

RAPORT ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU FARM FRITES POLAND 2014—2016



SPIS TREŚCI

04	Informacja o raporcie
06	Strategiczne przesłanie
09	O nas
10	Ważne wydarzenia w historii firmy
11	Nagrody i wyróżnienia
12	Struktura organizacyjna
14	Dane finansowe
14	Kluczowi klienci
17	Członkostwo w stowarzyszeniach
19	Nasza strategia
20	Zintegrowany system zarządzania
21	Zarządzanie ryzykiem
21	Bezpieczeństwo informacji
22	Etyka i wartości
23	Nasi interesariusze i formy komunikacji z nimi
27	Siła jakości
28	Doskonalenie jakości
30	Satysfakcja klientów
30	Statystyczna kontrola procesu
31	Bezpieczeństwo Żywności
33	Procesy i uczciwe praktyki
34	Łańcuch dostaw
34	Relacje z dostawcami oraz partnerami biznesowymi

37	Zrównoważone Rolnictwo
40	Sukces w partnerstwie
41	Budzimy świadomość
43	Praktyki z zakresu pracy
44	Miejsce pracy
46	Rozwój i szkolenia
48	Więcej niż praca
52	Promowanie trendów
53	Satysfakcja pracowników
54	Bezpieczeństwo i higiena pracy
57	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej
58	Wpływ na pozytywne zmiany w otoczeniu
60	Współpraca z organizacjami pozarządowymi
62	Działania charytatywne
63	Wolontariat pracowniczy
65	Środowisko
66	W trosce o środowisko
67	Zużycie energii
68	Produkcja własnej energii elektrycznej
69	Emisje do atmosfery
70	Zużycie wody
71	Gospodarka ściekami
72	Gospodarka odpadami
73	Metodyka i wskaźniki
77	Wskaźniki GRI G4
82	Podziękowania

INFORMACJA O RAPORCIE¹

Poniższa publikacja to drugi raport firmy Farm Frites Poland SA w zakresie zrównoważonego rozwoju. Pierwszy raport opublikowany w roku 2015 obejmował przede wszystkim lata 2012–2013, ale także prezentował efekty naszych działań FFP, wpisujących się w ideę zrównoważonego rozwoju podejmowane w latach wcześniejszych. W pierwszym raporcie zadeklarowaliśmy, że zamierzamy cyklicznie, co dwa lata, raportować nasze aktywności w zakresie zrównoważonego rozwoju. Jednakże, po przeanalizowaniu wielu aspektów, doszliśmy do wniosku, że raportowanie w cyklu trzyletnim bardziej odpowiada specyfice naszej branży, która zajmuje się przetwarzaniem naturalnego surowca, jakim są ziemniaki. **Niniejszy raport został sporządzony zgodnie z wytycznymi Global Reporting Initiative (GRI) wersja G4 w podstawowej opcji (core).** Przy określeniu aspektów raportowania korzystaliśmy z wytycznych i zasad GRI.

Raport zrównoważonego rozwoju 2014–2016 dotyczy zakładu produkcyjnego Farm Frites Poland SA z siedzibą w Lęborku przy ulicy Abrahama 13. Farma Farm Frites Poland Dwa sp. z o.o. z siedzibą w Bobrownikach 19 w gminie Damnica jest spółką powiązaną z FFP SA, a także najważniejszym i największym dostawcą ziemniaków do fabryki. Z tego względu w raporcie znajduje się wiele informacji na temat dobrych praktyk agronomicznych stosowanych na polach tego gospodarstwa.

Raport został opracowany bez żadnych ograniczeń w zasięgu i zakresie, z uwzględnieniem tajemnicy handlowej przedsiębiorstwa i poufności umów z pracownikami. Raport nie został poddany niezależnemu audytowi. Jednakże prezentowane w raporcie dane stanowią element raportowania wyników społecznych i środowiskowych Farm Frites Poland, których rzetelność podlega kontroli, gdyż znacząca część zaprezentowanych w raporcie wyników, obrazujących działalność Farm Frites Poland, podlega cyklicznym audytom zewnętrznym (ISO 14001, OHSAS 18001, FSSC 22000). Zasadnicze obszary działalności są objęte regularnymi audytami wewnętrznymi. Dodatkowo, w procesie przygotowania i zbierania danych uczestniczyli eksperci zewnętrzni.

¹ G4-3, G4-5, G4-13, G4-22, G4-23, G4-28, G4-29, G4-30, G4-31, G4-32, G4-33



W raportowanym okresie nie uległa zmianie lokalizacja firmy, a tym samym główne operacje firmy są nadal realizowane w Lęborku przy ulicy Abrahama 13. Ponadto, w okresie objętym niniejszym raportem, struktura kapitału zakładowego, łańcuch dostaw, relacje z dostawcami oraz model biznesowy pozostał niezmieniony. Wszelkie pytania, wątpliwości lub sugestie dotyczące raportu oraz inne zagadnienia odnoszące się do zrównoważonego rozwoju Farm Frites Poland prosimy kierować do Katarzyny Majchrzak – Starszego Specjalisty ds. Komunikacji i Zaangażowania Społecznego (katarzyna.majchrzak@ffp.pl) lub Wojciecha Kiedrowicza – Szefa ds. Ochrony Środowiska i Zrównoważonego Rozwoju (wojciech.kiedrowicz@ffp.pl).

STRATEGICZNE PRZESŁANIE

Szanowni Państwo,

kiedy w 2014 roku pracowaliśmy nad pierwszym raportem odpowiedzialności społecznej, obejmującym lata 2012–2013, byliśmy firmą istniejącą od 20 lat na polskim rynku.

Jubileuszowy rok był wyjątkowym czasem, kiedy to miało miejsce wiele wydarzeń adresowanych do naszych pracowników, partnerów biznesowych oraz członków lokalnej społeczności. Dały nam one okazję do podsumowania dwóch dekad ciężkiej i rozwojowej pracy, a także podziękowania tym wszystkim, bez których nasz sukces nie byłby możliwy.

Jako Prezes i Dyrektor Naczelny jestem związany z Farm Frites Poland od samego początku. Znam imiona pracowników, szczególnie tych, którzy w 1994 roku zaczęli pracę. We wrześniu 2014 roku, podczas uroczystej jubileuszowej gali w Filharmonii Bałtyckiej, mogłem podziękować aż 34 osobom, czyli ponad 15 procentom całej załogi, obchodzącym 20-lecie pracy w FFP. Z każdym rokiem rośnie liczba osób pracujących w naszej firmie dłużej niż 20 lat. Z jednej strony bardzo mnie to cieszy, ponieważ potwierdza dobre warunki pracy, ale z drugiej strony stanowi wyzwanie związane z odchodzeniem najstarszych i najbardziej doświadczonych pracowników na emeryturę, z którym będziemy musieli niebawem się zmierzyć.

W każdym roku naszej działalności pamiętamy, że naszą firmę tworzą ludzie. Doceniamy zdanie i wkład każdego pracownika w to, aby jako jedna drużyna stawić czoło obecnym i przyszłym wyzwaniom. To zainspirowało mnie, aby w 2015 roku dokonać niewielkiej modyfikacji misji naszej firmy, w której pojawiło się słowo „Razem”, nadające jej następujące brzmienie: „To, co robimy, robimy dobrze. To, co robimy dobrze, zapewne możemy robić lepiej – Razem”.



Od wydania pierwszego raportu nic się nie zmieniło w kwestii priorytetów działania firmy – nadal jest nią najwyższa jakość realizowana podczas produkcji żywności, w relacjach biznesowych, relacjach z pracownikami oraz lokalną społecznością, a także w działaniach na rzecz ochrony środowiska. Czyli wszystko to, co gwarantuje zrównoważony rozwój i buduje kulturę organizacyjną firmy, z której możemy być i jesteśmy dumni.

Nie możemy zapominać o wyzwaniach, którym w kolejnych latach będziemy musieli stawić czoła. Poza wspomnianym już starzeniem się załogi, musimy również brać pod uwagę te o skali ogólnokrajowej, a nawet ogólnoświatowej, takie jak zmniejszające się zasoby wody pitnej, emisja gazów, czy bioterroryzm. Dlatego na bieżąco identyfikujemy potencjalne ryzyka i szukamy sposobów radzenia sobie z nimi.

Niniejszy raport pokazuje ciągłość naszych działań na rzecz zrównoważonego rozwoju, otwartość na nowe rozwiązania oraz dążenie do ciągłego doskonalenia, zarówno procesów produkcyjnych, jak i relacji międzyludzkich. Czasami sam nie mogę uwierzyć w to, że tak wiele się dzieje każdego roku i cieszę się, że już po raz drugi powstaje dokument, będący podsumowaniem naszych dokonań.

Zapraszam do lektury

E.C. Lehmann-Bärenklau
Dyrektor Naczelny i Prezes Zarządu



O NAS

 **FARM FRITES POLAND**
potato processing industry



WAŻNE WYDARZENIA W HISTORII FIRMY²

- 1993 ○ Zostaje założona Farm Frites Poland SA – wspólne przedsięwzięcie dwóch holenderskich producentów wyrobów ziemniaczanych: Farm Frites i Aviko.
- 1994 ○ Następuje otwarcie fabryki i uruchomienie linii produkcji frytek.
- 1995 ○ Naszym klientem zostaje firma McDonald's i jest nim do dzisiaj.
- 1998 ○ Otrzymujemy certyfikat zgodności systemu jakości z normą ISO 9001 oraz HACCP.
- 2001 ○ Otrzymujemy certyfikat zgodności systemu zarządzania środowiskiem z normą ISO 14001.
- 2004 ○ Uruchomiona zostaje linia placków ziemniaczanych.
- 2006 ○ Następuje wyłączenie działów sprzedaży i marketingu Farm Frites i Aviko ze struktur FFP.
- 2011 ○ Startuje linia platków ziemniaczanych.
- 2014 ○ Świątujemy jubileusz 20-lecia. Otrzymujemy certyfikat Systemu Zarządzania BHP według normy polskiej PN-N-18001:2004 oraz normy międzynarodowej OHSAS 18001:2007.
- 2015 ○ Publikujemy pierwszy Raport Odpowiedzialności Społecznej za lata 2012-2013.
- 2016 ○ Opracowujemy unikalne na rynku receptury placków bezglutenowych oraz rozpoczynamy ich produkcję. Otwieramy nową halę pakowni.



NAGRODY I WYRÓŻNIENIA

Cieszymy się, że nasza praca nad najwyższą jakością produktów, a także zaangażowanie w działania na rzecz środowiska, pracowników oraz okolicznych mieszkańców są doceniane, czego dowodem są liczne nagrody otrzymane w latach 2014-2016.

- 2015 ○ „Certyfikat Ziemi Lęborskiej” – nagroda specjalna przyznana w uznaniu 20 lat działalności FFP w Lęborku.
- 2015 ○ „Nagroda Jakości” – przyznana w podziękowaniu za wysoką jakość produktów dostarczanych do firmy McDonald's.
- 2015 ○ Liderzy Filantropii – trzecie miejsce w kategorii „Firma, która w minionym roku przekazała na cele społeczne największy odsetek swoich dochodów przed opodatkowaniem”.
- 2016 ○ „Zdrowy pracownik, zdrowa firma” – pierwsze miejsce w kategorii średnie przedsiębiorstwo w konkursie Pracodawców RP; przyznana „za promowanie aktywności fizycznej pracowników, zdrowego odżywiania i „work-life balance” oraz podjęcie wyjątkowego wysiłku w zakresie polityki zdrowotnej”.
- 2016 ○ Dobroczynca Roku 2016 Powiatu Lęborskiego – nagroda przyznana przez Regionalne Centrum Młodzieży w Lęborku w „uznaniu zaangażowania firmy w działalność społeczną, propagowanie idei wolontariatu oraz inspirowanie innych do aktywności”.



STRUKTURA ORGANIZACYJNA³

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

Ernst Christoph Lehmann-Bärenklau

– Dyrektor Naczelny i Prezes Zarządu

Rafał Reszka

– Dyrektor Finansowy, Wiceprezes Zarządu

Adam Klasa

– Dyrektor Operacyjny, Członek Zarządu

Grażyna Nowak-Połomska

– Dyrektor Działu Rozwoju firmy i Biznesu McDonald's

Dorota Markiewicz-Kubik

– Dyrektor ds. HR/Komunikacji i Zaangażowania Społecznego

Dariusz Wierzbicki

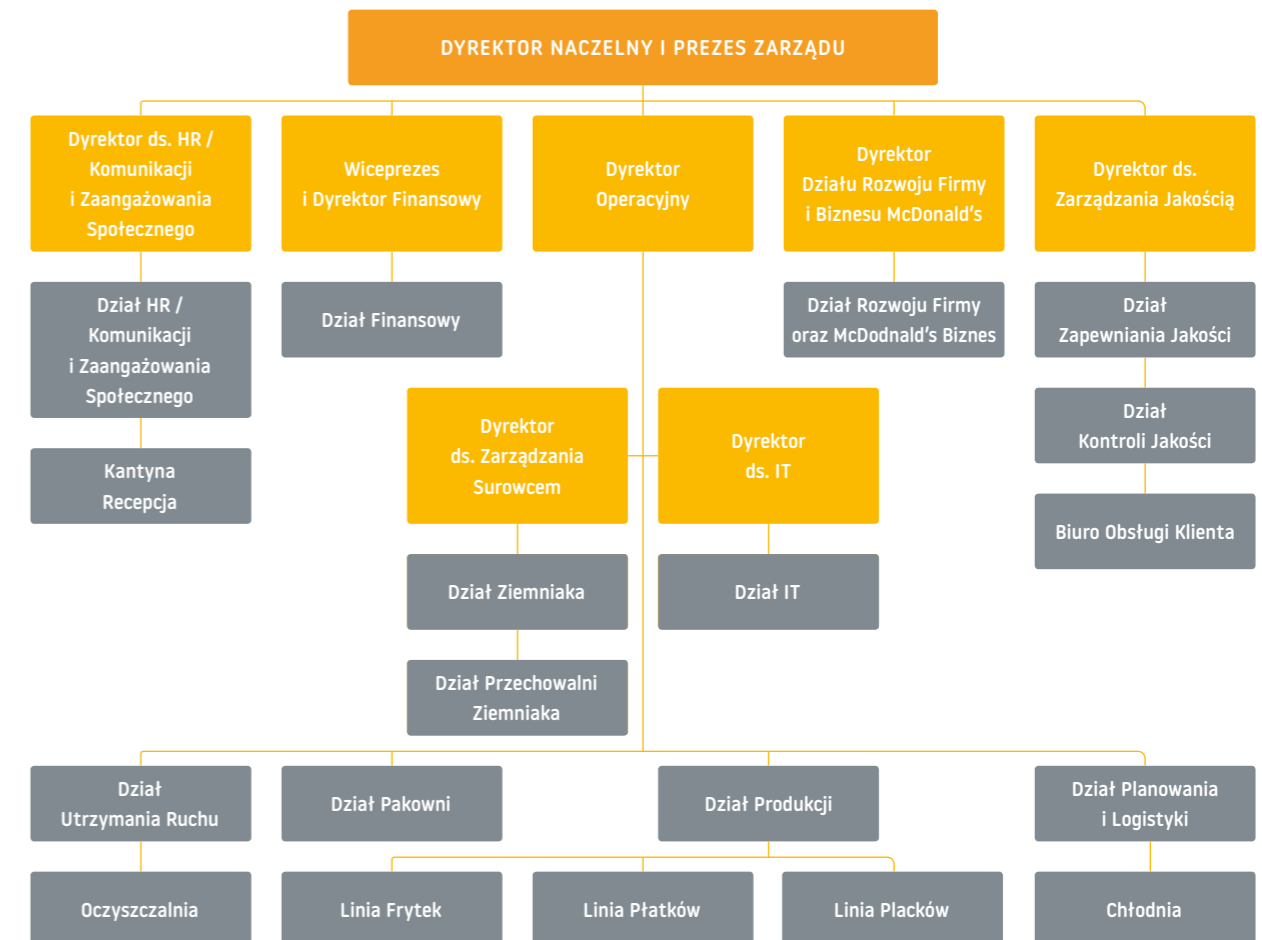
– Dyrektor ds. IT

Jarosław Wańkowicz

– Dyrektor ds. Zarządzania Surowcem

³ G4-34, G4-LA12

STRUKTURA ORGANIZACYJNA FARM FRITES POLAND SA (STAN NA 31.12.2016)



