy międzynarodowej OHSAS 18001:2007. Naszą myślą przewodnią jest podniesienie kultury bezpieczeństwa w fabryce do takiego stopnia, aby każdy pracownik miał poczucie, że ma znaczący wpływ na bezpieczeństwo swoje i swoich współpracowników.



Od początku 2013 roku organizowaliśmy różnorodne szkolenia i akcje, mające na celu zapoznanie pracowników z założeniami systemu, ale także takie, które zaangażują ich w sprawy związane z bezpieczeństwem. Osoby, pracujące na produkcji, aktywnie uczestniczyły w ocenie ryzyka zawodowego na ich stanowiskach pracy (ok. 85%). Wydaliśmy broszury BHP, w których opisane zostały sprawy związane z bezpieczeństwem pracowników podczas wykonywania pracy. Przeprowadziliśmy ankietę, mającą na celu określenie stanu wiedzy pracowników FFP na temat bezpieczeństwa i higieny pracy oraz analizę obecnego stanu BHP w naszej fabryce. Aby nie ograniczać się do działalności tylko na naszym terenie, byliśmy aktywnym partnerem w kampanii „Partnerstwo dla prewencji”, organizowanej przez Międzynarodową Organizację Pracy (w Polsce organem przedstawicielskim był Centralny Instytut Ochrony Pracy – CIOP-PIB). W tej kampanii rozdaliśmy wszystkim pracownikom broszury informacyjne na temat świadomego kształtowania bezpieczeństwa na stanowiskach pracy i współtworzenia bezpiecznego miejsca pracy. Aktywnie, prowadząc rozmowy i pogadanki z pracownikami, zachęcaliśmy do angażowania się w sprawy bezpieczeństwa.

## ZŁOTE ZASADY BHP

### NIGDY

nie działam “na skróty”, bo wiem, że mogę wyrządzić krzywdę sobie lub współpracownikom

### NIGDY

nie stawiam produkcji ponad bezpieczeństwo

### NIGDY

nie pracuję na wysokości bez zabezpieczeń

### NIGDY

nie wymieniam części ani nie naprawiam urządzenia, jeżeli jest uruchomione

### NIGDY

nie zastawiam dróg komunikacyjnych, ewakuacyjnych i dostępu do sprzętu przeciwpożarowego

### NIGDY

nie wykonuję prac, do których nie mam uprawnień



# UTRZYMANIE i doskonalenie jakości



„Bezpieczeństwo żywności ma dla nas ogromną wagę i to na nim głównie oparliśmy w pierwszych latach funkcjonowania firmy naszą strategię jakości i bezpieczeństwa. Chcieliśmy zapewnić naszych pracowników, a przede wszystkim klientów, iż firma Farm Frites Poland SA jest w stanie stworzyć i utrzymać wysokie standardy higieniczne w branży takiej, jaką jest przetwórstwo ziemniaka. W początkowym okresie, przy utrudnionym dostępie do wiedzy na temat standardów jakościowych, szczególnie w sektorze spożywczym, opieraliśmy nasze działania na własnych doświadczeniach. W rezultacie nasz System Zarządzania Bezpieczeństwem Żywności w oparciu o GMP i GHP (Good Manufacturing Practice, Good Hygiene Practice, czyli dobre praktyki wytwórcze i higieniczne) oraz o analizę ryzyka - bazującą na Codex Alimentarius z roku 1994, czyli międzynarodowym programie dotyczącym jakości żywności - to żywy i regularnie weryfikowany w praktyce program. Dodatkowo program ten wspierany jest systemem 5S. Ostatecznie, w zarządzaniu jakością przewodnikiem jest dla nas system BS EN ISO 22000:2005 wraz z system HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point – Analiza Zagrożeń i Krytycznych Punktów Kontroli). Przez kolejne lata zbudowaliśmy silny Zintegrowany System Jakości, zgodny z obowiązującymi przepisami prawa i w oparciu o międzynarodowe normy. Obecnie nasza strategia Zintegrowanego Zarządzania Firmą opiera się w głównej mierze na spełnianiu oczekiwań klienta. Dlatego rozwijamy naszą firmę, zmierzając w kierunku doskonalenia naszych procesów. Prawie dwa lata temu zaczęliśmy też rozwijać nasz program poprawy procesu produkcji i kontroli z wykorzystaniem takich narzędzi, jak ocena systemów pomiarowych (MSA) oraz Statystyczne Sterowanie Procesem (SPC). Dlatego, po dwudziestu latach funkcjonowania na rynku, możemy śmiało powiedzieć, iż jakość jest dla firmy Farm Frites Poland podstawą sukcesu i dobrych relacji z klientami.”

**Malwina Piotrowska,**  
Dyrektor ds. Zarządzania Jakością



## Zadowolenie naszych klientów

Dla dobrych relacji, które są dla nas bardzo ważne, dokładamy wszelkich starań, by nasi klienci byli zawsze zadowoleni z wzajemnej współpracy. Aby zwiększać satysfakcję naszych klientów, regularnie mierzymy jej poziom. To pomaga nam lepiej poznać ich oczekiwania i skutecznie je realizować. Nasi klienci, FFI i Aviko, oceniając nas, oceniają pracę całej organizacji Farm Frites Poland SA oraz nasze produkty z wszystkich trzech linii produkcyjnych, czyli frytki, placki i płatki. Natomiast McDonald's, nasz główny odbiorca frytek, co roku ocenia naszą współpracę, posługując się dokumentem SPI (ang. Supplier Performance Index). Poza oceną SPI, McDonald's wypełnia ankietę zadowolenia, która obejmuje następujące trzy obszary: łańcuch dostaw, jakość oraz logistykę.

Poniżej prezentujemy opinię naszych klientów z lat 2012-2013.

### Farm Frites International B.V. Sp. z o.o.

#### JAKOŚĆ

89%

#### KOMUNIKACJA

71%

#### PRODUKT I NPD\*

72%

#### OBSŁUGA ZAMÓWIEŃ I SLA\*\*

72%

### Aviko B.V.

#### JAKOŚĆ

89%

#### KOMUNIKACJA

96%

#### PRODUKT I NPD\*

89%

#### OBSŁUGA ZAMÓWIEŃ I SLA\*\*

100%

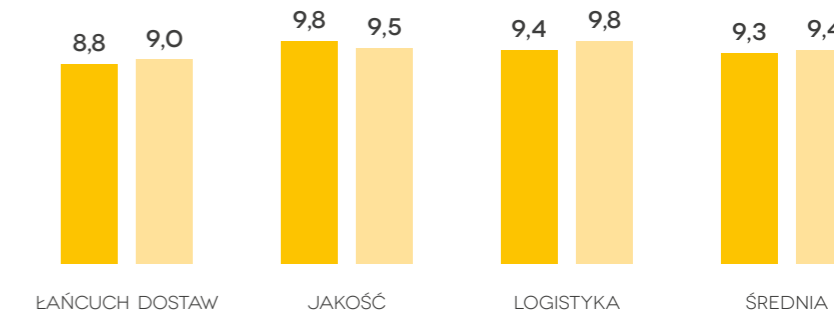
\* NPD ( ang.: new product development), czyli wszystko o procesie wytwarzania nowego produktu. \*\* SLA (ang.: Service Level Agreement), czyli umowa utrzymania i systematycznego poprawiania ustalonego między klientem a usługodawcą poziomu jakości usług

## McDonald's

### Wyniki SPI (2010/2013)



### Wyniki ankiety satysfakcji



skala 0 - 100 pkt

\*60 - 79 pkt - dostawca mający znaczące osiągnięcia

2012 2013 SKALA: 0 - 10 PKT



## Nasi dostawcy

Głównymi surowcami, wykorzystywanymi w produkcji, są ziemniaki. Dużą rolę przykładamy do współpracy z naszymi dostawcami. Wybieramy tylko takich, którzy są w stanie spełnić nasze standardy i dlatego współpracujemy tylko z najlepszymi i zaufanymi dostawcami.

