



SPHERA

2022

Raport de Sustenabilitate

SPHERA FRANCHISE GROUP

Cuprins

Despre raport	4
----------------------	----------

Mesajul CEO-ului	5
-------------------------	----------

1. Despre Companie	6
---------------------------	----------

1.1 Brandurile noastre	9
1.2 Diagrama anului 2022	10
1.3 Guvernanța corporativă	12
1.4 Conformarea și managementul riscului	18
1.5 Securitatea cibernetică	22
1.6 Lanțul valoric	23
1.7 Premii și afilieri	24

2. Strategia de Sustenabilitate	26
--	-----------

2.1 Analiza materialității	29
2.2 Implicarea părților interesate	36
2.3 Raportarea conform Taxonomiei UE	38

3. Produsele Noastre	42
-----------------------------	-----------

3.1 Brandurile noastre	43
3.2 Responsabilitate în comunicare și inovare	44
3.2.1 Marketing responsabil	44
3.2.2 Inovare și digitalizare	45
3.2.3 Acuratețea informației și comunicarea	46

3.3 Lanțul de aprovizionare	47
3.3.1 Trasabilitatea în lanțul de aprovizionare	47
3.3.2 Achiziții etice în lanțul de aprovizionare	48
3.3.3 Diversitatea în lanțul de aprovizionare	49
3.3.4 Continuitatea și echilibrul în lanțul de aprovizionare	50
3.4 Calitatea și siguranța alimentului	50

4. Grija pentru Mediu	54
------------------------------	-----------

4.1 Energie	55
4.1.1 Consumul de energie electrică	56
4.1.2 Consumul de gaze naturale	57
4.1.3 Eficiența energetică	57
4.2 Transport eficient și livrare în timp	58
4.3 Consumul de apă	61
4.4 Economia circulară, valorificarea și reciclarea deșeurilor	63
4.4.1 Reducerea consumului de materiale din plastic	67
4.5 Risipa alimentară	69
4.6 Emisiile de carbon și impactul asupra climei	70
4.6.1 Amprenta de carbon	70

5. Oameni și Comunitate	72
--------------------------------	-----------

5.1 Echipa noastră	73
5.1.1 Diversitatea și drepturile omului	77
5.1.2 Sănătatea și securitatea angajaților	80
5.1.3 Dezvoltarea și creșterea competențelor angajaților	83
5.1.4 Satisfacția și starea de bine a angajaților	87
5.2 Implicarea în Comunitate	91
5.3. Satisfacția clienților	93

Index GRI și SASB	96
--------------------------	-----------

Disclaimer	105
-------------------	------------

Despre raport

Sphera Franchise Group implementează un model de raportare anuală a performanțelor sale, cu scopul de a oferi informații transparente despre impactul aspectelor esențiale ale businessului, provocările și realizările companiilor Grupului. Prezentul document reprezintă cel de-al patrulea Raport de Sustenabilitate elaborat, aferent anului financiar 2022 și publicat la data de 30.06.2023. Informațiile comunicate cuprind perioada de raportare 01.01.2022 – 31.12.2022. Raportul oferă o imagine corectă și reală asupra acțiunilor întreprinse în contextul modelului de business sustenabil și asupra contribuției companiei la eforturile globale concretizate prin obiectivele de dezvoltare durabilă adresate de Agenda 2030 a Organizației Națiunilor Unite (ONU).

Aria de aplicabilitate a raportului

Informațiile din acest raport prezintă performanțele economice, sociale și de mediu ale celor șase companii din România, Republica Moldova și Italia care alcătuiesc Grupul Sphera. Raportul cuprinde într-o manieră integrată operațiunile Grupului și ale companiilor aflate în portofoliu:

- Sphera Franchise Group;
- U.S. Food Network SA (KFC România*);
- U.S. Food Network SRL Moldova (KFC Moldova*);
- U.S. Food Network S.r.l. Italia (KFC Italia*);
- American Restaurant System SA (Pizza Hut România, Pizza Hut Delivery România*);
- California Fresh Flavors SRL (Taco Bell România*).

* Menționăm că denumirile prescurtate ale companiilor vor fi evidențiate în cadrul prezentului raport.

Referințe și linii directoare de raportare

Raportul respectă Directiva 2014/95/UE, privind raportarea nefinanciară (NFRD), cel mai important act legislativ european privind obligațiile de raportare în ceea ce privește sustenabilitatea, precum și prevederile transpuse în legislația națională prin Ordinul Ministrului Finanțelor Publice 1938/2016 cu modificările ulterioare. De asemenea, sunt cuprinse cerințele prevăzute de Regulamentul (UE) 2020/852 privind instituirea unui cadru care să faciliteze investițiile durabile.