DANE FINANSOWE⁴

ROK (DANE W TYS. ZŁ)	2014	2015	2016
Przychody	283 033	272 839	302 528
Koszty operacyjne	226 338	213 941	231 238
Wynagrodzenia i świadczenia pracownicze	19 437	20 979	24 102
Płatności na inwestorów	19 642	19 857	29 177
Płatności na rzecz instytucji państwowych	3 518	3 748	3 712
Inwestycje społeczne	414	262	282
Razem koszty	269 349	258 787	288 511
Wartość ekonomiczna zatrzymana	13 684	14 052	14 017

KLUCZOWI KLIENCI⁵

Farm Frites BV jest jednym z dwóch założycieli i udziałowców naszej firmy. Firma została założona w 1971 roku w Oudendoorn w Holandii przez Gerrita de Bruijne. Obecnie na czele niezależnej rodzinnej firmy stoi syn założyciela, Piet de Bruijne. Farm Frites posiada obecnie 43 biura handlowe i 7 fabryk, w których zatrudnia około 1 500 pracowników. Jej fabryki przetwarzają rocznie około 1 500 000 ton ziemniaków, a wytworzone produkty ziemniaczane trafiają do ponad 100 krajów na całym świecie.

Aviko BV (Grupa Aviko) jest drugim założycielem i udziałowcem naszej firmy. Firma została założona w 1962 roku przez grupę 32 holenderskich rolników. Obecnie posiada 12 fabryk w Europie i Chinach oraz ponad 20 przedstawicielstw handlowych. Produkty pod marką Aviko docierają do ponad 100 krajów na wszystkich kontynentach.

McDonald's – jest naszym najważniejszym klientem, a także największą i najsłynniejszą siecią restauracji szybkiej obsługi na świecie. Nasza firma pozostaje dostawcą McDonald's nieprzerwanie od 1995 roku. Najwyższa jakość naszych frytek sprawia, że obecnie są one dostarczane do ponad 1000 restauracji McDonald's w 12 następujących krajach: Polsce, Czechach, Słowacji, Ukrainie, Łotwie, Litwie, Estonii, Rosji, Białorusi, Serbii, Kazachstanie oraz Bułgarii.

⁴ G4-9

⁵ G4-6, G4-7, G4-8



Nasza wieloletnia współpraca z McDonald's sięga daleko poza zwykłe relacje handlowe i oparta jest na wspólnych wartościach, takich jak otwartość, lojalność, zasady fair play, ale również szeroko pojęta odpowiedzialność.

Korporacja McDonald's prezentuje jasną strategię w dziedzinie zrównoważonego rozwoju w całym łańcuchu od pola do klienta. 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 House Charities”, 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. 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, nowocześniejszą i bardziej odpowiedzialną firmą.

GRAŻYNA NOWAK-POŁOMSKA

Dyrektor ds. Rozwoju Firmy i Biznesu McDonald's



CZŁONKOSTWO W STOWARZYSZENIACH⁶

Dzięki członkostwu w polskich i międzynarodowych organizacjach jesteśmy na bieżąco informowani o zmianach przepisów, czy najnowszych trendach w przemyśle spożywczym. Mamy także możliwość szerzenia ważnych dla nas idei, np. związanych z rolnictwem zrównoważonym.

Polskie Stowarzyszenie Rolnictwa Zrównoważonego ASAP – nasza firma jest jednym z założycieli pierwszego w Polsce stowarzyszenia zrzeszającego firmy reprezentujące różne branże łańcucha produkcji żywności, którego celem jest propagowanie idei rolnictwa zrównoważonego.

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.

Stowarzyszenie Polski Ziemniak – ogólnopolska organizacja prowadząca działania na rzecz integracji i rozwoju branży ziemniaczanej oraz wzmocnienia pozycji ziemniaka w krajowej gospodarce.

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

⁶ G4-15, G4-16



NASZA STRATEGIA

ZINTEGROWANY SYSTEM ZARZĄDZANIA⁷

W Farm Frites Poland od wielu lat propagujemy zintegrowane podejście do zarządzania firmą. Uważamy, że w takim samym stopniu jak rozwój ekonomiczny firmy, ważne jest dbanie o każdy inny aspekt działania organizacji. Takie podejście zapewnia zrównoważony rozwój i buduje kulturę organizacyjną firmy. W realizacji naszej strategii uwzględniamy więc oczekiwania wszystkich interesariuszy firmy, czyli właścicieli, klientów, pracowników i rolników, ale również dostawców, społeczność lokalną czy stowarzyszenia branżowe.

RAFAŁ RESZKA

Wiceprezes i Dyrektor Finansowy

Aby tworzyć indywidualną wartość, należy rozumieć kontekst działania firmy. W tym celu usprawniamy funkcjonowanie naszych procesów, zarówno strategicznych, wytwórczych, jak i wspomagających. Zarządzanie procesowe stało się więc dla nas w ostatnim czasie kluczem do usprawniania firmy.

Nasze cele strategiczne są skierowane przede wszystkim na utrzymanie dobrych i bliskich relacji z klientami oraz zwiększanie efektywności firmy.

W obszarze strategii zrównoważonego rozwoju skupiamy się szczególnie na doskonaleniu procesów, jakości, zrównoważonym rolnictwie, dobrych praktykach z zakresu pracy, zaangażowaniu społecznym i rozwoju społeczności lokalnej oraz dbaniu o środowisko.



ZINTEGROWANY SYSTEM ZARZĄDZANIA FIRMĄ

NASZA MISJA

To, co robimy, robimy dobrze. To, co robimy dobrze, zapewne możemy robić lepiej – RAZEM

NASZA WIZJA

Jesteśmy wiodącym producentem wyrobów ziemniaczanych

Realizujemy oczekiwania naszych klientów

Dbamy o środowisko naturalne

Szanujemy naszych pracowników, współpracowników oraz klientów

NASZA STRATEGIA

Realizujemy zasadę zrównoważonego rozwoju, działając zgodnie z ustalonymi wewnętrznymi politykami

NASZE POLITYKI

Zarządzania ryzykiem

Zarządzania ludźmi

Bezpieczeństwa i higieny pracy

Jakości i bezpieczeństwo żywności

Środowiskowa

Zaangażowania społecznego

Zarządzania bezpieczeństwem informacji

ZARZĄDZANIE RYZYKIEM⁸

W naszej branży ryzykiem zarządzamy od zawsze, lecz w 2014 roku podjęliśmy decyzję, aby zarządzać ryzykiem w sposób kompleksowy. Zarządzanie ryzykiem oparliśmy na wymaganiach normy PN-ISO 31000. W ramach wdrożonego systemu zidentyfikowaliśmy ryzyka, przeprowadziliśmy analizę ryzyka, określiliśmy odpowiedzialność i sposób monitorowania. Stworzyliśmy Rejestr Ryzyka, który jest aktualizowany przez wewnętrzny Zespół Zarządzania Ryzykiem. Nasze ryzyka oceniliśmy ze względu na konsekwencje: ludzkie, finansowe, środowiskowe, wizerunkowe oraz wpływające na operacyjną i strategiczną działalność firmy.

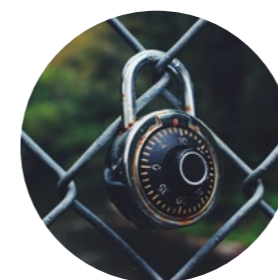
BEZPIECZEŃSTWO INFORMACJI

System zarządzania bezpieczeństwem informacji w naszej firmie jest oparty na wytycznych normy ISO 27001 od 2015 roku. Wiedza oraz informacje wewnętrzne naszej firmy uznaliśmy za najwartościowsze aktywo i z tego powodu, zapewnienie kontroli nad poziomem bezpieczeństwa informacji stało się jednym z priorytetów.

Do tej pory, w ramach wdrożenia systemu, stworzyliśmy dwie kategorie dokumentów: poufne i wewnętrzne, przygotowaliśmy politykę ochrony danych osobowych oraz przeprowadziliśmy liczne szkolenia wewnętrzne dla naszych pracowników.

SYSTEM ZARZĄDZANIA BEZPIECZEŃSTWEM INFORMACJI ISO/IEC 27001

POLITYKA BEZPIECZEŃSTWA INFORMACJI



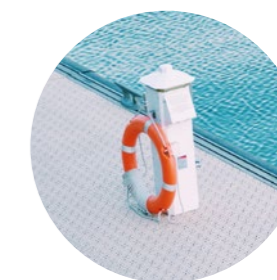
BEZPIECZEŃSTWO FIZYCZNE



BEZPIECZEŃSTWO TELEINFORMATYCZNE



BEZPIECZEŃSTWO PRAWNO-ORGANIZACYJNE



BEZPIECZEŃSTWO PERSONALNE

ETYKA I WARTOŚCI⁹

Na początku 2016 roku rozpoczęliśmy prace nad kodeksem postępowania etycznego, który miał określać zasady postępowania pracowników naszej firmy, zarówno w relacjach wewnętrznych, jak i zewnętrznych. Zaczęliśmy od konsultacji z pracownikami – przedstawicielami każdego działu, podczas których rozmawialiśmy o obszarach, które powinien obejmować kodeks, a także o zachowaniach, które są oraz nie są akceptowalne, zarówno przez pracowników, jak i dyrekcję naszej firmy. Efektem tych konsultacji było także zdefiniowanie wartości, które zdaniem pracowników najlepiej obrazują naszą firmę.

NASZE WARTOŚCI:



OTWARTOŚĆ



SZACUNEK



ODPOWIEDZIALNOŚĆ



PROFESJONALIZM



WSPÓŁPRACA

Na tych wartościach od lat budujemy nasze relacje z pracownikami, partnerami biznesowymi oraz otoczeniem społecznym, ale dopiero przy okazji prac nad kodeksem nadarzyła się okazja, aby je nazwać i jednoznacznie zdefiniować.

Kodeks wszedł w życie w styczniu 2017 roku. Wtedy też odbyły się wybory do komisji ds. etyki, która czuwa nad przestrzeganiem jego zasad, oraz do której można zgłaszać naruszenia.



Nasz cel:

Do połowy 2018 roku przeprowadzić szkolenia z zakresu etyki dla wszystkich pracowników.

NASI INTERESARIUSZE I FORMY KOMUNIKACJI Z NIMI¹⁰

Interesariusze są dla nas kluczowi w prowadzeniu działalności ze względu na ich bardzo istotny wpływ na funkcjonowanie FFP oraz pozostawanie pod wpływem naszych działań. Zależy nam na budowaniu partnerskich relacji opartych na zaufaniu, wypracowywaniu wspólnych wartości oraz długofalowej współpracy.

Spośród wszystkich zdefiniowanych interesariuszy, najwyższe kierownictwo firmy zidentyfikowało sześciu kluczowych, posługując się dwoma kryteriami: zainteresowaniem działaniami firmy oraz potencjalną możliwością oddziaływania na firmę i nadając im poziom istotności w skali 1-5, gdzie 1 oznaczało „żadne lub znikome”, a 5 – „bardzo duże”. Mianem kluczowych interesariuszy uznano tych, dla których suma punktów w tych dwóch kategoriach wyniosła powyżej 7.



Z poszczególnymi grupami interesariuszy prowadzimy regularny i transparentny dialog.

KLUCZOWY INTERESARIUSZ	FORMA DIALOGU
Właściciele	<ul style="list-style-type: none"> • bezpośrednie spotkania • raporty bieżące, okresowe • raport roczny
Klienci	<ul style="list-style-type: none"> • Biuro Obsługi Klienta oraz dział McDonald's Business Unit • bezpośrednie spotkania • stały kontakt mailowy i telefoniczny • badania satysfakcji klientów • raporty, sprawozdania • testy produktów • wsparcie wydarzeń/inicjatyw organizowanych przez klienta • newsletter • katalogi • raport zrównoważonego rozwoju
Pracownicy	<ul style="list-style-type: none"> • badania satysfakcji pracowników • spotkania wewnętrzne • Intranet • Media społecznościowe: Facebook • newsletter „Ważne informacje na koniec tygodnia” drukowany i elektroniczny • biuletyn firmowy „Co słyszeć?” drukowany i elektroniczny • badania opinii pracowników • wolontariat pracowniczy • raport zrównoważonego rozwoju
Rolnicy	<ul style="list-style-type: none"> • regularne spotkania i kontakt z pracownikami Działu Zarządzania Surowcem – agronomami • spotkania branżowe, targi • szkolenia i warsztaty • pomoc w certyfikacji • badania opinii
Społeczność lokalna	<ul style="list-style-type: none"> • publikacje w mediach lokalnych • media społecznościowe: Facebook • dni otwarte • wolontariat pracowniczy • partnerstwo w lokalnych wydarzeniach • spotkania z przedstawicielami lokalnych władz i organizacji pozarządowych
Partnerzy biznesowi	<ul style="list-style-type: none"> • komunikacja bezpośrednia • spotkania branżowe, targi • audyty • ankiety • katalogi

PRZYKŁADOWE NARZĘDZIA KOMUNIKACJI Z INTERESARIUSZAMI

Profil na Facebooku powstał w 2014 i w ciągu trzech lat istnienia zyskał ponad 1000 polubień. Jego celem jest przede wszystkim promocja działań, które organizujemy dla pracowników i lokalnej społeczności. Dla odbiorców jest to także możliwość skontaktowania się z nami i przedstawienia swojej opinii na temat firmy.