### ZIEMNIAKI



Naszym głównym dostawcą ziemniaków jest firma Farm Frites Poland Dwa (FFPD). Głównym celem założenia własnej firmy rolniczej w 1993 roku była produkcja wysokiej jakości surowca na potrzeby naszej fabryki. FFPD

od wielu lat realizuje i wciela w życie ideę Zrównoważonego Rolnictwa. Nasza farma należy do Sustainable Agriculture Initiative Platform – organizacji, która pomaga firmom w osiągnięciu zrównoważonej produkcji produktów rolnych. Farm Frites Poland Dwa jest jedynym gospodarstwem rolnym w Polsce, które uczestniczy w prestiżowym programie McDonald's Europa o nazwie Flagship Farms (Wzorcowe Farmy). Firmy, uczestniczące w tym programie, muszą spełnić bardzo rygorystyczne wymagania w zakresie dobrych praktyk agrotechnicznych i zrównoważonego rolnictwa. Osiągnięcie statusu McDonald's Flagship Farm świadczy o sukcesie firmy i o tym, że nasze ziemniaki są jednymi z najlepszych w Europie. Ilość ziemniaków produkowanych przez Farm Frites Poland Dwa nie jest wystarczająca, aby pokryć całkowite zapotrzebowanie fabryki, tj. ponad 200 000 ton rocznie, dlatego też dodatkowo kontraktujemy około 5 500 ha, na obszarze od zachodniej granicy Polski po Żuławy. W roku 2013 współpracowaliśmy z 59 farmami. 28 farm posiada certyfikowany standard GLOBALGAP. Nasza fabryka udziela wsparcia dla wszystkich chętnych, chcących wprowadzić GLOBALGAP. Pozostali rolnicy, uprawiający ziemniaki, posiadają nasz wewnętrznie opracowany standard o nazwie FARMAAP. Również przy wprowadzaniu tego standardu wspomagamy naszych dostawców. Standard FARMAAP nie jest certyfikowany.

Co roku na polach Farm Frites Poland Dwa (FFPD) uprawia się ponad 700 ha rzepaku. Ponieważ jednym z elementów wdrażanego przez kierownictwo FFPD projektu zrównoważonego rolnictwa jest ochrona pszczół, menedżerowie firmy postanowili rozpocząć współpracę z lokalnym pszczelarzem Janem Króliszynem, który jest emerytowanym pracownikiem, a pszczelarstwem zajmuje się od wielu lat. Firma FFPD dba przede wszystkim o stosowanie dobrych praktyk rolniczych, które są przyjazne pszczołom. Planując zabiegi ochrony roślin, kieruje się wieloma zasadami. Więcej informacji na temat projektu Bee Friendly - Przyjaźni Pszczołom można znaleźć na stronie internetowej [www.farm-frites-dwa.pl](http://www.farm-frites-dwa.pl)



#### Trzy obszary działań FFP Dwa



**Farming for Planet** - gleba, woda, bioróżnorodność, powietrze, odpady, zarządzanie odpadami.



**Farming for People** - warunki pracy, szkolenia, społeczność lokalna.



**Farming for Profit** - zrównoważone zarządzanie, bezpieczeństwo i jakość surowca.

Każdego roku współpracujemy i pomagamy dostawcom m.in. w zakresie:



#### AUDYTÓW

- wewnętrznych, których w 2013 roku było aż 28, i które wykonujemy zgodnie z zasadami dobrej praktyki rolniczej GAP (ang. Good Agricultural Practice), opartej na światowym standardzie GLOBALGAP oraz na własnym programie dobrej praktyki rolniczej, stworzonym specjalnie dla dostawców surowca – FARMAAP;
- zewnętrznych, wspierając rolników w przygotowaniach do certyfikacji GLOBALGAP, której nasi dostawcy poddawani są raz w roku przez niezależną jednostkę certyfikującą.

#### BADAŃ SUROWCA

- ziemniaki badamy w akredytowanych laboratoriach pod kątem pozostałości pestycydów, azotanów czy metali ciężkich.



#### KONSULTACJI

- doradzamy i organizujemy liczne programy szkoleniowe, m. in. dotyczące rozwoju zrównoważonego rolnictwa.

#### WSPARCIA FINANSOWEGO

- wspieramy naszych dostawców, zarówno w procesie certyfikacji, jak i wykonywanych analiz.



## Jakość i bezpieczeństwo

### Zapewnienie jakości

„Na każdym etapie wytwarzania naszych produktów kierujemy się Polityką Jakości i Bezpieczeństwa, która stanowi naszą filozofię pracy. Nasz Zintegrowany System Zarządzania Jakością łączy w sobie najlepsze



zasady w dziedzinie bezpieczeństwa żywności i jakości produktów. Dzięki spełnianiu tych zasad gwarantujemy naszym klientom żywność, jakiej od nas oczekują.”

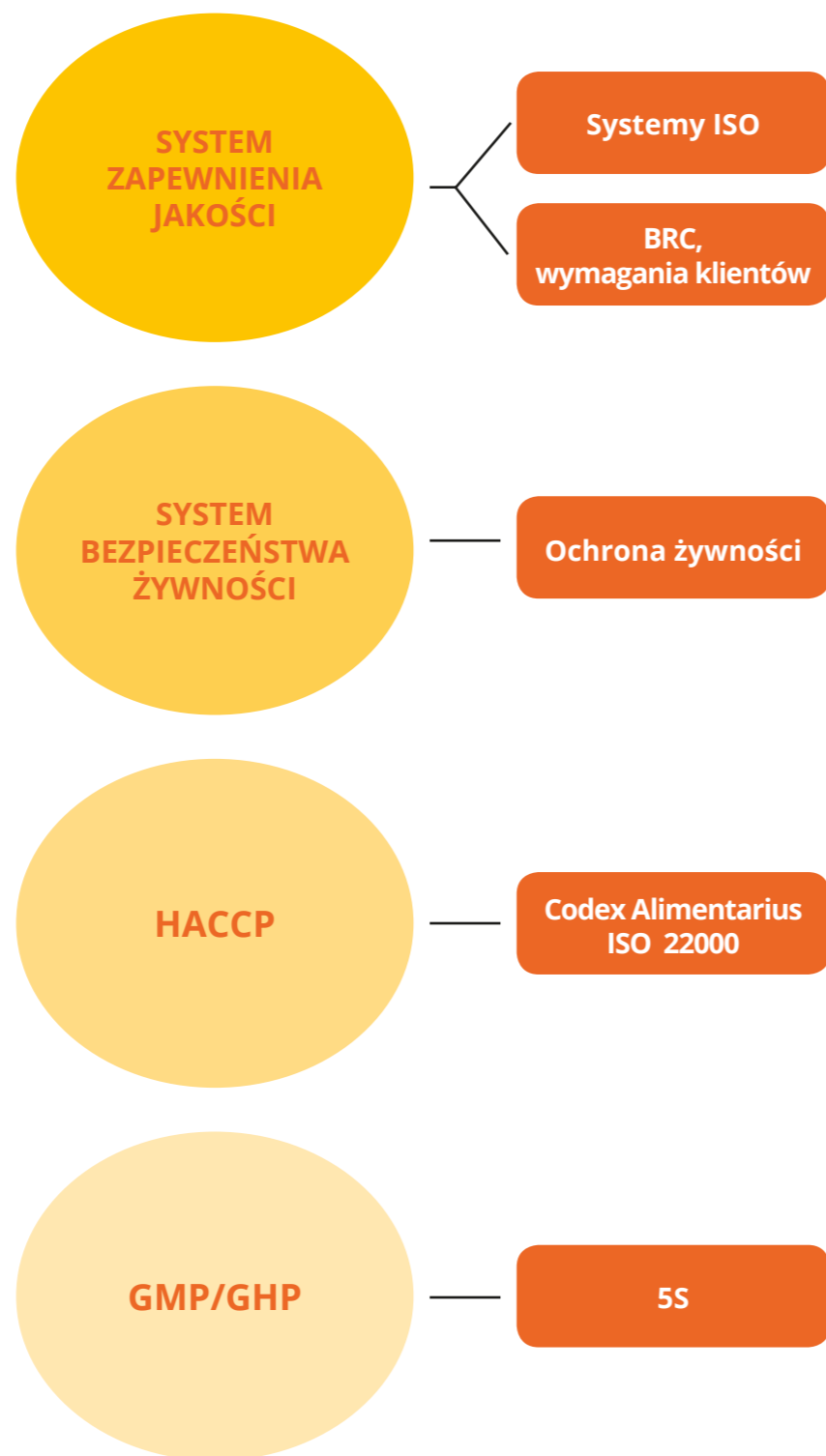
**Małgorzata Koniuszy**  
Szef Zapewnienia Jakości