Metodologia de raportare utilizată se bazează pe standardul Global Reporting Initiative (GRI) 2021 și standardul Sustainability Accounting Standards Board (SASB) 2018 aplicat pentru sectorul „Food & Beverage”, industria restaurantelor. Lista completă a indicatorilor de performanță conform celor două cadre de raportare poate fi găsită în ultima secțiune, denumită „GRI și SASB Index”.

Cadrul de raportare

Procesul de definire al cadrului de raportare a pornit și anul acesta de la analiza materialității și prezintă perspectiva dublei materialități. Această analiză a fost realizată în anticiparea Directivei 2022/2464/UE privind raportarea sustenabilității corporative (CSRD) care va modifica NFRD, începând cu anul financiar 2024. Astfel, riscurile și oportunitățile privind sustenabilitatea pe lanțul valoric au fost analizate din două perspective: materialitatea financiară – prin

implicarea managementului organizației pentru a identifica impactul problemelor de sustenabilitate asupra companiei – și materialitatea de mediu și socială – prin implicarea și consultarea extinsă a părților interesate interne și externe organizației pentru a determina impactul companiei asupra mediului și al societății. Indicatorii cantitativi utilizați ilustrează performanța companiei pentru anul 2022, comparativ cu ultimii doi ani de raportare. Datele indisponibile sunt marcate cu N/A (Not Available).

Rectificări de informații

Anul acesta au fost necesare rectificări privind anumite date raportate în 2021 în capitolul „Grija pentru Mediu”. Valorile rectificate sunt marcate direct în capitol, împreună cu explicațiile relevante.

Asigurarea raportului

Acest raport nu a fost verificat de o companie independentă de audit extern, însă Consiliul de Administrație și Top Managementul Sphera Franchise Group reprezintă o parte activ implicată în supravegherea procesului de raportare.

Contact

Opiniile, sugestiile sau întrebările cu privire la acest raport pot fi transmise la adresa de e-mail contact@spheragroup.com. Pentru mai multe informații despre abordarea Sphera Franchise Group privind sustenabilitatea, vă invităm să consultați site-ul: <https://spheragroup.com/sustenabilitate/>.

Sphera Franchise Group SA
Calea Dorobanților 239, camera 4, etaj 2,
010567, București, Sector 1, România.



Mesajul CEO-ului

Dragi cititori,

Raportul de Sustenabilitate al Sphera Franchise Group, aflat la ediția a 4-a, acoperă încă un an în care conceptul ESG a fost testat și revalidat, după o perioadă pandemică ce ne-a pus față în față cu provocări cu totul noi și neașteptate. 2022 a debutat, din păcate, cu un război la graniță care ne-a făcut să conștientizăm că în spatele ESG stau valori, decizii de business și politici ce dau adevărata măsură a unei companii.

Anul 2022 ne-a arătat că responsabilitatea socială ține de ADN-ul unui brand, pentru că, dincolo de angajamentul față de comunitățile în care activează sau cauzele în care se implică, înseamnă respectarea unor valori universale valabile. A contribui la binele societății, în general, și a ajuta atunci când este nevoie, unde este nevoie. A lua deciziile grele, dar corecte, precum reconfigurarea businessului chiar dacă acest lucru înseamnă pierderea unor piețe sau a unor surse de aprovizionare importante. Grupul Sphera a susținut cu donații în bani și produse refugiații din Ucraina – și ne bucurăm că nu am fost o excepție și că mediul de business s-a mobilizat, demonstrând că oamenii sunt mereu pe primul loc. Ne-am actualizat politicile, inclusiv cele în relația cu furnizorii, precum și Codul de Conduită, pentru a ne asigura că standardele de integritate, precum și de securitate și de siguranță alimentară, sunt aplicate în fiecare zonă de activitate a businessului nostru, precum și pe lanțul de aprovizionare.

34 de naționalități diferite am numărat în rândul colegilor noștri în anul 2022 și suntem mândri că întreținem și încurajăm un mediu favorabil diversității. Susținem dezvoltarea și creșterea pe baze de performanță, fără discriminări. Procentul femeilor în poziții de management este de peste 50% în 5 dintre cele 6 companii din Grup.

Am investit peste un milion de lei în proiecte de CSR, susținând în special nevoile de educație ale copiilor din medii defavorizate, alături de partenerii noștri tradiționali – SOS Satele Copiilor, World Vision, Centrul de Zi Aurora. Ne-am menținut angajamentul de reducere a risipei alimentare și, prin programul nostru de donare de alimente Harvest, am donat 7 tone de mâncare în 2022.