Strona internetowa – w 2016 roku miały miejsce prace nad jej modyfikacją – powstała nowa szata graficzna oraz osobna zakładka poświęcona odpowiedzialnym działaniom naszej firmy na rzecz jakości produktów, środowiska, pracowników oraz społeczności lokalnej.

„Co słyszeć?” oraz „Ważne informacje na koniec tygodnia” – to dwie publikacje dla naszych pracowników, które ukazują się w formie drukowanej i elektronicznej. Pierwsza z nich to kilkustronicowe podsumowanie całorocznych działań firmy, natomiast druga pojawia się w każdy piątek i w krótkiej formie informuje pracowników o tym, co ważnego wydarzyło się i w najbliższym czasie wydarzy się w firmie oraz o aktywnościach, które organizujemy lub którym partnerujemy poza godzinami pracy.

Cały czas pracujemy nad usprawnianiem i uatrakcyjnieniem komunikacji z pracownikami, czego efektem są plany uruchomienia w 2017 roku firmowej telewizji.

Dzień otwarty – W czerwcu 2014 roku naszą firmę odwiedziło ponad 500 osób. Była to doskonała okazja, aby przyjrzeć się z bliska procesowi produkcji frytek i placków ziemniaczanych, a także podzielić się z nami opinią na temat naszej firmy.



SIŁA JAKOŚCI

DOSKONALENIE JAKOŚCI¹¹

Misją naszej firmy jest powiedzenie – To, co robimy, robimy dobrze. To, co robimy dobrze, zapewne możemy robić lepiej – Razem. Bezbłędnie wpisuje się ono w pojęcie doskonalenia, ponieważ nasze wczorajsze osiągnięcia stają się dzisiejszym minimum, a nasza wczorajsza doskonałość staje się dzisiejszą codziennością. To właśnie daje nam siłę i przewagę konkurencyjną oraz napędza nas do rozwoju we wszystkich aspektach działalności firmy.

MAŁGORZATA KONIUSZY
Szef ds. Zapewnienia Jakości



Jakość traktujemy jako narzędzie doskonalenia wszystkich obszarów naszej aktywności i podejście systemowe nam na to pozwala. Coraz większą uwagę przykładamy do tematów związanych z zarządzaniem ryzykiem oraz wprowadzamy system zarządzania bezpieczeństwem informacji wg ISO 27001. Dzięki tym działaniom budujemy coraz silniejszą firmę i cieszymy się dużym zaufaniem ze strony klientów oraz pozostałych interesariuszy.

Od lat współpracujemy z zaufanymi dostawcami, których regularnie wizytujemy i jednocześnie zapraszamy do naszej firmy, aby podzielić się dobrymi praktykami. W ostatnim czasie dużą uwagę poświęcamy tematowi związanemu z zafałszowaniami żywności (Food Fraud), gdzie szukamy możliwych rozwiązań na skuteczną weryfikację dostawców i dodatków używanych w naszej produkcji.

Każdego roku jesteśmy poddawani kilkunastu audytom zewnętrznym. Wszystkie audyty przeprowadzone w 2016 roku zakończyły się wynikiem pozytywnym.

ZAKRES AUDYTU 2016 ROK	NAZWA WYMAGANIA	FIRMA AUDYTUJĄCA
Zarządzanie środowiskowe	ISO 14001:2004	Lloyd's Register QA
BHP	OHSAS 18001:2007	TÜV Nord
Zrównoważony rozwój	SWA McDonald's	Intertek
Zrównoważony łańcuch dostaw	RSPO Supply chain	TÜV Nord
Jakość i bezpieczeństwo produktu	GMP Standard	AIB
	SQMS	AIB
	Tesco Standard	SAI Global
	IKEA IWAY	IKEA
	Kosher	Związek Gmin Wyznaniowych
	Halal	Halal Correct
FSSC 22000	TÜV Nord	



Walory sensoryczne naszych produktów są dla nas bardzo ważne, dlatego zapraszamy naszych pracowników do podróży po krainie zmysłów, rozpoczętej z profesorem Niną Baryłko-Piekielną. Dużą uwagę przykładamy do szkoleń wewnętrznych w tym obszarze. W latach 2014–2016 przeszkolono około 50 osób ze wszystkich działów mających związek z produkcją. Takie szkolenia sensoryczne obejmują zarówno część teoretyczną, czyli podstawową terminologię i zagadnienia z tym związane, jak również ćwiczenia praktyczne weryfikujące indywidualną wrażliwość sensoryczną poszczególnych uczestników. Kabinę sensoryczną są wykorzystywane do oceny sensorycznej nowych dodatków produkcyjnych oraz produktów z przeprowadzanych testów produkcyjnych. Nieustannie rozwijamy nasze umiejętności sensoryczne. Szkolimy wszystkich pracowników, którzy mają jakikolwiek kontakt z oceną surowca, półproduktu czy wyrobu gotowego. Nasz zespół panelowy to grupa osób z wieloletnim doświadczeniem.

JOANNA DAWIDOWSKA
Szef ds. Kontroli Jakości

SATYSFAKCJA KLIENTÓW¹²

Raz na dwa lata prosimy naszych klientów o opinię związaną z naszą działalnością. Poniżej przedstawiamy badanie satysfakcji klienta FFI i Aviko w czterech obszarach: jakość, komunikacja, produkt i NPD oraz zamówienia i SLA.

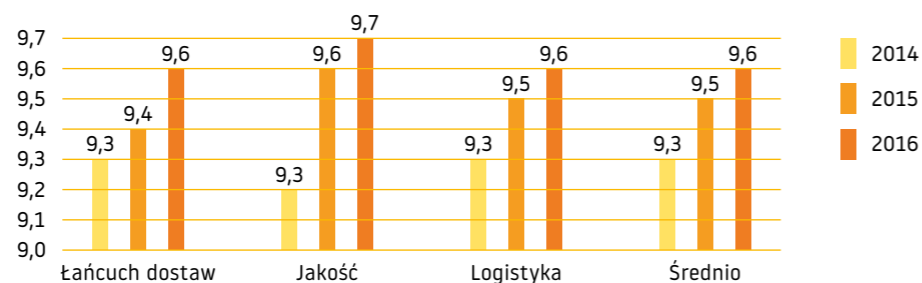
KRYTERIA DO OCENY	AVIKO (%)	FARM FRITES (%)
JAKOŚĆ	94	83
KOMUNIKACJA	80	79
PRODUKT I NPD*	87	75
ZAMÓWIENIA I SLA**	83	72

* NPD – rozwój nowych produktów

** SLA – dokument określający warunki realizacji zamówień pomiędzy FFP, Aviko a Farm Frites

Co roku przeprowadzamy badanie satysfakcji klienta McDonald's w trzech obszarach: łańcuch dostaw, jakość, logistyka, w skali 0–10. W badaniu biorą udział przedstawiciele wszystkich rynków obsługiwanych przez naszą fabrykę oraz pracownicy centrów dystrybucyjnych.

SATYSFAKCJA KLIENTA MCDONALD'S



STATYSTYCZNA KONTROLA PROCESU (SPC – STATISTICAL PROCESS CONTROL)

Farm Frites Poland rozpoczęło wdrażanie systemu Statystycznej Kontroli Procesu (SPC) w 2012 roku, aby zapewnić stałą i powtarzalną jakość naszych wyrobów. Narzędzie to pozwala monitorować czy proces produkcyjny jest przewidywalny w swoim zachowaniu. W latach 2014–2016 kontynuowaliśmy rozwój tego narzędzia wprowadzając następujące zmiany:

- dodano kolejne atrybuty do systemu SPC na linii frytek (temperaturę produktu końcowego oraz pomiar długości półproduktu online),
- wprowadzono pierwszy atrybut w systemie SPC na linii płatków ziemniaczanych (wilgotność produktu),
- zmodernizowano sterownię instalując nowoczesne oprogramowanie, aby w pełni wykorzystać statystyczne i informatyczne narzędzia do nadzoru procesu produkcji,
- zbudowano i wdrożono panel wizualizacji przebiegu procesu produkcji frytek i płatków pracujący w trybie online. Jest to nasze własne unikatowe rozwiązanie niedostępne na rynku.

W 2014 roku nasi eksperci w tej dziedzinie wygłosili prelekcję zatytułowaną „Kto rządzi Twoim procesem” podczas IV Otwartej Konferencji LEAN w Poznaniu, a w listopadzie 2015 roku prezentowali doświadczenia w zakresie rozwoju SPC podczas Forum Synergii Wiedzy McDonald's Supply Chain.

BEZPIECZEŃSTWO ŻYWNOŚCI

W 2015 roku podjęliśmy decyzję o zastąpieniu systemu ISO 22000 nowym standardem FSSC 22000 (Food Safety System Certification). Jest to międzynarodowy standard określający wymagania dla Systemu Zarządzania Bezpieczeństwem Żywności.

Wdrożenie dodatkowych wymagań, które opisuje norma FSSC 22000, wspiera naszą strategię bezpieczeństwa i jakości żywności. Standard FSSC 22000 wymusza na nas min. zapewnienie środków zapobiegających celowemu lub przypadkowemu skażeniu żywności, w tym bioterroryzmowi. Szczegółowe wymagania FSSC 22000 zawarte są również w dokumencie Pas 96 (ang.: Publicly Available Specification), który daje wskazówki, jak należy chronić żywność przed groźbami ataku, m.in. celowym zakażeniem substancjami toksycznymi czy sabotażem wobec łańcucha dostaw.



PROCESY I UCZCIWE PRAKTYKI

ŁAŃCUCH DOSTAW

Rolnicy	76 gospodarstw, około 220 000 ton ziemniaków
Dostawcy	Olej palmowy RSPO i słonecznikowo-rzepakowy, materiały opakowaniowe, energia oraz woda firma transportująca ziemniaki
Fabryka	dane za rok 2016: Produkcja frytek – 102 417 ton Produkcja płatków ziemniaczanych – 4 578 ton Produkcja placków ziemniaczanych – 2 889 ton
Chłodnie	własna i zewnętrzne np. PAGO w Lęborku
Firmy transportowe	Farm Trans (produkty FFG), Havi Logistics (produkty dla McDonald's)
Główni klienci	Aviko, Farm Frites oraz McDonald's



RELACJE Z DOSTAWCAMI ORAZ PARTNERAMI BIZNESOWYMI¹³

Od początku swojego istnienia Farm Frites Poland przykładała ogromną rolę do budowania pomyślnych i długoletnich relacji z dostawcami dodatków produkcyjnych, urządzeń, surowców oraz usług. Uważamy, że do stworzenia takich relacji potrzeba właściwej komunikacji i jasnego sprecyzowania

zasad współpracy. Mianem partnerów biznesowych nazywamy dostawców strategicznych, czyli firmę transportującą ziemniaki, chłodnie przechowujące nasze produkty, firmę odbierającą odpady produkcyjne oraz firmę myjącą.

Wszystkim naszym dostawcom oraz partnerom biznesowym prezentujemy szczegółowe wymagania w obszarze jakości i zrównoważonego rozwoju. Nasze wymagania wobec dostawców określiliśmy po przeanalizowaniu wymagań naszych największych klientów. Analizowane dokumenty dotyczyły etyki biznesu, właściwych

Nasze relacje ze wszystkimi dostawcami odbywają się na zasadach partnerskich, w których dążymy do sytuacji, kiedy obie strony są beneficjentami współpracy. Wspólnie z dostawcami przeprowadzamy projekty optymalizacji produktu oraz usług. Wierzymy, że obustronne zrozumienie swoich biznesów jest najlepszą drogą do ciężkiego doskonalenia.

TADEUSZ SZKUCLAREK
Szef Logistyki

procedur zatrudniania, bezpieczeństwa i higieny pracy, szkoleń pracowników, ochrony środowiska naturalnego oraz gospodarowania odpadami.

W związku z tym, że naszym najważniejszym surowcem produkcyjnym są ziemniaki, relacjom z rolnikami oraz wymaganiom stawianym temu kluczowemu surowcu poświęciliśmy cały rozdział w dalszej części raportu.

Każdego roku sprawdzamy i weryfikujemy, czy nasi dostawcy stosują się do zasad wymaganych przez naszą firmę oraz naszych klientów. W 2016 roku audytorzy wewnętrzni przeprowadzili 22 audyty, w tym 5 u dostawców usług magazynowych i transportowych, 3 u dostawców materiałów opakowaniowych oraz 14 u innych firm zewnętrznych.

W raportowanym okresie nie zakończyliśmy współpracy z żadnym z dostawców z powodu naruszenia etyki prowadzenia biznesu czy korupcji. Dodatkowo, w raportowanym okresie nie wniesiono żadnej sprawy sądowej dotyczącej korupcji przeciwko firmie lub jej pracownikom.

WYMAGANIA WOBEC POSZCZEGÓLNYCH GRUP DOSTAWCÓW.

DODATKI DO PRODUKCJI – PRODUCENCI	DODATKI DO PRODUKCJI – DYSTRYBUTORZY	MATERIAŁY OPAKOWANIOWE	MAGAZYNY /CHŁODNIE	FIRMY ZEWNĘTRZNE USŁUGI /URZĄDZENIA
Standard BRC lub IFS lub FSSC 22000	Standard BRC – agenci i dystrybutorzy	Standard BRC Opakowania	Standard BRC Magazyny	Instrukcja FFP firmy zewnętrzne
Podstawowe wymagania:	Podstawowe wymagania:	Podstawowe wymagania:	Podstawowe wymagania:	Podstawowe wymagania:
→ Paszport produktu → Audyt producenta dodatków	→ Paszport produktu → Audyt dystrybutora dodatków	→ Deklaracja zgodności → Audyt dostawcy opakowań	→ Wymogi sanitarne przy przewozie i składowaniu	→ Umowa → Deklaracja zgodności z wymogami prawa

ZRÓWNOWAŻONE ROLNICTWO¹⁴

36

37



Naszym głównym surowcem są ziemniaki, które w 100% pochodzą z pól usytuowanych w Polsce. Wytwarzamy najwyższej jakości produkty, a do ich produkcji wymagamy od naszych dostawców ponad 220 000 ton surowca spełniającego wysokie wymagania. Współpracujemy z kilkudziesięcioma gospodarstwami, wśród których 84% posiada certyfikat GLOBALG.A.P. Pozostali rolnicy posiadają nasz wewnętrznie opracowany standard o nazwie FARMAAP. Wymagamy wprowadzenia standardu GLOBALG.A.P. w ciągu trzech pierwszych lat kontraktacji, przy czym wprowadzanie przebiega przy naszym wsparciu.