Dla naszych klientów spełniamy wymogi jednych z najbardziej wymagających standardów na świecie, takich jak:

» **SQMS** (ang. Supplier Quality Management System). Utrzymanie tego standardu dotyczy firm, które dostarczają swoje produkty do restauracji McDonald's. Gwarantuje on dostarczanie restauracjom McDonald's zawsze bezpiecznych i wysokiej jakości produktów, zgodnych z prawem i wymaganiami klienta.

» **The AIB International Consolidated Standards for Inspection**. Jest to międzynarodowy standard, opisujący wymagania dotyczące produkcji bezpiecznej żywności. W 2013 roku po raz pierwszy poddaliśmy takiemu audytowi naszą nową linię płatków i był to audyt niezapowiedziany. Otrzymaliśmy 953 punkty na 1000. Jest to bardzo dobry wynik i świadczy o naszym dużym zaangażowaniu w produkcję bezpiecznej żywności.

» **Ikea IWAY Standard** - to minimalne wymagania w zakresie środowiska, warunków socjalnych, warunków pracy przy zakupie produktów, materiałów i usług.



## Kontrola jakości



„Wszystkie nasze produkty przed wprowadzeniem do obrotu kontrolują nasi wykwalifikowani pracownicy, poddawani regularnym szkoleniom. W ich pracy zdecydowanie najistotniejszą rolę odgrywa znajomość wymagań i specyfikacji naszych klientów. Rosnąca konkurencja na rynku spożywczym sprawia bowiem,

że słupki czy plastry ziemniaków, pocięte w różnorodny sposób, poddane odpowiedniemu procesowi produkcji, można opisać nawet w kilkudziesięciu istotnych dla klienta parametrach. Ponadto wyjątkowe miejsce w ocenie produktów w Farm Frites Poland zajmuje rozbudowana ocena sensoryczna naszych produktów.”

**Joanna Dawidowska**  
Szef Kontroli Jakości

### OCENA SENSORYCZNA

Smak i zapach naszych frytek jest dla nas bardzo ważny, co jest zauważane przez naszych wieloletnich odbiorców. Swoją przygodę z oceną sensoryczną rozpoczęliśmy ponad 10 lat temu, kiedy po spotkaniu z „guru” analizy sensorycznej, panią Niną Baryłko-Pikielną, zaczęliśmy porządkować, a co najważniejsze - poszerzać naszą wiedzę w tym zakresie. Obecnie spotykamy się w profesjonalnych kabinach sensorycznych, zbudowanych zgodnie z wymaganiami prawnymi. W nich szkolimy naszych pracowników, oceniamy nowe produkty, poddajemy ocenie nowe dodatki do produkcji.



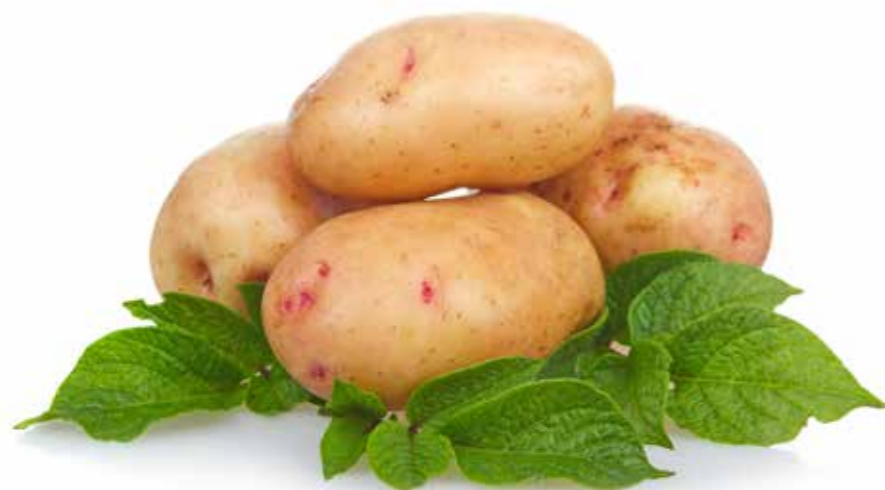
### PROGRAM SPC

W celu poprawy jakości naszych wyrobów w 2012 roku wprowadziliśmy program SPC (z ang. Statistical Process Control). Narzędzie to pozwala na monitorowanie tego, czy proces jest przewidywalny w swoim zachowaniu. Takie „śledzenie” całości procesu zapewnia duży komfort, zarówno osobom nadzorującym produkcję, jak również naszym klientom. Jedynym warunkiem jest zapewnienie powtarzalności i rzetelności naszych analiz. Dokonujemy więc oceny systemów pomiarowych zgodnie z zasadami MSA (ang. Measurement System Analysis). Dzięki temu mamy pewność, że jakość danych, które analizujemy, może być podstawą podejmowanych decyzji.





# DBAMY O ŚRODOWISKO



## Zarządzanie wpływem na środowisko

Jesteśmy świadomi wpływu naszej firmy na środowisko naturalne i dbałość o jego stan jest integralnym elementem naszej strategii rozwoju. Priorytety oraz zakres naszych działań określa Polityka Środowiskowa Farm Frites Poland SA, w której zobowiązujemy się do ciągłej poprawy procesów produkcyjnych w celu zmniejszenia wpływu działalności naszej firmy na środowisko naturalne. Chcemy zaspokajać oczekiwania klientów w sposób przyjazny dla środowiska naturalnego. Regularnie monitorujemy nasze oddziaływanie na środowisko, opierając się na obowiązującym ustawodawstwie i wymaganiach wewnętrznych. Wdrożony w FFP System Zarządzania Środowiskowego jest zgodny z międzynarodową normą ISO 14001:2004. Aktualny certyfikat został wystawiony w maju 2013 przez Lloyd's Register Quality Assurance i jest ważny do roku 2016.



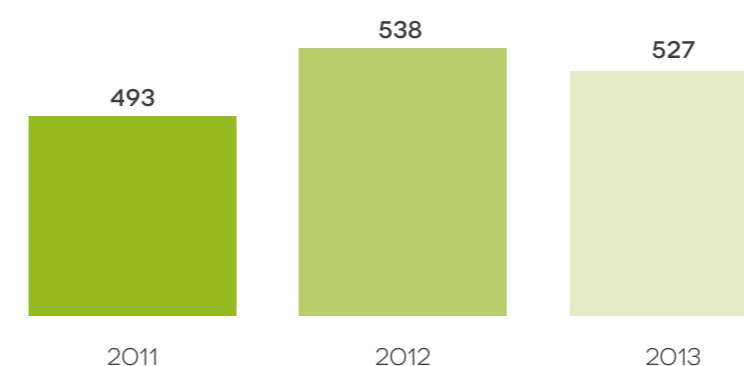
## Gospodarowanie wodą i ściekami

**„Woda nie jest produktem handlowym, takim jak każdy inny, ale raczej dziedzicznym dobrem, które musi być chronione, bronione i traktowane, jako takie...”**

Z preambuły Ramowej Dyrektywy Wodnej Unii Europejskiej.

W procesie produkcji frytek woda odgrywa istotne znaczenie. Z tego względu stale monitorujemy jej zużycie w każdym z obszarów produkcyjnych. Na potrzeby procesu produkcyjnego pobieramy wodę z wodociągu miejskiego oraz własnych ujęć wód podziemnych. Ilość wody podziemnej, pobieranej z poszczególnych studni, jest kontrolowana za pomocą wodomierzy i ograniczona posiadanymi pozwoleniami wodnoprawnymi. Większe zużycie wody w latach 2012-13 wynikało z większego wolumenu produkcji.

Całkowita ilość wody pobranej przez FFP (w tys. m<sup>3</sup>)

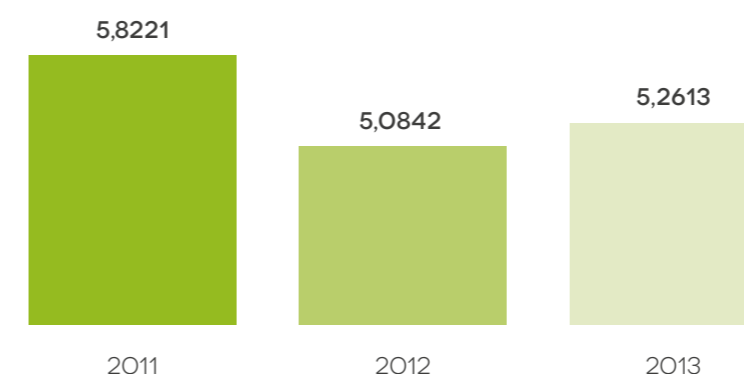


Dla Farm Frites Poland jednostkowe zużycie wody na 1kg gotowego produktu jest jednym z najistotniejszych wskaźników środowiskowych. Zależy nam na coraz lepszym zarządzaniu tym aspektem w naszym zakładzie. Z tego względu, stale poszukujemy nowych możliwości oczyszczania i odzysku wody. Nasza fabryka posiada własną dwuetapową podczyszczalnię ścieków.

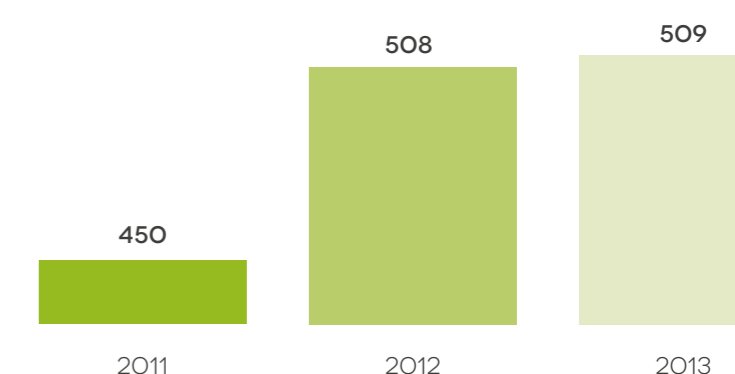


Nowoczesna instalacja beztlenowa redukuje ładunek w wodach procesowych z 90% efektywnością. Wytworzony biogaz po oczyszczeniu jest spalany w jednostce ko-generacyjnej, która produkuje jednocześnie energię elektryczną i ciepłą. Całość wyprodukowanej zielonej energii jest wykorzystywana na potrzeby zakładu. Po podczyszczeniu wszystkie ścieki odprowadzane są do Miejskiej Oczyszczalni w Lęborku.

Jednostkowe zużycie wody w l/kg gotowego produktu



Objętość odprowadzonych ścieków (w tys. m<sup>3</sup>)



## NASZ DŁUGOLETNI CEL - REDUKCJA ZUŻYCIA WODY

Zamierzamy do 2020 roku zmniejszyć jednostkowe zużycie wody na 1kg gotowego produktu o minimum 10%. Jako bazowy przyjęliśmy wynik dla roku 2012, gdy jednostkowe zużycie wyniosło 5,0842 litry na 1kg gotowego wyrobu.



„Nie ma wątpliwości, że każda działalność produkcyjna ingeruje w środowisko naturalne. Produkcję naszych wyrobów, korzystamy z zasobów naturalnych Ziemi. Zużywamy wodę, wytwarzamy odpady i ścieki, emitujemy substancje do atmosfery. To nieuniknione. Jednakże, możemy dołożyć starań, aby nasz wpływ na naturalne środowisko maksymalnie zminimalizować. W naszej fabryce pamiętamy o tym każdego dnia.”

**Wojciech Kiedrowicz,**

Szef ds. Ochrony Środowiska i Zrównoważonego Rozwoju

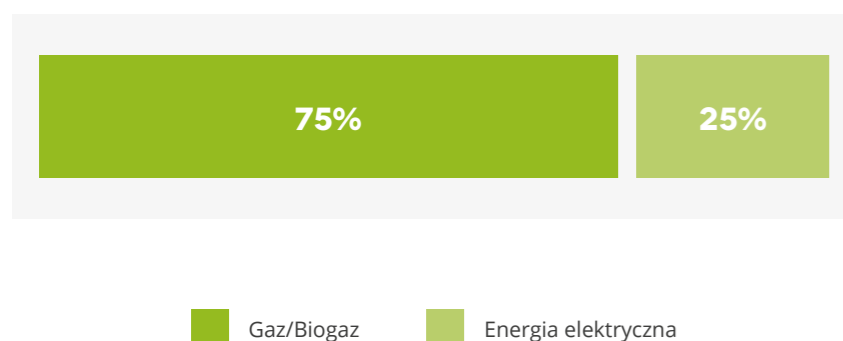
## Zarządzanie zużyciem energii

„Wskali globalnej ponad 86% energii pochodzi z nieodnawialnych, kopalnianych źródeł energii pierwotnej”

International Energy Agency – 2000 rok

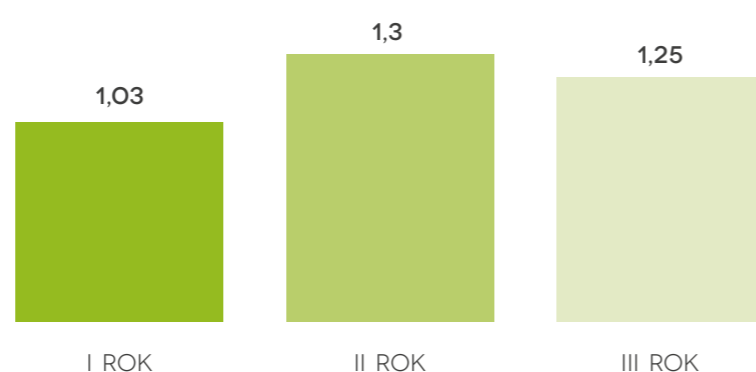
Podczas produkcji frytek czy płatków ziemniaczanych zużywane są znaczne ilości energii elektrycznej i paliw. Naturalny gaz, który jest najbardziej ekologicznym paliwem kopalnym, stanowi ponad 70% całkowitego zużycia energii w naszej firmie.