ANDRZEJ MOCH
Inspektor ds. Agronomii

Chcemy, żeby nasi dostawcy produkowali w sposób zrównoważony opierając się na trzech filarach:



ŚRODOWISKO

Produkcja żywności w zgodzie ze środowiskiem naturalnym. Świadomość ograniczonych zasobów naturalnych Ziemi wymaga dbałości o wykorzystywane w gospodarstwie rolnym glebę, wodę i powietrze.



SPOŁECZEŃSTWO

Wspieranie i rozwój lokalnych społeczności wiejskich. Wspólne działania rolników mogą dotyczyć zarządzania glebą, skracania łańcucha dostaw żywności lub wspierania wspólnych przedsięwzięć ochrony środowiska naturalnego.

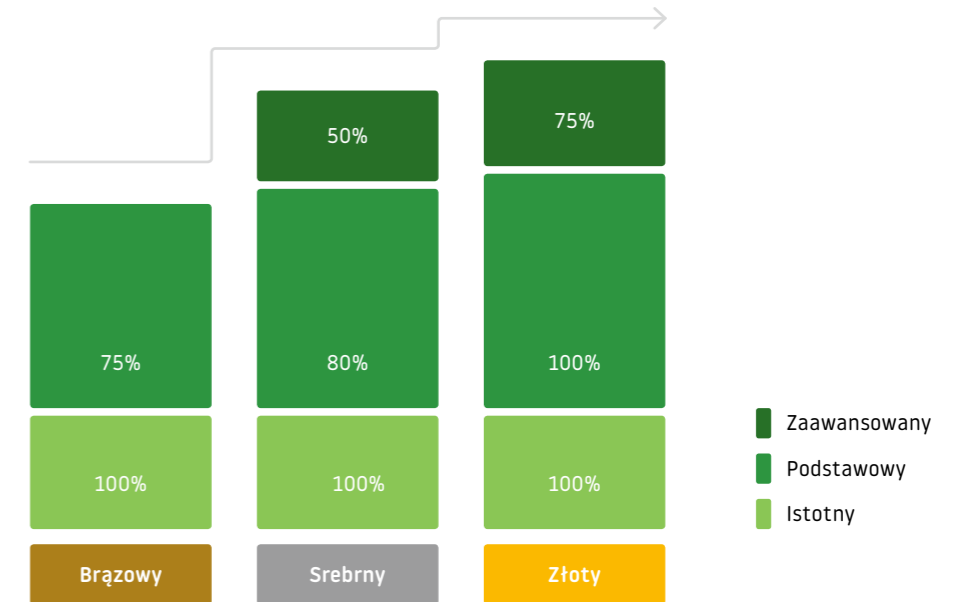


ZYSK ROLNIKA

Rolnik jest kluczowym ogniwem żywnościowego łańcucha wartości. Jest producentem żywności. Ponadto spełnia usługową funkcję wobec społeczeństwa, a mianowicie zarządza środowiskiem i krajobrazem obszarów wiejskich, za które powinien otrzymywać godziwe wynagrodzenie.



W celu oszacowania poziomu zrównoważenia wśród naszych dostawców zdecydowaliśmy się na skorzystanie z listy kontrolnej FSA2.0 (Farm Sustainability Assessment), opracowanej przez Sustainable Agriculture Initiative Platform – organizację, która pomaga firmom w osiągnięciu zrównoważonej produkcji produktów rolnych. Lista ta składa się z 15 obszarów pokrywających wszystkie trzy wyżej wymienione filary. Jest ona uniwersalna i wykorzystywana na całym świecie, co daje nam możliwość porównania się z innymi podobnymi firmami.



Nasz cel:

Do końca 2018 roku planujemy przeprowadzić audyty wewnętrzne według listy FSA u wszystkich naszych gospodarstw kontraktowych.

Wyniki audytów wewnętrznych wg listy SAI są przedstawiane w postaci jednego z trzech kolorów (brązowy, srebrny, złoty) oraz procentowego pokrycia poszczególnych zagadnień. Do 2016 roku przeprowadziliśmy audyty wewnętrzne w 53 z 76 gospodarstw kontraktujących z FFP.

WYNIKI AUDYTÓW WEWNĘTRZNYCH LISTY KONTROLNEJ FSA 2.0

10 gospodarstw	Złoty
43 gospodarstwa	Srebrny



SUKCES W PARTNERSTWIE

Jesteśmy aktywnym partnerem naszych rolników, których nie tylko zachęcamy, ale i pokazujemy, jak prowadzić gospodarstwo w sposób zrównoważony. Bycie partnerem oznacza sprawną, dwustronną komunikację oraz indywidualne traktowanie. Nasi agronomowie pełnią rolę opiekunów wspierających fachową wiedzą w każdej sytuacji. Pozwala to zbudować silną więź między opiekunem a dostawcą i owocuje bardzo dobrą współpracą. Widocznym efektem takiego podejścia jest duża liczba rolników, którzy współpracują z FFP od samego początku. Korzystając z różnych form komunikacji bezpośredniej, przy udziale opiekunów, i pośredniej, w formie różnych ankiet, wypracowujemy najlepsze formy współpracy takie jak: możliwość grupowych negocjacji przy zawieraniu kontraktów, budowę własnego systemu informatycznego o nazwie RUPR, który umożliwia rejestrację zabiegów polowych oraz śledzenie w czasie rzeczywistym wyników oceny surowca w trakcie dostaw, co daje pełną transparentność obu stron.



Oczekując i promując zrównoważone podejście stawiamy również na szkolenia naszych rolników. Co roku organizujemy spotkania polowe w małych grupach, które odbywają się w gospodarstwach. Daje to możliwość wymiany doświadczeń, podpatrzenia innych technologii oraz budzi poczucie wspólnoty i odpowiedzialności za produkt, jakim są ziemniaki. Prowadzimy zimowe warsztaty podczas których przekazujemy wiedzę na temat nowych technologii uprawy ziemniaka oraz bezpiecznej produkcji żywności i różnych elementów zrównoważonego rolnictwa. Stworzyliśmy cykl szkoleń „Tour The Farm”, podczas których naszym dostawcom pokazujemy gospodarstwa, które sprawnie zarządzają w sposób zrównoważony. Jako wzór dla dostawców pokazujemy własne gospodarstwo Farm Frites Poland Dwa, które jako uczestnik prestiżowego programu McDonald’s Europa o nazwie Flagship Farms (Wzorcowe Farmy) od wielu lat wciela zasady rolnictwa zrównoważonego. Doskonałym przykładem jest projekt **Bee Friendly** – Przyjaźni Pszczołom, który polega przede wszystkim na stosowaniu dobrych praktyk rolniczych, które są przyjazne pszczołom.

BUDZIMY ŚWIADOMOŚĆ

FFP nie ogranicza się tylko do wdrażania zrównoważonego rolnictwa wśród swoich dostawców. Jako aktywny członek SAI Platform czujemy się odpowiedzialni za szerzenie zasad zrównoważonego rolnictwa w Polsce. W 2014 roku wspólnie z kilkoma partnerami zawiązaliśmy Polskie Stowarzyszenie Rolnictwa Zrównoważonego „ASAP”. Jest ono niekomercyjną inicjatywą grupy osób i firm reprezentujących różne branże łańcucha wartości produkcji żywności. Jako członkowie stowarzyszenia aktywnie uczestniczymy w promowaniu zrównoważonego rolnictwa poprzez realizację takich działań jak:

- opracowanie i wdrażanie standardów rolnictwa zrównoważonego w gospodarstwach rolnych,
- wspieranie rozwoju szeroko pojętych kompetencji rolników uczestniczących w projekcie,
- tworzenie platform edukacyjnych.

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY



MIEJSCE PRACY¹⁵



„Naszą firmę tworzą ludzie”. To hasło przyświeca nam w planowaniu i realizowaniu polityki zarządzania ludźmi. Budujemy kulturę organizacyjną opartą na otwartości, szacunku, zaufaniu i poczuciu bezpieczeństwa. Nasi pracownicy, którzy w zdecydowanej większości są mieszkańcami powiatu łębskiego, mogą liczyć na stabilne zatrudnienie, terminowe wynagrodzenie, szkolenia, a także pomoc w rozwijaniu pozazawodowych pasji. Stawiamy na dobrą komunikację zarówno z przełożonymi jak również między działami. W ciągu wielu lat wspólnej pracy nawiązaliśmy bliskie relacje, często wykraczające poza ramy zawodowe. Mówi się nawet o nas „firma rodzinna” i coś w tym jest. Po przepracowanych wspólnie wielu latach możemy śmiało powiedzieć, że lubimy się, wspieramy, chociaż tak jak w każdej rodzinie, czasami pojawiają się problemy, które staramy się rozwiązać.

DOROTA MARKIEWICZ-KUBIK

Dyrektor ds. HR/Komunikacji i Zaangażowania Społecznego

ŁĄCZNA LICZBA PRACOWNIKÓW WEDŁUG PŁCI, RODZAJU UMOWY O PRACĘ, REJONU ZAMIESZKANIA, STAŻU PRACY I POZIOMU FLUKTUACJI.

ZATRUDNIENIE	2014	2015	2016
Wszyscy pracownicy	197	205	215
kobiety	31	35	36
mężczyźni	166	170	179

ZATRUDNIENIE ZE WZGLĘDU NA RODZAJ UMOWY O PRACĘ (%)	2014	2015	2016
na czas nieokreślony	97%	98%	93%
pozostałe umowy (czas określony, okres próbny, umowa o zastępstwo)	3%	2%	7%

STAŻ PRACY (%)	2014	2015	2016
poniżej 5 lat	23%	23%	26%
6-10 lat	21%	19%	16%
11-15 lat	12%	12%	12%
16-20 lat	44%	30%	20%
powyżej 20 lat	—	16%	26%

DANE ZA LATA	2014	2015	2016
Poziom fluktuacji pracowników (%)	1,02%	3,43%	1,87%

MIEJSCE ZAMIESZKANIA PRACOWNIKÓW (%)	2014	2015	2016
Łębork i powiat łębski	88,20%	87,37%	88,63%
poza powiatem łębskim	11,80%	12,63%	11,37%

W raportowanym okresie w organizacji nie było zbiorowego układu pracy.



ROZWÓJ I SZKOLENIA

Rozwój zawsze był i jest w naszej firmie naturalnym i nieodzownym elementem pracy.

Po latach obserwacji otaczającego nas środowiska biznesowego, zgadzamy się z tezą, że najbliższe dziesięciolecia będą należały do firm i organizacji, których największym majątkiem są umiejętności ich pracowników.



Uznaliśmy, że edukacja jest bardzo istotna z punktu widzenia kreowania rozwiązań i optymalizowania firmy. Koncepcję, którą przyjęliśmy można by nazwać „progresywną”. Staramy się eksponować prymat uczenia się poprzez działanie i obserwację. Staramy się zrozumieć zależności zachodzące w naszej technologii i procesach, poprzez poznanie ich zmienności i międzydyscyplinarnego podejścia do rozwiązywania problemów.

KAROL PTACH
Szef ds. Rozwoju Technologii

Tak sformułowana idea wymagała stworzenia spójnego programu zarządzania wiedzą – „Knowledge Management System” gdzie u podstaw leży zawsze **wiedza bazowa** obowiązkowa dla wszystkich pracowników. Następnie wiedza nieodzowna do wykonywania naszej pracy czyli **technologia**. Dalej wiedza związana z **rozwojem kompetencji** dla wybranej grupy pracowników. Umiejętności trenerskie pozwalające na **dzielenie się wiedzą** z innymi pracownikami. Wreszcie zdobywanie tzw. „nowej wiedzy” poprzez eksperymenty i **rozumienie zmienności** przy użyciu narzędzi statystycznych.

SYSTEM ZARZĄDZANIA WIEDZĄ

ZROZUMIENIE ZMIENNOŚCI

Cykl szkoleń z zakresu Six Sigma (Black Belt, Green Belt) dla grupy pracowników:

- DoE – Planowanie Eksperymentów
- SPC – użycie technik statystycznych do kontrolowania i analizowania zachowań procesu
- MSE – badanie systemów pomiarowych

DZIELENIE SIĘ WIEDZĄ

Program rozwoju terenów wewnętrznych.

ROZWÓJ KOMPETENCJI

Rozwój kompetencji przywódczych, biznesowych, specjalistycznych, zarządzanie projektami.

TECHNOLOGIA

Szkoła ziemniaka – wiedza z zakresu technologii.
Podstawy SPC – zrozumienie źródeł zmienności, umiejętność czytania kart kontrolnych.

WIEDZA BAZOWA

Znajomość zasad, procedur, systemów obowiązujących w firmie.

Wiedza zdobyta podczas szkolenia Black Belt pozwoliła na zrozumienie koncepcji Six Sigma, polegającej na nieustannym doskonaleniu organizacji, na monitorowaniu i ciągłej kontroli w celu eliminowania oraz zapobiegania różnym niezgodnościom w procesach i powstającym w ich wyniku produktom. Wierzę, że w miarę opanowania stosowania narzędzi i metod wykorzystywanych w metodologii Six Sigma jesteśmy w stanie podnieść efektywność działań zarówno właścicieli procesów, jak i ich uczestników.

AGNIESZKA MOKOS
Kontroler Jakości



W latach 2014–2016 największy procent stanowiły szkolenia związane z rozwojem firmy, techniczne i technologiczne oraz z rozwojem osobistym pracowników.

Istotne dla nas jest również, aby kompetencje wykształcone wewnątrz firmy były przekazywane i pozostały w niej na długo. Taka potrzeba wymaga oczywistego wzrostu wymagań wobec „kreatorów” procesu uczenia się – trenerów. Stąd druga grupa szkoleń w 2014–2016 nastawiona na rozwój umiejętności trenerskich wśród wybranych pracowników.