### Struktura zużycia energii w 2013 roku

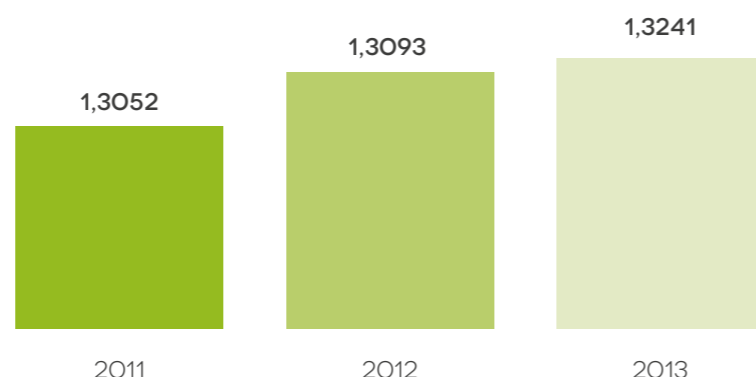


We wrześniu 2010 roku uruchomiona została instalacja do odzysku energii z oparów pieca smaźalnicy. Wykres pokazuje efekty pracy tej inwestycji. W pierwszym roku zaoszczędziliśmy energię o równowartości 1 miliona m<sup>3</sup> gazu.

### Ilość zaoszczędzonego gazu w instalacji odzysku ciepła (w milionach m<sup>3</sup>)



### Jednostkowe zużycie energii (w kWh/1kg gotowego produktu)



Wzrost jednostkowego zużycia energii w latach 2012-13 był spowodowany większym udziałem płatków ziemniaczanych w wolumenie produkcji. Do produkcji jednej tony płatków potrzeba trzy razy więcej energii niż do produkcji 1 tony frytek.

## NASZ DŁUGOLETNI CEL - REDUKCJA ZUŻYCIA ENERGII

Do 2020 roku zamierzamy zmniejszyć jednostkowe zużycie energii na 1kg gotowego produktu o minimum 5%. Jako bazowy przyjęliśmy wynik dla 2012 roku, gdy jednostkowe zużycie wyniosło 1,3093 kWh na 1kg gotowego wyrobu.

## Emisje i ich ograniczanie

„Od początku epoki przemysłowej ilość dwutlenku węgla w atmosferze wzrosła z niecałych 0,03% do blisko 0,04% i rośnie coraz szybciej. Od końca lat 50-tych XX wieku koncentracja CO<sub>2</sub> w atmosferze wzrosła z 315 ppmv do poziomu 385 ppmv i również wzrasta coraz szybciej. W ciągu ostatniego stulecia temperatura Ziemi wzrosła o 0,7-0,8 stopnia. Szczególnie szybki wzrost jest obserwowany w ostatnich dwudziestu latach”.

Serwis ZiemiaNaRozdrozu.pl

Emisja do atmosfery zanieczyszczeń, takich jak: tlenki siarki (SO<sub>x</sub>), tlenki azotu (NO<sub>x</sub>), tlenek węgla, pył zawieszony PM10 i innych substancji, uszczuplają warstwę ozonową. Dwa razy w roku badamy emisję do atmosfery wymienionych substancji. Uznaję się, że emisja gazów cieplarnianych (GHG) jest jedną z najbardziej prawdopodobnych przyczyn globalnych zmian klimatu. Regularnie obliczamy ślad węglowy naszego przedsiębiorstwa. W tym celu wykorzystujemy narzędzie o nazwie Bilan Carbon Spreadsheet version 4.0 opracowane przez Ademe Institute.

	2011	2012	2011 vs 2012
<b>Zakres 1. Emisje bezpośrednie</b> (spalanie gazu w kotłach oraz paliwa w firmowych pojazdach)	<b>razem</b> 19 319 ton CO <sub>2</sub> <b>średnio</b> 228 kg CO <sub>2</sub> /t	<b>razem</b> 24 976 ton CO <sub>2</sub> <b>średnio</b> 236 kg CO <sub>2</sub> /t	<b>Wzrost</b> 8 kg CO <sub>2</sub> na tonę produktu
<b>Zakres 2. Emisje pośrednie</b> (związane z zakupem energii elektrycznej i ściekami produkcyjnymi)	<b>razem</b> 19 637 ton CO <sub>2</sub> <b>średnio</b> 231 kg CO <sub>2</sub> /t	<b>razem</b> 22 279 ton CO <sub>2</sub> <b>średnio</b> 211 kg CO <sub>2</sub> /t	<b>Spadek</b> 20 kg CO <sub>2</sub> na tonę produktu

## NASZ DŁUGOLETNI CEL ZWIĘKSZENIE UDZIAŁU ENERGII ZE ŹRÓDEŁ ODNAWIALNYCH W CAŁKOWITYM ZUŻYCIU

Zamierzamy do 2020 roku zwiększyć udział energii ze źródeł odnawialnych w całkowitym zużyciu energii do minimum 10%. W roku 2012 ten wskaźnik wyniósł 3,3%. Energia odnawialna używana w naszej firmie to energia wytworzona w kogeneracji oraz „zielona” energia elektryczna zakupiona od lokalnego operatora.





## Gospodarowanie odpadami

**„Aby przerwać powiązanie między wzrostem gospodarczym i wytwarzaniem odpadów, Unia Europejska ustanawia ramy prawne, mające na celu kontrolowanie całego cyklu życia odpadów, od ich wytwarzania po unieszkodliwienie, skupiając się na odzysku i recyklingu.”**

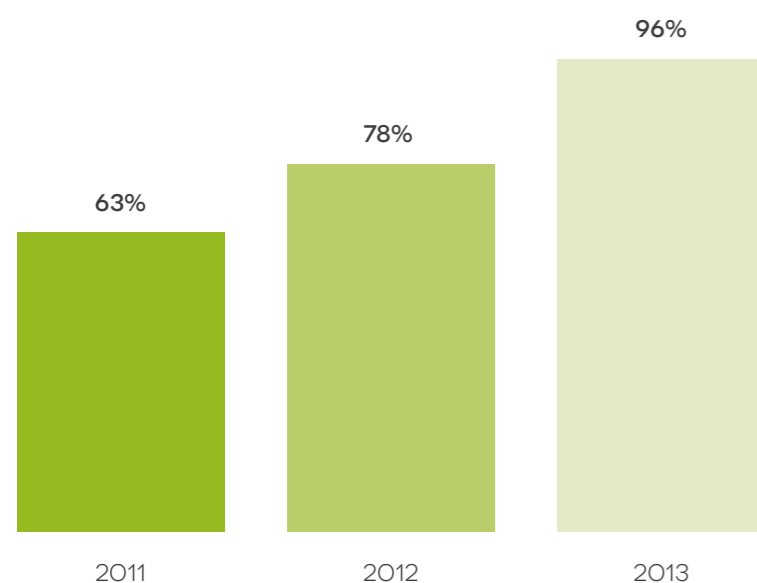
Dyrektywa Parlamentu Europejskiego z 2008 roku w sprawie odpadów.

Gospodarka odpadami w Farm Frites Poland SA uległa ogromnej zmianie w porównaniu do lat ubiegłych. W wyniku prowadzonej działalności wytwarzamy odpady niebezpieczne oraz inne niż niebezpieczne. Dzięki zmianom w systemie gospodarowania odpadami w latach 2012-13 znacząco zwiększyliśmy wskaźnik recyklingu odpadów poprodukcyjnych - w 2013 roku po raz pierwszy przekroczył on poziom 95%.

### NASZ DŁUGOLETNI CEL - ZERO ODPADÓW NA WYSYPISKO

Zamierzamy do roku 2020 poddać recyklingowi wszystkie odpady poprodukcyjne powstające w zakładzie, a tym samym nie wywozić żadnych odpadów produkcyjnych na lokalne wysypisko. W 2012 roku wskaźnik recyklingu wynosił ponad 77%.

Procent recyklingu odpadów w latach 2011 - 2013



### Budowanie świadomości ekologicznej

Uważamy, że tylko świadomi i dobrze poinformowani pracownicy są gwarancją sukcesu w zakresie ograniczania wpływu naszej działalności na środowisko. Z tego powodu istotnym elementem naszych działań jest popularyzowanie wiedzy ekologicznej w fabryce oraz wśród naszych partnerów biznesowych. W roku 2011 rozpoczęliśmy wydawanie zakładowej gazetki pt. „Co słyhać? Po zielonej stronie mocy”, poświęconej wiedzy ekologicznej. W 2013 zostały opracowane dwa wydania. Tematem letniej edycji była „rewolucja śmieciowa”, czyli zmiany w podejściu do gospodarowania odpadami, które weszły w życie 1 lipca 2013 roku.

W latach 2012-2013 zorganizowaliśmy dwa warsztaty dla kadry zarządzającej naszej fabryki. W czasie warsztatów zaprezentowaliśmy

oczekiwania naszego największego klienta - korporacji McDonald's oraz jego wizję Zrównoważonego Łańcucha Dostaw.





# ZAANGAŻOWANIE społeczne



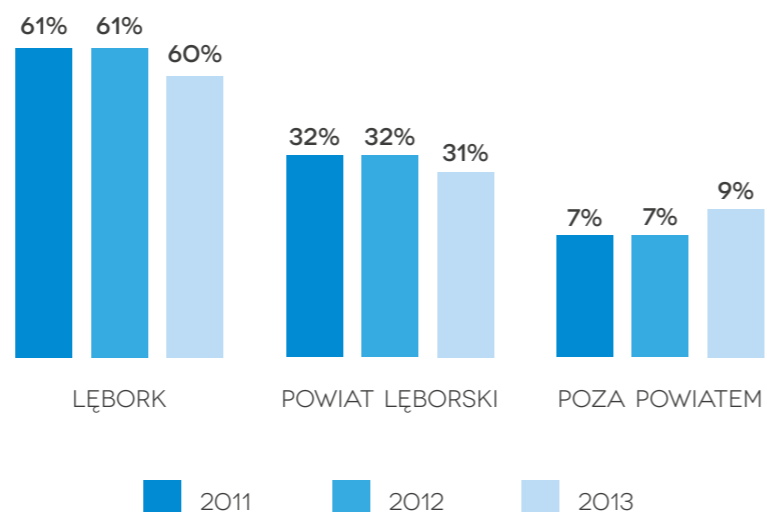
„Mamy świadomość ekonomicznego, środowiskowego i społecznego wpływu, jaki wywieramy na naszych sąsiadów, czyli na społeczności znajdujące się w pobliżu naszej firmy: mieszkańców, władze lokalne i organizacje pozarządowe oraz firmy lokalne. Już od czasu powstania firmy, czyli od połowy lat 90-tych, dużą wagę przykładamy do tego, aby odpowiedzialnie i efektywnie współpracować z lokalnymi społecznościami oraz utrzymywać dobre relacje sąsiedzkie. Stworzyliśmy Politykę Zaangażowania Społecznego, która określa priorytety oraz zakres naszych działań na rzecz lokalnej społeczności.”

**Katarzyna Majchrzak**  
Specjalista ds. PR

## Zatrudniamy lokalnie i wspieramy lokalnych przedsiębiorców

Lokalne zatrudnienie to główny wkład ekonomiczny i społeczny w rozwój regionu. Pracownicy naszej firmy to przede wszystkim mieszkańcy Lęborka i powiatu lęborskiego – stanowią ponad 90% naszej kadry.

Pracownicy 2011-2013 (zamieszkanie)



Nie tylko zatrudniamy lokalnych pracowników, ale też regularnie korzystamy z usług okolicznych podwykonawców oraz dostawców. Stawiamy na wzajemne zaufanie i długofalowe relacje; z wieloma firmami współpracujemy od kilkunastu, a nawet 20 lat.

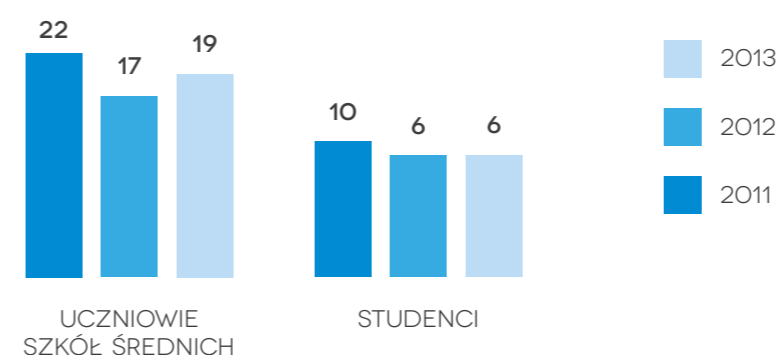
### W 2013 roku:

- ponad 75 procent dostawców ziemniaków pochodziło z województwa pomorskiego,
- współpracowaliśmy z około 200 lokalnymi podwykonawcami, dostawcami usług, części zamiennych.

## Wspieramy edukację uczniów i studentów

Organizujemy bezpłatne praktyki dla uczniów lęborskich szkół średnich i studentów, pochodzących z naszego regionu. Najczęściej korzystają z nich uczniowie technikum technologii żywności i technikum ekonomicznego oraz studenci takich kierunków, jak: biotechnologia, chemia oraz mechaniczne. Podczas praktyk uczniowie i studenci przede wszystkim poznają specyfikę pracy działów produkcyjnych oraz kontroli jakości.

Uczniowie i studenci 2011-2013



## Uczymy dbania o środowisko naturalne

Uznajemy, że najlepszą formą uczenia się tego, jak ważne jest środowisko naturalne, jest aktywne zaangażowanie się w jego ochronę. W tym celu inicjujemy oraz wspieramy wśród lokalnej społeczności akcje, których celem jest ochrona środowiska poprzez aktywne działanie.

### DRZEWKO ZA MAKULATURĘ

W 2013 roku po raz pierwszy wsparliśmy akcję organizowaną przez „Dziennik Bałtycki”. Polegała ona na tym, że każdy, kto przyniósł pięć kilogramów makulatury lub starych książek, otrzymał drzewko lub sadzonki kwiatów. Podczas akcji tylko w Lęborku zebrano ponad 10 000 kilogramów makulatury i rozdano ponad 1 700 roślin.

### SADZENIE DRZEWEK

Akcję sadzenia drzewek z udziałem naszych pracowników i ich rodzin rozpoczęliśmy w 2011 roku. Natomiast w roku 2013 po raz pierwszy zaprosiliśmy do współpracy harcerzy z lęborskiego hufca. Dzięki ich pomocy udało się posadzić prawie 3 000 sadzonek – ponad dwa razy więcej aniżeli w dwóch poprzednich latach. W latach 2011-2014 posadziliśmy łącznie 7 500 drzewek, a naszym celem jest posadzenie 20 000 drzewek do roku 2020.