RODZAJ SZKOLENIA ZEWNETRZNEGO	2014	2015	2016
Rozwój firmy	14,83%	44,44%	33,32%
Rozwój osobisty	16,56%	18,00%	11,03%
Legislacyjne	4,67%	4,70%	7,26%
Techniczne i technologiczne	28,10%	3,70%	26,05%
Obowiązkowe	8,96%	12,65%	5,63%
Językowe	20,01%	14,86%	16,09%
Pozostałe	6,87%	1,65%	0,62%

WIĘCEJ NIŻ PRACA¹⁶

Chcemy, aby nasi pracownicy mieli poczucie, że jako firma dbamy o ich zdrowie i że każdy, bez względu na zajmowane stanowisko, w przypadku choroby, czy innej trudnej sytuacji, może liczyć na pomoc.

OPIEKA MEDYCZNA

Zapewniamy prywatną opiekę medyczną dla wszystkich pracowników. Promujemy profilaktykę zdrowotną i od wielu lat dla pań organizujemy badania USG i mammografię piersi, natomiast dla panów – badania profilaktyczne raka prostaty. W roku 2016 około 80% kobiet i 45% mężczyzn wzięło udział w badaniach profilaktycznych.

PRACOWNICZY PROGRAM EMERYTALNY I UBEZPIECZENIA

Od 2005 roku zachęcamy i częściowo finansujemy udział naszych pracowników w Pracowniczym Programie Emerytalnym, który poprzez regularne gromadzenie środków, zapewni im dodatkową emeryturę. W roku 2016 ponad 42% pracowników było objętych PPE.

W 2016 roku wszyscy pracownicy podlegali grupowemu ubezpieczeniu na życie oraz od nieszczęśliwych wypadków. Około 80% pracowników korzysta z wariantów dodatkowych oferowanych przez firmę ubezpieczeniową, takich jak np. świadczenie z tytułu urodzenia dziecka, dodatkowych zabiegów medycznych, pobytu w szpitalu itp.

FUNDUSZ SOCJALNY

Istnieje w naszej firmie od 1995 roku i co roku wspiera aktywność sportową pracowników, organizuje zabawy choinkowe dla dzieci, udziela pożyczek na cele remontowe, a także udziela wsparcia w sytuacji chorób i wypadków losowych. Co dwa lata organizuje kolonie dla dzieci pracowników, podczas których zwiedzają one ciekawe miejsca. W 2015 koloniści wyjechali w Beskidy. Grupa ponad 40 dzieci zwiedziła m.in. kopalnię soli w Wieliczce, rezydencję Prezydenta RP w Wiśle.



↑ Kolonie dla dzieci pracowników

NIETYPOWY JUBILEUSZ

Zwyczajem naszych holenderskich firm-matek, Farm Frites i Aviko, obchodzimy jubileusz 12,5 lat pracy. Do końca 2016 roku aż **130 naszych pracowników** obchodziło ten jubileusz. Cieszymy się i jesteśmy dumni z takiej liczby jubilatów, gdyż potwierdza ona przywiązanie do firmy i panującą w niej dobrą atmosferę.

W ZDROWYM CIELE, ZDROWY DUCH

Wspieramy inicjatywy sportowe i aktywności wspierające równowagę w życiu naszych pracowników. Finansujemy działającą od wielu lat drużynę piłkarską, biegaczy, tenisistów stołowych. Najbardziej aktywni pracownicy wyjeżdżają na zawody sportowe.

Frytkowa drużyna swój pierwszy mecz rozegrała w 2004 z okazji jubileuszu 10-lecia firmy. Naszymi przeciwnikami byli wtedy pracownicy Urzędu Miasta. Od tego czasu panowie regularnie trenują i biorą udział w rozgrywkach ligi halowej w Lęborku oraz w lokalnych turniejach piłkarskich. W 2014 roku zajęli drugie miejsce podczas turnieju rozgrywanego z okazji jubileuszu zolecia naszej firmy.



↑ Biegij Warszawo

Od 2014 roku dla zapalonych biegaczy organizujemy wyjazd na największy bieg uliczny w Polsce, jakim jest „Biegij Warszawo”. W 2014 roku wzięło w nim udział 7 naszych pracowników, w 2015 roku 10, a w 2016 aż 12. Wielu z nich od przygotowań do tego biegu zaczęło regularne treningi i w ciągu roku bierze udział w wielu imprezach biegowych na dystansach dłuższych niż 10 km.

Wśród pracowników, dla których bieganie jest pasją, jest Michał Goitowski, Starszy Operator Produkcji, który w 2014 roku zdobył Koronę Maratonów Polskich.



Bieganie jest tym, co sprawia, że czuję się wolny. To stan radości i wewnętrznej satysfakcji. Bieganie to czas dla moich myśli. Podczas biegania tak naprawdę odpoczywam, zbieram pomysły, planuję. Każdy krok, każdy kilometr to dawka energii. Bieg w maratonie kształtuje charakter i pomaga pokonywać słabości. Lubię emocje przed startem oraz zmęczenie na mecie.



↑ Małgorzata Fidala

Kolejnym pracownikiem odnoszącym sukcesy sportowe, i to zarówno jako zawodnik, jak i sędzia, jest Małgorzata Fidala, Recepcjonistka, której pasją jest tenis stołowy:



Tenis stołowy to dla mnie radość z życia, nowe przyjaźnie, nieprzewidywalność, emocje i walka ze stresem. Jestem z nim związana od szkoły podstawowej, a od 2014 roku jestem także licencjonowanym Sędzią Państwowym Tenisa Stołowego. Brałam udział w sędziowaniu rozgrywek m.in. w ramach Mistrzostw Europy, Pro-tour w Warszawie, meczów Superligi i Ekstraklasy. Moim największym sukcesem jest zdobycie w 2015 roku złotego medalu w singlu podczas Mistrzostw Europy w Austrii wśród sędziów oraz srebrnego w grze deblowej. Natomiast w 2016 roku zdałam egzamin na sędziego międzynarodowego, co otworzyło mi drzwi do sędziowania na turniejach zagranicznych.

PROMOWANIE TRENDÓW

Idea dedykowanego roku była odpowiedzią na zaobserwowaną przez kierownictwo firmy potrzebę zwiększenia świadomości pracowników w kwestiach zdrowia i zdrowego stylu życia, a także zwiększenia poczucia równowagi pomiędzy życiem zawodowym i prywatnym. Z tego powodu pierwszy rok został poświęcony zdrowiu. Powstała grupa projektowa składająca się z pracowników różnych działów, która wymyślała, a potem organizowała aktywności promujące zdrowy styl życia. Projekt dedykowanego roku okazał się sukcesem, co spowodowało, że jest kontynuowany i w każdym roku podejmuje inny ważny temat.



2014 Rok Zdrowia – Przez cały rok pracownicy poznawali walory zdrowotne owoców, które w każdy piątek pojawiały się na plakatach oraz na tacy w kantynie, a w menu stołowym zagościły już na stałe zdrowe dania. Grupa pań co tydzień spotykała się na zajęciach nordic walking z trenerem, co zaowocowało przejściem półmaratonu. Dużym zainteresowaniem cieszyły się profilaktyczne badania krwi na terenie firmy, w której wzięło udział 70% pracowników. Był także sportowy festyn dla rodzin pracowników, na którym prawdziwym hitem okazał się turniej tenisa stołowego.



2015 Rok bezpieczeństwa – W tym roku wspólnie z Centralnym Instytutem Ochrony Pracy zorganizowaliśmy wykłady pt. „Stres w pracy. Nie dziękuj!”, konkurs z wiedzy o bezpieczeństwie dla pracowników, piknik dla pracowników i ich rodzin z udziałem straży pożarnej, ratowników, symulatora dachowania, ewakuacji z samochodu, szkolenie z pierwszej pomocy przedmedycznej. Zorganizowaliśmy także przegląd gaśnic samochodowych oraz szkolenie z ich prawidłowego używania.



2016 Rok Eko – W ramach tego roku pracowaliśmy nad zwiększeniem świadomości pracowników w aspekcie ekologii i zachowań ekologicznych. Testowaliśmy orzechy piorące, wspólnie z wędkarzami sprzątaliśmy pobliskie jezioro Lubowidzkie, rywalizowaliśmy na dojazdy do pracy rowerem oraz na przejechane kilometry z Endomondo, wykonywaliśmy ekologiczne ozdoby na choinkę. Wszystko po to, aby poczuć, że każdy z nas może mieć pozytywny wpływ na środowisko.

Rok 2017 będzie Rokiem Kultury.

SATYSFAKCJA PRACOWNIKÓW¹⁷

Niezwykle ważna jest dla nas satysfakcja pracowników z pracy, informacja od nich, co jako firma robimy dobrze, a co możemy zrobić jeszcze lepiej. W 2014 oraz w 2016 roku przeprowadziliśmy ankietę badającą zadowolenie pracowników z pracy w naszej firmie. W 2014 roku frekwencja wyniosła 53 proc., a w 2016 roku ponad 78 proc, co nas bardzo cieszy, gdyż oznacza, że coraz więcej pracowników angażuje się w działania firmy i wierzy, że ma wpływ na jakość i atmosferę pracy. Wyniki każdej ankiety zostały ogłoszone pracownikom, a wyciągane wnioski pomagają wprowadzać kolejne usprawnienia. Cały czas monitorujemy nastroje pracowników i jeżeli nie pojawią się żadne niepokojące sygnały, kolejną ankietę przeprowadzimy w 2018 roku.

PYTANIE	2014	2016
	ODPOWIEDŹ TAK I RACZEJ TAK	
Lubię pracę w firmie FFP	84,8%	88%
Jestem zadowolony z atmosfery panującej w firmie	81,8%	72%
Mam poczucie stabilności zatrudnienia	82,7%	85%



BEZPIECZEŃSTWO I HIGIENA PRACY¹⁸

Zarząd Farm Frites Poland stawia na pierwszym miejscu kwestię bezpieczeństwa wszystkich osób pracujących na terenie naszej firmy. Wspiera dział BHP oraz managerów, angażując się w ciągłą poprawę warunków bezpieczeństwa i higieny pracy w fabryce i wymaga takiego samego zaangażowania od kierowników każdego szczebla. W 2012 roku rozpoczęliśmy proces wdrażania Systemu Zarządzania Bezpieczeństwem i Higieną Pracy, a w maju 2014 uzyskaliśmy certyfikat wdrożonego systemu BHP wg polskiej normy PN-N-18001:2004 oraz normy międzynarodowej OHSAS 18001:2007.

ADAM KLASA

Dyrektor Operacyjny i Członek Zarządu

W 2016 rozpoczęliśmy warsztaty na temat bezpieczeństwa dla kierowników liniowych oraz tzw. liderów opinii, w ramach „Programu dla bezpieczeństwa”. Podczas warsztatów aktywnie wymieniamy się doświadczeniami, identyfikujemy problemy i znajdujemy rozwiązania, które mają pomóc w lepszym zrozumieniu zagrożeń i problemów oraz ich wyeliminowaniu. Do końca lipca 2017 odbyły się cztery sesje warsztatowe.

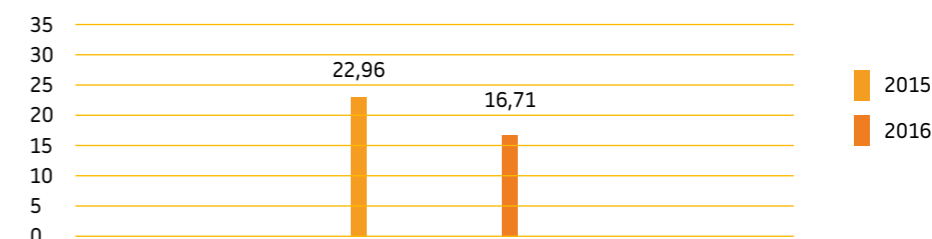
Ze względu na zagrożenie związane z magazynowaniem dużej ilości amoniaku, który wykorzystujemy do chłodzenia produktów oraz zagrożeniami pożarowymi, co roku podejmujemy szereg działań zapobiegawczych. Jest to przede wszystkim techniczne zabezpieczenie zakładu, czujki amoniakalne, dymowe, pożarowe, tryskacze, alarmy dźwiękowe i świetlne, szkolenia okresowe związane z ochroną ppoż., ćwiczenia na wypadek pożaru lub wycieku amoniaku. W firmie od 1995 roku funkcjonuje Zakładowe Pogotowie Ratownicze, którego członkami są nasi pracownicy. Jest to grupa specjalnie szkolona i przygotowana do akcji ratowniczej w przypadku wycieku amoniaku, powstania pożaru i z udzielania pierwszej pomocy przedmedycznej. Jest ich około 30, po kilku na każdej zmianie. Posiadamy kombinezony gazoszczelne do likwidowania wycieku amoniaku. Raz w roku przeprowadzamy dla wszystkich pracowników fabryki ćwiczenia z ewakuacji.

W naszej fabryce dbamy nie tylko o bezpieczeństwo pracowników, ale także gości oraz pracowników firm będących dostawcami dodatków i usług. W tym celu przygotowaliśmy broszurę „Bezpieczeństwo gości na terenie FFP SA”, z którą muszą się zapoznać wszystkie osoby po raz pierwszy wchodzące na teren fabryki.

W raportowanym okresie na terenie Farm Frites Poland nie było żadnego wypadku śmiertelnego wśród pracowników firmy ani wśród pracowników firm dostarczających dodatki i usługi na potrzeby FFP.

W 2015 roku wprowadziliśmy wskaźnik częstotliwości wypadków, który w części opracowań nazywany jest LTIFR (Lost Time Injury Frequency Rate)*. Dane na temat wartości tego wskaźnika dla FFP za lata 2015-2016 pokazuje wykres poniżej.

WARTOŚĆ LTIFR DLA FFP ZA LATA 2015-16



* Wskaźnik LTIFR podaje ilość wypadków w miejscu pracy powodujących czasową niezdolność do pracy przypadająca na 1 000 000 przepracowanych godzin. Jest to międzynarodowy wskaźnik pozwalający porównać dane firm z różnych branż.



„Myślę i wiem, że pracuję bezpiecznie”. To słowa jednego z naszych pracowników, świetnie oddające istotę kultury bezpieczeństwa, którą promujemy w naszej firmie. Bo to właśnie dzięki myśleniu, rozwadze i wzajemnemu szacunkowi, wracamy cali i zdrowi do naszych rodzin i przyjaciół, a to w bezpieczeństwie jest najważniejsze.