### DZIEŃ BEZ ŚMIECENIA

Inicjatorem ogólnopolskiej akcji „Dzień bez śmiecenia” jest Organizacja Odzysku Rekopól, z którą od lat współpracujemy w zakresie recyklingu odpadów. Co roku przygotowuje ona kartkę elektroniczną, propagującą zachowania proekologiczne. Rokrocznie angażujemy się w tę akcję, wysyłając kartkę do pracowników oraz współpracujących z nami firm i instytucji. Dodatkowo, w 2011 roku w ramach „Dnia bez śmiecenia”, zorganizowaliśmy konkurs plastyczny pt. „Segregować każdy może”. W 2013 roku do kolejnego konkursu plastycznego pt. „Nie pozostawiaj po sobie śladu” zaprosiliśmy dzieci naszych pracowników oraz przedszkolaki z przedszkola w Krępie Kaszubskiej. Do konkursu zgłoszono 17 prac, a jury zdecydowało o nagrodzeniu wszystkich uczestników.





## Z pomocą potrzebującym

Od 20 lat jesteśmy członkami lokalnej społeczności i nie pozostajemy obojętni na jej potrzeby - potrzeby osób chorych i ubogich, a także potrzeby dzieci i młodzieży związane ze zdrowiem, sportem i edukacją.

### WSPIERAMY OSOBY CHORE I NIEPEŁNOSPRAWNE

Ze zrozumieniem i empatią odnosimy się do potrzeb osób chorych i niepełnosprawnych, szczególnie dzieci. Zgodnie z naszymi zasadami dofinansowujemy ich leczenie tylko za pośrednictwem fundacji, do których należą. W 2013 roku udzieliliśmy takiego wsparcia dwojgu dzieciom.

W 2004 dzięki naszej pomocy zostało otwarte Dziecięce Centrum Rehabilitacji „Jesteśmy Razem”. Sprawujemy stały patronat nad centrum i co roku dofinansowujemy pracę rehabilitanta. Z nieodpłatnej pomocy psychologa i fizjoterapeuty korzysta codziennie ponad 20 niepełnosprawnych dzieci.



### WSPIERAMY OSOBY UBOGIE

Przekazujemy ziemniaki oraz frytki i placki ziemniaczane lokalnym placówkom opiekuńczo-wychowawczym oraz ośrodkom pomocy społecznej. Ubogim rodzinom wielodzietnym pomagamy poprzez akcję Świąteczna Paczka.

### WSPIERAMY ORGANIZACJĘ IMPREZ SZKOLNYCH, KULTURALNYCH

Chętnie dzielimy się naszymi produktami i przekazujemy je szkołom, przedszkolom, parafiom, stowarzyszeniom, instytucjom samorządowym, aby wesprzeć ich w organizowaniu imprez dla swoich uczniów czy mieszkańców.

### ILOŚCI PRODUKTÓW PRZEKAZANYCH NA POMOC SPOŁECZNĄ I ORGANIZACJĘ IMPREZ:

2011 rok – 19 500 kg  
2012 rok – 47 000 kg  
2013 rok – 39 000 kg

### WSPIERAMY AKTYWNOŚĆ SPORTOWĄ

Zdajemy sobie sprawę, jak ważna jest aktywność fizyczna dla zdrowia dzieci i młodzieży, a także osób dorosłych, i jak duże są potrzeby finansowe w tym obszarze. W latach 2012-2013 sponsorowaliśmy lokalny klub strzelecki, Maraton Ekologiczny im. T. Hopfera, młodzieżowy klub karate, juniorską drużynę piłkarską oraz zajęcia jazdy konnej.

### PROMUJEMY PROFILAKTYKĘ ZDROWOTNĄ

Z naszej inicjatywy w 2013 roku został zaproszony do Lęborka Ambulans Ronalda McDonalda, który w ramach akcji „Nie nowotworom u dzieci” jeździ po całej Polsce, a podróżujący w nim lekarze wykonują badania USG dzieci w wieku od 9 m-cy do 6 lat. Ambulans przyjedzie do Lęborka w październiku 2014 roku, a nasza firma pokryje koszty badań.

Wspieramy honorowe krwiodawstwo – w 2013 roku włączyliśmy się w organizację akcji Klubu Motocyklowego „Cruiseriders” – „Motoserce 2013” w Kościerzynie. Akcja ta jest organizowana w wielu miastach w Polsce. W 2013 roku udało się zebrać łącznie 2 000 litrów krwi.

### ANGAŻUJEMY PRACOWNIKÓW W POMOC NASZYM SĄSIADOM

Zachęcamy naszych pracowników do działań charytatywnych na rzecz ubogich rodzin i chorych dzieci. Każdego roku organizujemy dwie akcje, w których mogą wziąć udział wszyscy pracownicy.

### Aukcja i loteria charytatywna na rzecz chorych dzieci – organizowana od 2007 roku

Pracownicy kupują losy, z których dochód jest przeznaczony na konkretną pomoc, a przy okazji wygrywają atrakcyjne nagrody ufundowane przez firmę. Dzięki środkom zebranych w 2011 roku spełniliśmy marzenia Nikodema i Michała - podopiecznych fundacji „Trzeba Marzyć”. W 2012 roku spełniliśmy kolejne dwa marzenia, Łukasza i Kacpra, a w 2013 wszystkie zebrane środki przekazaliśmy na leczenie Franka chorego na mukowiscydozę.

### Świąteczna paczka – organizowana od 2009 roku

Pracownicy mają możliwość udzielenia rzeczowego wsparcia potrzebującym rodzinom, w których matki samotnie wychowują dzieci. Sami pracownicy wskazują rodziny, które potrzebują pomocy. Kontaktujemy się z nimi, aby uzyskać informacje o ich konkretnych potrzebach. Następnie organizujemy zbiórkę niezbędnych rzeczy, które potem zawozimy bezpośrednio do rodzin. Wszystko organizujemy sami. W 2011 roku pomogliśmy w ten sposób jednej rodzinie, w 2012 trzem, a w 2013 roku dwóm kolejnym. W ciągu tych trzech lat w ramach świątecznej paczki przekazaliśmy kilkaset kilogramów jedzenia, środków czystości, przyborów szkolnych, ubrań i zabawek.

### Akcja 1 procent

Co roku prowadzimy w firmie kampanię informacyjną, dotyczącą 1%, który można przekazać na Organizację Pożytku Publicznego i zachęcamy pracowników, aby również w ten sposób pomagali osobom potrzebującym - przede wszystkim z naszej okolicy.

E.C. Lehmann-Bärenklau, Prezes i Dyrektor Naczelny FFP oraz Grażyna Nowak-Połomska, Dyrektor ds. Rozwoju Firmy i Biznesu McDonald's, są członkami polskiej Rady Fundacji Ronalda McDonalda, która będąc częścią Ronald McDonald House Charities, wspiera programy, bezpośrednio wpływające na poprawę zdrowia oraz dobro dzieci w naszym kraju. FFP co roku bierze udział w licytacji prac dzieci z warszawskiego szpitala przy Litewskiej, organizowanej podczas charytatywnego pikniku McMasters. Firma zadeklarowała pomoc w urządzeniu jednego z pokoi w Domu Ronald McDonalda, który powstanie przy Uniwersyteckim Szpitalu Dziecięcym w Krakowie Prokocimiu. Dom to hotel, w którym będą mogli przebywać rodzice dzieci, leczonych w szpitalu onkologicznym.



# WSKAŹNIKI GRI

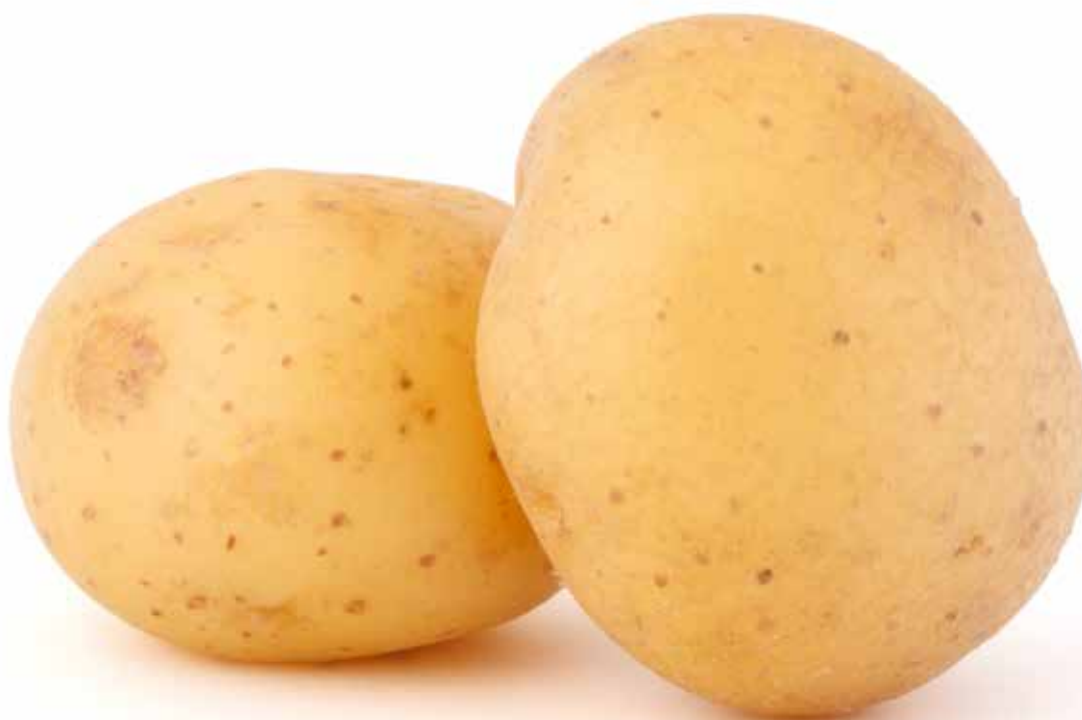
Nazwa wskaźnika	Strony przedstawienia w raporcie społecznym	Uwagi/rozdział
1.1 Oświadczenie kierownictwa najwyższego szczebla na temat znaczenia zrównoważonego rozwoju dla organizacji i jej strategii.	3	List prezesa
2.1 Nazwa organizacji	1	Informacja o raporcie
2.2 Główne marki, produkty i/lub usługi	5, 16	
2.3 Struktura organizacyjna organizacji (główne działy oraz podmioty powiązane)	7	
2.4 Lokalizacja siedziby głównej organizacji	1	Informacja o raporcie
2.5 Liczba krajów, w których działa organizacja oraz podanie nazw tych krajów, gdzie zlokalizowane są główne operacje organizacji)	5	Profil firmy
2.6 Forma własności i struktura prawne organizacji	5	Profil firmy
2.7 Docelowi odbiorcy i kluczowi interesariusze	8	
2.8 Skala działalności (z uwzględnieniem liczby pracowników, przychodów netto ze sprzedaży)	8, 12	
2.9 Znaczące zmiany w raportowanym okresie (struktura, forma własności)	Brak istotnych zmian	
2.10 Nagrody otrzymane w raportowanym okresie	6	

Nazwa wskaźnika	Strony przedstawienia w raporcie społecznym	Uwagi/rozdział
3.1 Okres raportowania	1	
3.2 Data publikacji ostatniego raportu	Niniejszy raport jest pierwszym w historii FFP	
3.3 Cykl raportowania	1	
3.4 Osoba kontaktowa	1	
3.5 Proces definiowania raportu (ustalenie istotności poszczególnych kwestii dla organizacji i jej interesariuszy, priorytetyzacja poszczególnych kwestii)	3	
3.6 Zasięg raportu	1	
3.7 Oświadczenie w sprawie jakichkolwiek ograniczeń, zakresie i zasięgu raportu	Nie dotyczy	
3.8 Informacja o joint venture, podmiotach zależnych, które w znaczący sposób mogą wpłynąć na porównywalność działań organizacji w poszczególnych okresach	Nie dotyczy	
3.10 Wyjaśnienia dotyczące efektów jakichkolwiek korekt informacji zawartych w poprzednich raportach	Nie dotyczy	
3.11 Znaczące zmiany w stosunku do poprzedniego raportu	Nie dotyczy	

Nazwa wskaźnika	Strony przedstawienia w raporcie społecznym	Uwagi/rozdział
4.1 Struktura nadzorcza organizacji	8	Władze spółki
4.2 Wskazanie, czy przewodniczący najwyższego organu nadzorczego jest również dyrektorem zarządzającym (a jeśli tak, to jakie funkcje pełni w ramach zarządu)	8	Władze spółki
4.3 Liczba członków najwyższego organu z wyróżnieniem niezależnych i/lub niewykonawczych członków	8	Władze spółki
4.4 Mechanizmy umożliwiające akcjonariuszom i pracownikom zgłaszanie rekomendacji i wskazań dla najwyższego organu nadzorczego	8	Władze spółki
4.14 Lista grup interesariuszy zaangażowanych przez organizację	8	Nasi interesariusze
4.15 Podstawy identyfikacji i selekcji angażowanych grup interesariuszy	8	Nasi interesariusze
<b>FINANSOWY</b>		
EC1 Bezpośrednia wartość ekonomiczna wytworzona i podzielona z uwzględnieniem przychodów, kosztów itd.	8	Dane finansowe
<b>ODPOWIEDZIALNOŚĆ ZA PRODUKT</b>		
PR5 – Praktyki związane z zapewnieniem satysfakcji klienta, w tym wyniki badań pomiaru satysfakcji klienta.	16-21	

Nazwa wskaźnika	Strony przedstawienia w raporcie społecznym	Uwagi/rozdział
<b>PRAKTYKI DOTYCZĄCE ZATRUDNIENIA I GODNEJ PRACY</b>		
LA1 - Łączna liczba pracowników według typu zatrudnienia, rodzaju umowy o pracę i regionu	12, 28 - 29	
LA 13 - Skład ciał nadzorczych i kadry kierowniczej w podziale na kategorie według płci, wieku, przynależności do mniejszości oraz innych wskaźników różnorodności	8	Władze spółki
<b>ŚRODOWISKOWY</b>		
EN 1 - Wykorzystane surowce (ziemniaki)	18	
EN 3 - Bezpośrednie zużycie energii (spalanie gazu)	24	
EN 4 - Pośrednie zużycie energii (energia elektryczna)	24	
EN 6 - Inicjatywy oparte na energii odnawialnej	23	
EN 7 - Inicjatywy podjęte w celu zmniejszenia pośredniego zużycia energii	24	
EN 8 - Łączny pobór wody	23	
EN 16 - Łączne bezpośrednie i pośrednie emisje gazów cieplarnianych.	25	
<b>SPOŁECZEŃSTWO</b>		
SO 4 – Działania podjęte w odpowiedzi na przypadki korupcji.	Nie zidentyfikowaliśmy przykładów korupcji.	
SO 6 – Całkowita wartość darowizn finansowych i rzeczowych na rzecz partii politycznych, polityków i instytucji o podobnym charakterze, według kraju.	Brak tego typu darowizn – wartość wynosi 0.	
SO 9 – Działania wywierające potencjalnie bądź realnie negatywny wpływ na lokalne społeczności.	Nie zidentyfikowano takich działań.	





ZAPRASZAMY NA

[www.ffp.pl](http://www.ffp.pl)