AGNIESZKA WIŚNIEWSKA

Koordynator ds. BHP



ZAANGAŻOWANIE
SPOŁECZNE
I ROZWÓJ
SPOŁECZNOŚCI
LOKALNEJ¹⁹



Każda firma istnieje w jakimś środowisku i nawet, jeżeli jej działalność nie jest z nim bezpośrednio związana, to ma na niego wpływ. Tak jest w przypadku naszej firmy. Zdajemy sobie jednak sprawę z tego, że gdyby nie przyjazne nastawienie władz lokalnych, a także mieszkańców, którzy są naszymi pracownikami lub współpracownikami, nasza firma nie odniosłaby sukcesu. Dlatego też zaangażowanie w sprawy lokalnej społeczności towarzyszy nam od samego początku istnienia firmy. Chcemy być postrzegani jako firma odpowiedzialna społecznie, a wręcz jako lider zaangażowania społecznego wśród pracowników i społeczności lokalnej. Cel ten realizujemy poprzez otwartą komunikację oraz zaangażowanie w działania mające wpływ na pozytywne zmiany w otoczeniu, także z pomocą naszych pracowników-wolontariuszy. Te hasła przekładają się na konkretne działania, jakie realizowaliśmy w latach 2014-2016.

KATARZYNA MAJCHRZAK

Starszy specjalista ds. Komunikacji i Zaangażowania Społecznego

WPŁYW NA POZYTYWNE ZMIANY W OTOCZENIU ZDROWIE I PROFILAKTYKA ZDROWOTNA

Moto-Serce – od 2014 roku angażujemy się w promocję honorowego krwiodawstwa organizowaną w Lęborku przez klub motocyklowy Cruiseriders, przekazując środki finansowe na finał akcji, a także rozpowszechniając tę ideę wśród pracowników.

W 2014 udało się zebrać 68 litrów krwi (14 miejsc na 87 miast biorących udział w akcji), w 2015 – 293 litrów (1 miejsce), a w 2016 – 367 litrów, co było najlepszym wynikiem spośród polskich miast.

Badania profilaktyczne w ambulansu fundacji Ronald McDonald – zdrowie najmłodszych mieszkańców naszego regionu jest dla nas bardzo ważne. A nasza współpraca z Fundacją Ronald McDonald daje nam większą wiedzę o programach profilaktycznych, takich jak „NIE nowotworom u dzieci”

Dzięki naszej inicjatywie i współpracy z władzami lokalnymi, ambulans fundacji dwukrotnie odwiedził Lębork – w październiku 2014 i czerwcu 2016 roku oraz Wicko – w czerwcu 2016. Podczas pierwszej, dwudniowej, akcji przebadanych zostało 199 dzieci, a podczas drugiej, trzydniowej, 242 dzieci.



W ambulansie mają miejsce kompleksowe badania usg dzieci w wieku od 9 miesięcy do 6 lat. Takie badanie, bezpłatne dla rodziców i niewymagające skierowania od lekarza, pozwala wcześniej wykryć różnego rodzaju zagrożenia dla zdrowia dziecka na wczesnym etapie.

Kolejną wizytę ambulansu zaplanowaliśmy na 2018 rok.



Wszędzie na świecie, gdzie działają fundacje, tam są one znane z programów pomagających dzieciom i ich rodzinom w czasie leczenia, pobytu w szpitalu, często związanego z trudnymi emocjami i poczuciem osamotnienia. Z jednej strony choroba, z drugiej oddalenie od własnego domu w czasie, gdy dom staje się najważniejszy. W największych szpitalach pediatrycznych, w ponad 60 krajach, Fundacja prowadzi Pokoje Rodzinne Ronald McDonalda lub po sąsiedzku buduje Domy Ronald McDonalda, a dodatkowo wspiera rodzinę najwyższej jakości profilaktyką na pokładzie specjalnych mobilnych klinik.

Polska ma już pierwszy Dom Ronald McDonalda przy Uniwersyteckim Szpitalu Dziecięcym w Krakowie oraz Pokoje Rodzinne w Centrum Zdrowia Dziecka i w Szpitalu Pediatrycznym Warszawskiego Uniwersytetu Medycznego w Warszawie. Dzięki przyjaćiom, donatorom Fundacji Szpital WUM jest pierwszym szpitalem dziecięcym, w którym żadna mama czy tata nie śpią na podłodze, bo jest to szpital prawdziwie przyjazny rodzinie.

Fundacja Ronald McDonalda ma także pierwszy w Europie i do niedawna jedyny ambulans, dzięki któremu dociera w pobliże miejsca zamieszkania dziecka z ofertą kompleksowych badań USG „NIE nowotworom u dzieci”.

Wśród ponad 5 tysięcy maluchów badanych każdego roku już od 12 lat są także dzieci z Lęborka, do których jeździmy, bo Farm Frites Poland regularnie dba o przygotowanie naszej wizyty. Firma jest także od początku w gronie najważniejszych donatorów Domu Ronald McDonalda i Pokoi Rodzinnych.

Zespół pracowników firmy pomaga wolontariacko, organizuje wspólne akcje biegowe dla Fundacji, zawsze gotów do działania na wezwanie w sytuacjach wyjątkowych. Pomaganie łączy. Nasza misja „Aby Rodzina mogła być razem” jest dla Farm Frites Poland naprawdę ważna.”

PROF. ADAM JELONEK

Prezes Zarządu Fundacji Ronald McDonalda

KATARZYNA NOWAKOWSKA

Dyrektor Wykonawczy Fundacji Ronald McDonalda



↑ Zajęcia w ramach programu Aktywni-Samodzielni

WSPÓŁPRACA Z ORGANIZACJAMI POZARZĄDOWYMI

Aktywni-Samodzielni – we wrześniu 2016 roku zaczął działać pierwszy w Łęborku wehikuł usamodzielniania realizowany przez Regionalne Centrum Młodzieży przy wsparciu merytorycznym Fundacji Robinsona Crusoe oraz dzięki grantowi w kwocie 200 tys. złotych, wygranemu w konkursie ramach Programu Operacyjnego Funduszu Inicjatyw Obywatelskich. Nasza firma jest partnerem prywatnym tego projektu.

Projektem zostało objętych 30 młodych ludzi, w wieku 16–24 lata, pochodzących z domów dziecka, rodzin zastępczych oraz rodzin zagrożonych wykluczeniem.

Celem Wehikułu jest pomoc młodzieży w usamodzielnieniu poprzez zdobywanie praktycznej wiedzy i umiejętności oraz kształtowanie postaw potrzebnych w samodzielnym życiu. Jednym z konsultantów, który co dwa tygodnie spotyka się z młodzieżą jest koleżanka z naszej firmy – Basia Kozłowska.

Poza naszą firmą oraz fundacją, w realizację projektu są również zaangażowane władze lokalne, co stanowi modelowy przykład trójstronnego działania organizacji pozarządowej, samorządu i biznesu.

„Pudełko życia” – w 2015 roku nawiązaliśmy współpracę ze Stowarzyszeniem na 102 przekazując im środki na realizację projektu „Pudełko życia”, adresowanego do seniorów z powiatu łęborskiego.

Akcja „Pudełko życia” ma na celu ułatwienie niesienia skutecznej pomocy w stanach zagrożenia życia lub zdrowia głównie w sytuacji, kiedy ratownicy medyczni, lekarze, strażacy czy pracownicy ośrodka pomocy społecznej muszą szybko reagować, a brak kontaktu z człowiekiem będącym np. po wylewie, udarze, w silnym stresie i mającym kłopoty z porozumieniem się – może dramatycznie opóźnić pomoc. Akcja jest bardzo prosta – w zwykłym plastikowym pudełku z naklejką „pudełko życia”, ustawionym w lodówce, umieszczona zostaje kartka, na której wypisane są najważniejsze informacje dotyczące pacjenta. Na drzwiach lodówki umieszcza się podobną naklejkę jak na pudełku, co dla osób udzielających pomocy będzie sygnałem, że w lodówce znajdą pudełko, a w nim niezbędne informacje. Do końca 2016 udało nam się rozdać 1600 pudełek.



EWA KŁOSOWSKA
Prezes Stowarzyszenia na 102

→ Pudełko życia



↓ Statuetka otrzymana w podziękowaniu od Fundacji Pomocy Społecznej na Rzecz Dzieci Pan Władek



DZIAŁANIA CHARYTATYWNE

Elektroniczna kartka świąteczna – w 2015 roku, zamiast tradycyjnej papierowej kartki bożonarodzeniowej, której 800 sztuk wysyłaliśmy każdego roku, nasi partnerzy w Polsce i zagranicą po raz pierwszy otrzymali od nas życzenia w formie elektronicznej. W tej akcji pomaga nam gdańska malarka, Magda Beneda, która nieodpłatnie przygotowuje projekt kartki. Zarówno w 2015, jak i w 2016 roku kwotę, którą wydalibyśmy na zakup i wysyłkę kartek, przekazaliśmy w formie darowizny na rzecz chorego dziecka z naszej okolicy – w 2015 był to Kacperek, którego czekała operacja serca, a w 2016 roku Kubuś, który choruje na dziecięce porażenie mózgowie i wymaga intensywnej rehabilitacji.

Świąteczna Paczka – akcję realizujemy od 2009 roku. Przez ten czas, nawiązując do idei Szlachetnej Paczki, pomagamy szczególnie rodzinom wielodzietnym oraz tym, w których matki samotnie wychowują dzieci. Współpracując z Miejskim Ośrodkiem Pomocy Społecznej w Lęborku uzyskujemy informacje o konkretnych potrzebach rodzin. W akcję angażuje się firma, a także pracownicy, którzy przynoszą potrzebne rzeczy, a potem zawożą do rodzin. W latach 2014-2016 w ten właśnie sposób wsparliśmy sześć rodzin.

Loteria charytatywna podczas Balu Noworocznego – od 2007 roku organizujemy loterię charytatywną, podczas której nasi pracownicy kupują losy, a przy okazji mają okazję wygrać atrakcyjne nagrody ufundowane przez firmę. Cały dochód z akcji jest przekazywany na pomoc chorym dzieciom z regionu lęborskiego.

Darowizny rzeczowe – każdego roku przekazujemy tony naszych frytek, placków i płatków na rzecz fundacji z całej Polski, lokalnych szkół, przedszkoli i parafii.

2014	36 ton produktów
2015	26 ton produktów
2016	28 ton produktów

→ Wolontariuszki FFP w ambulansie Fundacji Ronalda McDonalda



WOLONTARIAT PRACOWNICZY

Z ankiety przeprowadzonej w 2016 roku wśród pracowników naszej firmy wynika, że aż 90 proc. respondentów w mijającym roku pomogło potrzebującej osobie, 58 proc. angażowało się w działania na rzecz swojego osiedla, bloku, szkoły dziecka itd., a 79 proc. chciałoby angażować się w pomaganiu innym.

Sadzenie drzewek – akcja realizowana od 2011 roku wspólnie z Nadleśnictwem Lębork. W 2014 roku rękami naszych pracowników i ich rodzin posadziliśmy 3000 sadzonek, w 2015 – 2000, a w 2016 – 1700. W ciągu 6 lat trwania akcji posadziliśmy 15.000 sadzonek. Nasz cel posadzenia 20.000 drzewek do 2020 roku jest więc bardzo realny.

Pomoc w ambulansie fundacji Ronalda McDonalda – podczas wizyty ambulansu Fundacji Ronalda McDonalda w Lęborku w 2014 i 2016 roku nasi pracownicy pomagali w przeprowadzeniu badań pracując w recepcji ambulansu, a także wspierając lekarzy w gabinetach usg.

Sprzątanie pokoi rodzinnych w szpitalu pediatrycznym – w 2016 roku, przy okazji wyjazdu na „Biegnij Warszawo”, odwiedziliśmy szpital pediatryczny wum, w którym Fundacja Ronalda McDonalda prowadzi pokoje rodzinne. W ramach wolontariatu posprzątałyśmy kuchnie i pokoje zabaw, z których korzystają rodzice dzieci leczonych na oddziałach onkologicznych.

Organizując takie akcje chcemy uświadomić pracownikom, że bezinteresowne pomaganie to z jednej strony bezcenne wsparcie dla beneficjenta, ale także wielka satysfakcja dla pomagającego.

Wyniki ankiety pokazują spore zainteresowanie pomaganiem, w związku z czym chcemy wykorzystać ten potencjał i **w kolejnych latach opracujemy program wolontariatu pracowniczego i włączymy do niego większą liczbę pracowników.**

Nasz cel:

Chcemy posadzić 20 000 drzewek do 2020 roku.



ŚRODOWISKO



W TROSCE O ŚRODOWISKO²⁰



Każda działalność wytwórcza wiąże się z ingerencją w środowisko naturalne. Podczas procesu produkcji korzystamy z wody i gazu, uszczuplając naturalne zasoby Ziemi. Spalając gaz w naszych kotłach emitujemy do atmosfery substancje powodujące zmiany klimatyczne, wytwarzamy odpady oraz ścieki. To nieuniknione. Jednak z punktu widzenia firmy chcącej prowadzić działalność biznesową w sposób odpowiedzialny, ważne jest ograniczenie negatywnego wpływu na środowisko. Dlatego, od chwili powstania firmy w 1994 roku, konsekwentnie staramy się minimalizować niekorzystne dla środowiska naturalnego skutki naszego funkcjonowania.

WOJCIECH KIEDROWICZ

Szef ds. Ochrony Środowiska i Zrównoważonego Rozwoju

Dbłość o stan środowiska jest integralnym elementem strategii rozwoju. Polityka Środowiskowa Farm Frites Poland S.A. określa priorytety oraz zawiera zobowiązanie do ciągłej poprawy procesów produkcyjnych w celu zminimalizowania oddziaływania na środowisko naturalne. Regularnie sprawdzamy wpływ naszej firmy na otaczające środowisko, bazując na obowiązującym prawie oraz wewnętrznych procedurach. Od roku 2001 system zarządzania środowiskowego jest zorganizowany według zaleceń międzynarodowej normy ISO 14001:2004. Aktualny certyfikat został wystawiony w maju 2016 roku przez Lloyd's Register Quality Assurance i obowiązuje do września 2018 roku. W roku 2017 wdrożyliśmy nową wersję normy środowiskowej ISO 14001:2015.

20 G4-DMA

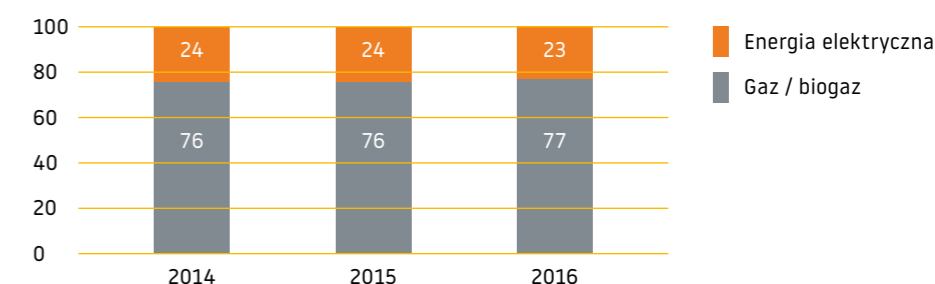
Nasz cel:

Do roku 2020 zamierzamy zmniejszyć jednostkowe zużycie energii potrzebnej do wyprodukowania 1 kg gotowego produktu o minimum 5%. Jako bazowy przyjęliśmy wynik w roku 2012, kiedy jednostkowe zużycie wynosiło 1,3093 kWh/kg. W raportowanym okresie mieliśmy pozytywny trend.

ZUŻYCIE ENERGII²¹

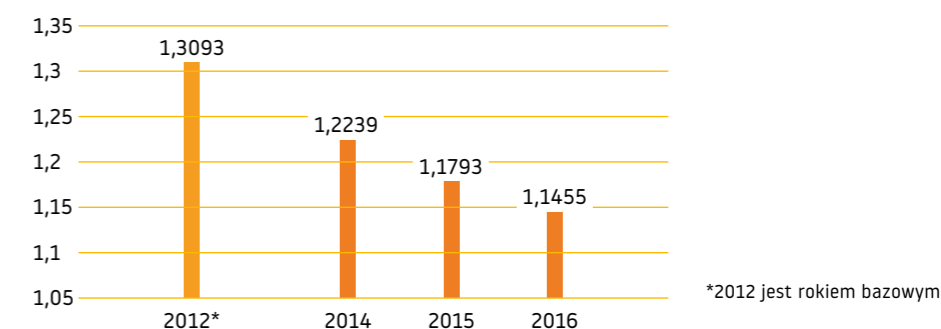
Produkcja naszych wyrobów wymaga użycia znaczących ilości energii. Do produkcji wykorzystujemy głównie energię pochodzącą ze spalania naturalnego gazu. Poniższy wykres pokazuje strukturę zużycia różnych typów energii w naszej fabryce. Z każdym rokiem wzrasta udział energii pochodzącej ze spalania gazu w strukturze zużycia energii.

STRUKTURA ZUŻYCIA ENERGII W FFP W LATACH 2014-16



W marcu 2014 roku uruchomiliśmy instalację mającą na celu obniżenie zużycia energii. Nowa instalacja odzyskuje ciepło z gorącej wody usuwanej z blanszera. Blanszer to urządzenie, w którym pocięte frytki przez ściśle określony czas są poddawane kąpeli wodnej w wysokiej temperaturze. Podczas tego procesu do wody przenikają naturalne cukry, co oznacza, że co jakiś czas należy dodawać świeżą wodę dla zachowania właściwych parametrów technologicznych. Ciepło odzyskane w instalacji jest wykorzystywane do podgrzewania zimnej wody dolewanej do blanszera. Dzięki tej instalacji, w kolejnych dwóch latach, zaobserwowaliśmy zmniejszone zużycie gazu w każdym z kolejnych miesięcy.

JEDNOSTKOWE ZUŻYCIE ENERGII W KWH/KG

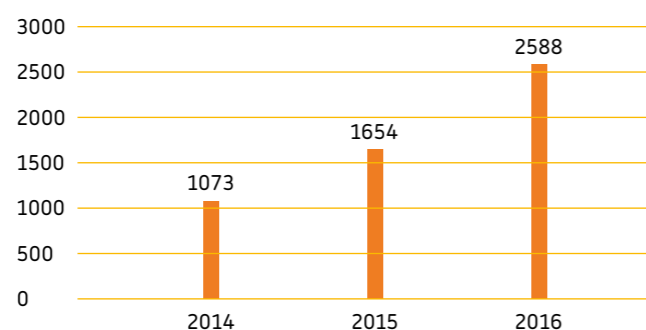


21 G4-EN3, G4-EN5

PRODUKCJA WŁASNEJ ENERGII ELEKTRYCZNEJ²²

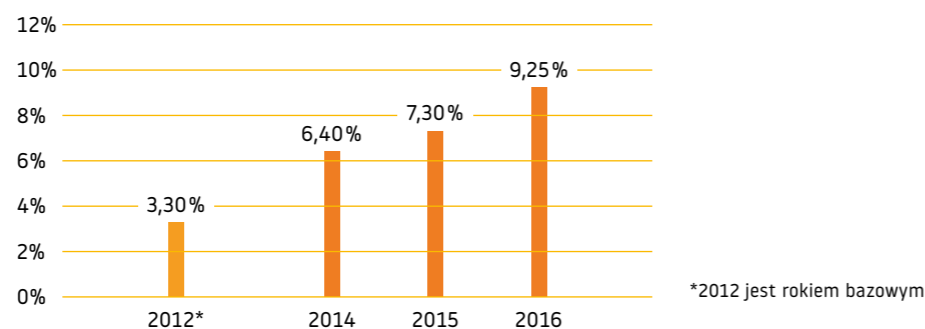
W 2016 wyprodukowaliśmy 2588 MWh energii elektrycznej, którą w całości wykorzystaliśmy na zaspokojenie potrzeb fabryki. Własna energia elektryczna stanowiła 8,2% całkowitego zapotrzebowania na energię elektryczną. Tym samym zmniejszyliśmy wolumen energii zakupionej. Przyjmując, że trzyosobowe gospodarstwo domowe zużywa rocznie 2,5 MWh energii, ilość energii elektrycznej wyprodukowanej w fabryce mogłaby pokryć roczne zapotrzebowanie na prąd dla ponad 1000 rodzin.

IŁOŚĆ ENERGII ELEKTRYCZNEJ WYPRODUKOWANEJ W FFP W MWH



Produkując coraz więcej własnej energii elektrycznej osiągamy kilka pomniejszych celów: zmniejszamy zapotrzebowanie na nieodnawialne paliwa kopalne, zwiększamy udział energii ze źródeł odnawialnych w całkowitym zużyciu energii przez fabrykę oraz zmniejszamy nasz ślad węglowy. Procentowy udział energii ze źródeł odnawialnych w zużyciu całkowitym systematycznie wzrasta od roku 2012.

PROCENT ZIELONEJ ENERGII W ZUŻYCIU ENERGII W FFP



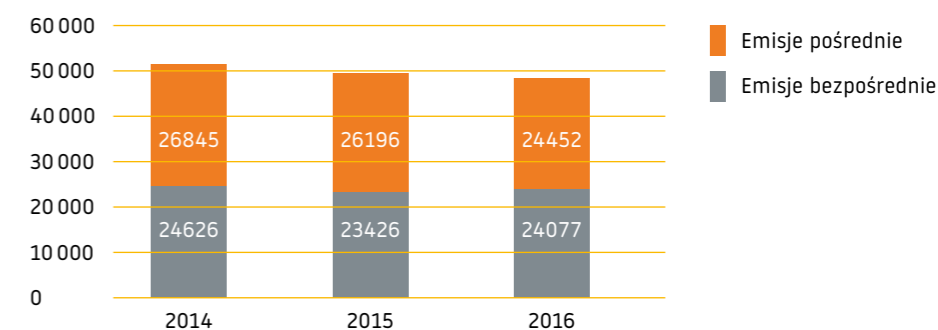
Nasz cel:

Do roku 2020 zamierzamy zwiększyć udział energii ze źródeł odnawialnych w całkowitym zużyciu energii do minimum 10%. W roku 2012, który przyjęliśmy jako rok bazowy wartość tego wskaźnika wynosiła 3,3%. W raportowanym okresie mieliśmy pozytywny trend.

EMISJE DO ATMOSFERY²³

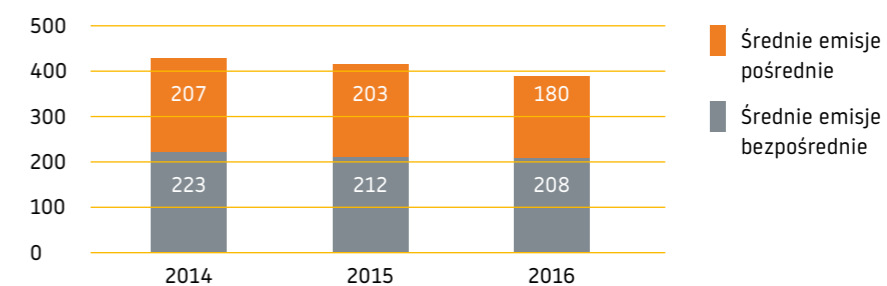
Ocenia się, że emisje gazów cieplarnianych (GHG) do atmosfery są jedną z najbardziej prawdopodobnych przyczyn powstania efektu globalnego ocieplenia. Polska należy do grupy krajów europejskich, w których poziom smogu w niektórych porach roku przekracza dopuszczalne normy, a tym samym jest zagrożeniem dla naszego życia i zdrowia. W naszej firmie dwa razy w roku mierzymy poziomy emisji z kotłów spalających gaz naturalny. Obliczenie całkowitych emisji całkowitych za lata 2014-2016 wykonano przy użyciu arkusza Bilan Carbone V7.4.

EMISJE BEZPOŚREDNIE ORAZ POŚREDNIE W FFP TONACH CO₂EQ



Emisje bezpośrednie obejmują emisje związane ze spalaniem paliw w kotłach i firmowych pojazdach. Natomiast emisje pośrednie są związane z zakupem energii elektrycznej. Suma obu emisji w roku 2016 wyniosła 48 529 ton i była o 2 942 tony niższa niż suma emisji w roku 2014, co stanowi spadek o 5,7%. W raportowanym okresie zanotowaliśmy zmniejszenie średnich emisji bezpośrednich oraz pośrednich wyrażonych w kg CO₂ na tonę gotowego produktu. Spadek średnich emisji bezpośrednich między pomiędzy 2014 a 2016 wyniósł 6,6% natomiast spadek średnich emisji pośrednich był znacznie wyższy i wyniósł 13%.

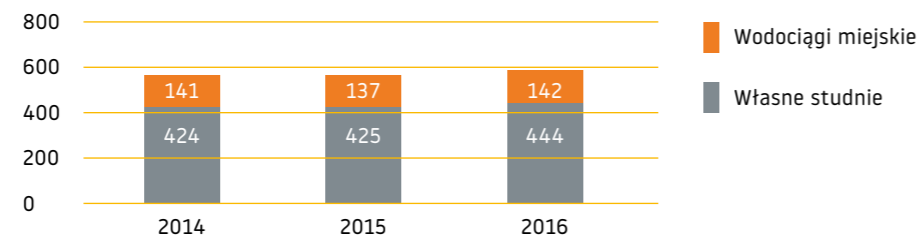
ŚREDNIE EMISJE BEZPOŚREDNIE I POŚREDNIE W KG CO₂EQ/T PRODUKTU



ZUŻYCIE WODY²⁴

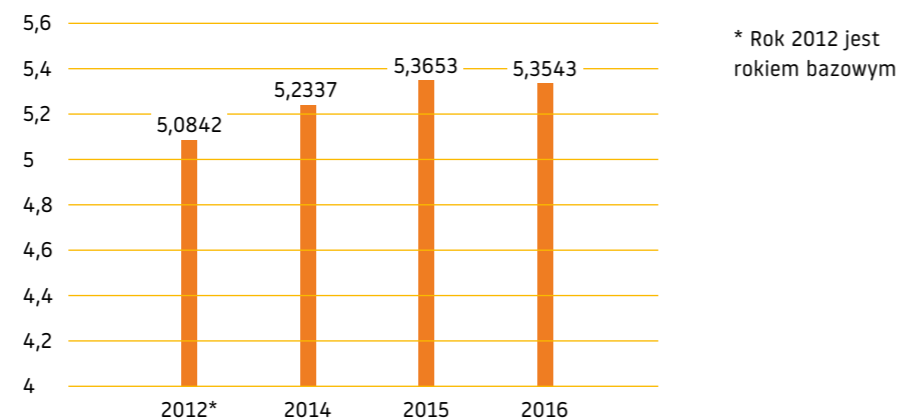
Produkcja w naszej firmie nie jest możliwa bez udziału wody. Dlatego stale monitorujemy pobór i zużycie wody. Wodę pobieramy z własnych ujęć na terenie zakładu oraz z miejskich wodociągów. Ponieważ każdego roku zwiększamy moce produkcyjne fabryki, wzrasta również nasze zapotrzebowanie na wodę.

STRUKTURA POBORU WODY NA POTRZEBY PRODUKCJI W FFP



Eliminowanie wycieków i uszczelnianie systemu obiegu wody nie przyniosło efektu w postaci zmniejszonego jednostkowego zużycia. Dlatego w drugiej połowie 2016 roku, zainicjowaliśmy projekt podczyszczania wody poprodukcyjnej do standardu wody pitnej, która spełni wszelkie normy stawiane wodzie wykorzystywanej do produkcji żywności. Planowany termin uruchomienia nowej instalacji to druga połowa 2018 roku. W raportowanym okresie mieliśmy negatywny trend we wskaźniku jednostkowego zużycia wody na 1 kg gotowego produktu. W najbliższych latach przeznaczymy więcej środków finansowych na poprawę tego wskaźnika.

JEDNOSTKOWE ZUŻYCIE WODY W L/KG



Nasz cel:

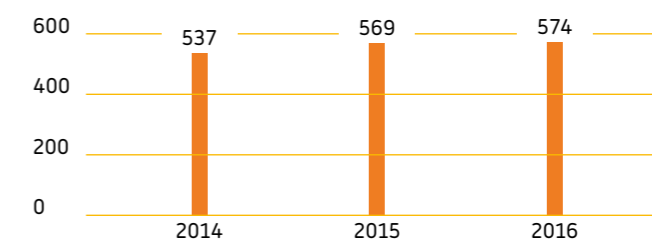
Do roku 2020 zamierzamy zmniejszyć jednostkowe zużycie wody potrzebnej do wyprodukowania 1 kg gotowego produktu o minimum 10%. Jako bazowy przyjęliśmy wynik roku 2012, kiedy jednostkowe zużycie wynosiło 5,0842 l/kg. W raportowanym okresie mieliśmy negatywny trend.



GOSPODARKA ŚCIEKAMI²⁵

Na terenie zakładu posiadamy własną dwustopniową podczyszczalnię ścieków. Etap biologiczno-mechaniczny w podczyszczalni został uruchomiony z chwilą rozpoczęcia produkcji w roku 1994. Coraz większe wolumeny produkcji spowodowały, że podjęliśmy decyzję o wybudowaniu nowoczesnej instalacji beztlenowej, która ruszyła pod koniec 2012 roku. W zbiorniku powstaje biogaz, który po oczyszczeniu jest spalany w jednostce ko-generacyjnej. Podczyszczone ścieki w całości są odprowadzane do Miejskiej Oczyszczalni w Lęborku. Zwiększone zapotrzebowanie na wodę do celów produkcyjnych przekłada się bezpośrednio na zwiększone ilości odprowadzanych ścieków do miejskiej oczyszczalni.

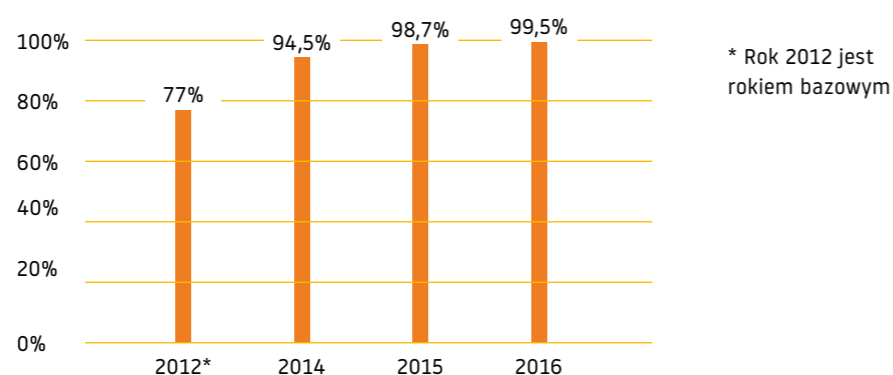
OBJĘTOŚCI ŚCIEKÓW ODPROWADZANYCH Z FFP DO OCZYSZCZALNI W TYS. M³



GOSPODARKA ODPADAMI

W raportowanym okresie recykling odpadów powstających w naszej fabryce pozostał na bardzo wysokim poziomie. W roku 2013 wskaźnik recyklingu po raz pierwszy w historii firmy przekroczył 96%, natomiast w roku 2016 ponad 99,5% naszych odpadów zostało poddane recyklingowi. W 2017 roku zamierzamy rozpocząć współpracę z lokalną firmą produkującą paliwo alternatywne. Dzięki tej współpracy na lokalne wysypisko nie będziemy transportowali żadnych odpadów poprodukcyjnych, a wyłącznie odpady komunalne z zakładowej kantyny. W fabryce segregujemy i przekazujemy do recyklingu odpady opakowaniowe, takie jak karton czy folia.

POZIOM RECYKLINGU ODPADÓW POWSTAJĄCYCH W FFP



Przetwarzanie odpadów organicznych w biogazowni jest najbardziej efektywnym wykorzystaniem odpadów organicznych. W wyniku przetworzenia uzyskuje się odnawialną energię elektryczną i ciepło oraz nawóz organiczny. Elektrownia Biogazowa w Darżynie jest największą tego typu instalacją w Polsce. Jesteśmy zadowoleni ze współpracy Farm Frites Poland. Ceniśmy sobie wiarygodność partnera, stabilność dostaw i wysoką kulturę prowadzenia biznesu.

MARCIN TOMASZEWSKI

Prezes firmy Nadmorskie Elektrownie Wiatrowe Darżyno sp. z o.o.



Nasz cel:

Do roku 2020 zamierzamy przekazać do recyklingu wszystkie odpady poprodukcyjne powstające w naszej fabryce, a tym samym nie składować żadnych naszych odpadów na lokalnym wysypisku. W roku bazowym, czyli 2012, recyklingowi poddaliśmy 77% odpadów, co oznacza, że 23% naszych odpadów trafiło na wysypisko. W raportowanym okresie mieliśmy pozytywny trend.

METODYKA I WSKAŹNIKI²⁶

Standard GRI G4 umożliwił wyłonienie najistotniejszych aspektów raportowania. Zespół pracowników FFP opracowujący raport zrównoważony przeanalizował i określił zakres wpływu aspektów – zarówno wpływów wewnątrz firmy, jak i na jej otoczenie.

KLUCZOWE ASPEKTY RAPORTOWANIA

ASPEKT RAPORTOWANIA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU	ODDZIAŁYWANIE ASPEKTU WEWNĄTRZ FIRMY	ODDZIAŁYWANIE ASPEKTU NA ZEWNĄTRZ FIRMY
Bezpieczeństwo i higiena pracy	✓	✓
Bezpieczeństwo żywności i jakość produktu – Zdrowie i bezpieczeństwo klientów – Znakowanie produktów – Relacje z dostawcami – Zarządzanie ryzykiem	✓	✓
Dobre praktyki zatrudnienia i kodeks etyczny – Zatrudnienie – Relacje pracownik–pracownik – Relacje pracownik–przełożony – Kodeks etyczny	✓	✓
Edukacja i szkolenia	✓	✓
Efektywne gospodarowanie zasobami – Woda – Energia – Odpady	✓	✓
Emisja CO₂ do atmosfery		✓
Spółeczność lokalna i inicjatywy społeczne	✓	✓
Utrzymanie potencjału finansowego – Wyniki ekonomiczne – Utrzymanie kluczowych klientów	✓	✓
Zgodność z prawem Mechanizmy skargowe	✓	✓
Zrównoważone rolnictwo Zgodność z FSA 2.0	✓	✓

Proces definiowania zawartości Raportu został przygotowany z wykorzystaniem Wytycznych GRI G4. Jednym z kluczowych elementów procesów było włączenie interesariuszy w proces doboru zagadnień poprzez spotkania i indywidualne wywiady z najważniejszymi interesariuszami tj.: klienci, pracownicy i dostawcy.

OPRACOWANO MATRYCĘ ISTOTNOŚCI ZAGADNIEŃ, KTÓRE OBEJMOWAŁY:

- identyfikację listy zagadnień specyficznych dla branży produkującej żywność,
- analizę działalności firmy i zmian jakie nastąpiły w okresie ostatnich trzech lat,
- włączono interesariuszy do procesu identyfikacji kluczowych tematów,
- opracowano listę zagadnień szczególnie ważnych dla firmy.

MATRYCA ISTOTNOŚCI ZAGADNIEŃ POZWOLIŁA ZIDENTYFIKOWAĆ TEMATY, KTÓRE ZOSTAŁY OPISANE W RAPORCIE:

- produkcja zdrowej i bezpiecznej żywności,
- zrównoważone rolnictwo,
- wpływ działalności firmy na otoczenie (informacja o możliwych zagrożeniach, formy zabezpieczeń, monitoring zdarzeń, sposoby informowania o zdarzeniach i potencjalnych niebezpieczeństwach),
- monitorowanie i publiczne udostępnianie wskaźników wpływu firmy na środowisko – woda, gleba, powietrze,
- relacje i współpraca z lokalną społecznością – komunikacja nt. działalności firmy, współpraca z organizacjami pozarządowymi, działalność filantropijna, promocja regionu,
- relacje i komunikacja z pracownikami – dobre praktyki zatrudnieniowe,
- standardy współpracy z dostawcami, łańcuch dostaw,
- etyka branży – kodeks etyczny, budowanie wspólnych standardów.

Proces definiowania zakresu raportu opierał się na czterech zasadach raportowania. Są to: **istotność, uwzględnianie interesariuszy, kontekst zrównoważonego rozwoju i kompletność.**



PROCES TEN SKŁADAŁ SIĘ Z TRZECH ETAPÓW:

- Analiza kwestii zrównoważonego rozwoju wskazanych w standardzie GRI podnoszonych przez interesariuszy podczas sesji dialogowych.
- Wybór najważniejszych kwestii zrównoważonego rozwoju przez kadre zarządzającą, która w trakcie warsztatów strategicznych przedyskutowała kluczowe dla firmy kwestie zrównoważonego rozwoju i określiła priorytety w tym zakresie.
- Dobór wskaźników, które w najlepszy sposób opisują kluczowe kwestie zrównoważonego rozwoju dla firmy.



WSKAŹNIKI GRI G4

WSKAŹNIK	OPIS WSKAŹNIKA	STRONA W RAPORCIE
WSKAŹNIKI PROFILOWE		
Strategia i analiza		
G4-1	Oświadczenie ze strony najważniejszych rangą decydentów w organizacji	6, 7, 20
G4-2	Opis kluczowych wpływów, ryzyk i szans	6, 7
Profil organizacji		
G4-3	Nazwa organizacji	4, 5
G4-4	Podstawowe marki i produkty	10
G4-5	Lokalizacja siedziby głównej organizacji	4, 5
G4-6	Liczba krajów, w których działa organizacja	14
G4-7	Charakter własności oraz forma prawna	14
G4-8	Rynki obsługiwane przez organizację	14
G4-9	Skala organizacji	14
G4-10	Dane na temat zatrudnienia	45
G4-11	Zbiorowy układ pracy	44
G4-12	Łańcuch dostaw organizacji	34
G4-13	Znaczące zmiany w raportowanym okresie	4, 5
G4-14	Stosowanie zasady przezroczności	21
G4-15	Zewnętrzne inicjatywy, deklaracje oraz zasady, do których organizacja się stosuje	17
G4-16	Uczestnictwo w stowarzyszeniach	17
Zidentyfikowane istotne aspekty oraz odpowiadające im granice		
G4-17	Zidentyfikowane istotne aspekty oraz ich granice	73
G4-18	Proces definiowania treści raportu oraz granic aspektów	73
G4-19	Zidentyfikowane aspekty	73
G4-20	Granice wewnętrzne istotnych aspektów	73
G4-21	Granice zewnętrzne istotnych aspektów	73
G4-22	Zmiany w informacjach w poprzednim raporcie	4, 5
G4-23	Zmiany względem poprzedniego raportu dotyczące zakresu i granic aspektów	4, 5

WSKAŹNIK	OPIS WSKAŹNIKA	STRONA W RAPORCIE
WSKAŹNIKI PROFILOWE		
Zaangażowanie interesariuszy		
G4-24	Lista grup interesariuszy zaangażowanych przez organizację	23
G4-25	Podstawy identyfikacji i selekcji zaangażowania interesariuszy	23
G4-26	Opis podejścia organizacji do zaangażowania interesariuszy	53
G4-27	Kluczowe kwestie poruszane przez interesariuszy	53
Profil raportu		
G4-28	Okres raportowania	4, 5
G4-29	Data poprzedniego raportu	4, 5
G4-30	Cykl raportowania	4, 5
G4-31	Osoby kontaktowe w zakresie pytań o treść raportu	4, 5
G4-32	Opcja „zgodnie z” wybraną przez organizację	4, 5
G4-33	Zewnętrzna i wewnętrzna weryfikacja raportu	4, 5
Ład organizacyjny		
G4-34	Struktura organu zarządzającego organizacją	13
Etyka		
G4-56	Wartości organizacji, jej zasady i normy zachowania	22

WSKAŹNIK	OPIS WSKAŹNIKA	STRONA W RAPORCIE
WSKAŹNIKI SZCZEGÓŁOWE		
Bezpieczeństwo i higiena pracy		
G4-DMA	Podejście do zarządzania	54
G4-LA6	Wskaźnik nieobecności w pracy z powodu urazów	55
Bezpieczeństwo żywności i jakość produktu		
G4-DMA	Podejście do zarządzania	28
G4-PR5	Wyniki badań pomiaru satysfakcji klientów	30
Dobre praktyki zatrudnienia i kodeks etyczny		
G4-DMA	Podejście do zarządzania	45
G4-LA1	Zatrudnienie i rotacja pracowników	45
G4-LA12	Skład kadry zarządzającej w podziale wg płci	12
Edukacja i szkolenia		
G4-DMA	Podejście do zarządzania	46-47
G4-LA9	Budżet szkoleniowy	46-47
Efektywne gospodarowanie zasobami		
G4-DMA	Podejście do zarządzania	66
G4-EN3	Zużycie energii wewnątrz organizacji	67
G4-EN5	Intensywność zużycia energii	67
G4-EN6	Zmniejszenie zużycia energii	68
G4-EN8	Pobór wody według źródła	70
G4-EN22	Całkowita objętość ścieków	71
G4-EN23	Całkowita waga odpadów	72

WSKAŹNIK	OPIS WSKAŹNIKA	STRONA W RAPORCIE
WSKAŹNIKI SZCZEGÓŁOWE		
Emisja CO2 do atmosfery		
G4-DMA	Podejście do zarządzania	69
G4-EN15	Bezpośrednie emisje gazów cieplarnianych	66
G4-EN16	Pośrednie emisje gazów cieplarnianych	69
G4-EN18	Intensywność emisji gazów cieplarnianych	69
Spółeczność lokalna i inicjatywy społeczne		
G4-DMA	Podejście do zarządzania	58
G4-S02	Działania mające wpływ na społeczności lokalne	58-63
G4-S05	Przypadki korupcji	58-63
Utrzymanie potencjału finansowego		
G4-DMA	Podejście do zarządzania	20
G4-EC1	Bezpośrednia wartość ekonomiczna wytworzona i podzielona	14
Zgodność z prawem		
G4-DMA	Podejście do zarządzania	20
G4-S010	Wpływ na społeczeństwo w łańcuchu dostaw	20
Zrównoważone rolnictwo		
G4-DMA	Podejście do zarządzania	38
G4-FP1	Udział dostawców spełniających wymagania firmy	38-41
G4-FP2	Procent surowca poddanego weryfikacji przez firmy audytorskie	38-41

PODZIĘKOWANIA

W przygotowanie „Raportu Zrównoważonego Rozwoju 2014–2016” aktywnie byli zaangażowani pracownicy oraz Zarząd naszej firmy. Bez ich wiedzy, doświadczenia oraz zaangażowania, nie udało by się nam podsumować trzech lat działalności FFP.

Szczególne podziękowania kierujemy do grupy roboczej, która pracowała nad ostatecznym kształtem raportu:

Małgorzaty Koniuszy
Katarzyny Majchrzak
Doroty Markiewicz-Kubik
Wojciecha Kiedrowicza
Andrzeja Mocha
Jarosława Wańkowicza

Oraz do osób, które dostarczyły szczegółowych danych do raportu, a byli to:

Anna Damps
Joanna Dawidowska
Iwona Górską
Izabela Kleinschmidt
Ewa Lubańska
Agnieszka Mocos
Monika Olejnik-Myslińska
Joanna Pruszevicz
Agnieszka Wiśniewska
Andrzej Dymowski
Tadeusz Szkudlarek

Dziękujemy Patrycji Osińskiej za pomoc przy określeniu ram raportu odpowiadających standardom GRI G4.

Dziękujemy panu Grzegorzowi Laskowskiemu za piękne zdjęcia, przedstawiające różne aspekty życia naszej firmy oraz pracownikom, którzy znaleźli się na tych zdjęciach, a w szczególności Małgorzacie Fidali i Michałowi Goitowskiemu, którzy dodatkowo podzielili się z nami swoją sportową pasją.

Fotografia na stronach 56–57 pochodzi z Archiwum Urzędu Miejskiego w Lęborku.

www.ffp.pl