Anul trecut ne-a retestat angajamentele față de sustenabilitate, într-un context

puternic inflaționist, și suntem mândri de progresele pe care le-am făcut în pofida acestuia. Consumul total de energie al Grupului a fost cu doar 0,53% mai mare față de anul 2021, în condițiile în care am crescut rețeaua de restaurante cu 7 unități. Am redus consumul de motorină al flotei proprii cu 24%, iar pe cel de benzină cu 14%. Reciclăm 100% ambalajele metalice și pe cele din sticlă, în restaurantele din România și Moldova. Solicităm tuturor furnizorilor de produse din hârtie să facă dovada că se aprovizionează cu materie primă rezultată din păduri gestionate prin management sustenabil.

Toate cele trei companii care operează în România brandurile KFC, Pizza Hut & Pizza Hut Delivery și Taco Bell au fost certificate în cursul anului 2022 în managementul siguranței alimentare ISO 22000:2018, care stabilește cerințele pentru un sistem de management al siguranței alimentelor. În 2022, toate restaurantele noastre au fost auditate de o autoritate în domeniul siguranței alimentare.

34 de naționalități diferite am numărat în rândul colegilor noștri în anul 2022 și suntem mândri că întreținem și încurajăm un mediu favorabil diversității. Susținem dezvoltarea și creșterea pe baze de performanță, fără discriminări. Procentul femeilor în poziții de management este de peste 50% în 5 dintre cele 6 companii din Grup.

Am investit peste un milion de lei în proiecte de CSR, susținând în special nevoile de educație ale copiilor din medii defavorizate, alături de partenerii noștri tradiționali – SOS Satele Copiilor, World Vision, Centrul de Zi Aurora. Ne-am menținut angajamentul de reducere a risipei alimentare și, prin programul nostru de donare de alimente Harvest, am donat 7 tone de mâncare în 2022.

De asemenea, anul trecut am început demersurile pentru realizarea raportului referitor la riscurile și oportunitățile asociate schimbărilor climatice, în baza recomandărilor formulate de Grupul operativ pentru publicarea informațiilor financiare privind schimbările climatice (Task Force on Climate – related Financial Disclosures – TCFD). Finalizată și publicată anul acesta, raportarea este voluntară și vine să consolideze practicile sustenabile ale Grupului Sphera.

Suntem mândri că în 2022 demersurile noastre în domeniul ESG au fost vizibile și au obținut recunoaștere. Sphera a fost încadrată la categoria „Risc ESG Scăzut”, cu un scor de 18,7, în urma evaluării realizate de Morningstar Sustainability, lider global în furnizarea de research și ratinguri ESG. Scorul obținut arată că avem o transparență ridicată în comunicarea informațiilor referitoare la ESG, dovedind că ne-am asumat responsabilitatea în fața investitorilor și a publicului pentru acțiunile noastre și impactul lor asupra mediului și comunităților.

Pentru acest raport de sustenabilitate, am făcut un pas mai departe în consultarea cu stakeholderii și am analizat riscurile și oportunitățile privind sustenabilitatea pe lanțul valoric utilizând metodologia dublei materialități, adică atât a impactului financiar, a aspectelor de sustenabilitate asupra companiei, cât și a celui pe care compania îl are asupra mediului și societății.

Raportul de Sustenabilitate pentru anul 2022 include de asemenea, o raportare pe baza Taxonomiei UE, conformându-ne reglementărilor care prevăd publicarea informațiilor cu privire la modul și măsura în care fluxurile de capital sunt direcționate către activități economice durabile din punct de vedere al mediului.

Vă invităm să citiți mai multe despre acțiunile, rezultatele și angajamentele noastre în zona ESG din Raportul de Sustenabilitate pentru anul 2022.

Călin Ionescu
CEO
Sphera Franchise Group

1 Despre Companie

Despre Sphera Franchise Group SA

Sphera Franchise Group SA („Sphera”, „Compania” sau „Societatea”) a fost înființată pe 16 mai 2017, ca o societate pe acțiuni, activă în trei piețe geografice – România, Republica Moldova și Italia – cu sediul social în București.

Compania prestează servicii de management, marketing, dezvoltare, suport în vânzări, resurse umane

și altele pentru filialele sale US Food Network SA („USFN”), U.S. Food Network S.r.l. („USFN Italia”), U.S. Food Network SRL („USFN Moldova”), California Fresh Flavors S.R.L. („CFF”) și American Restaurant System S.A. („ARS”). Împreună, aceste entități formează „Grupul Sphera” („Grupul” sau „SFG”) cel mai mare grup din industria de food service din România.

Sphera Franchise Group SA este listată la Bursa de Valori București din anul 2017, având simbolul bursier „SFG”.



SCOP

Dezvoltare prin relevanță și încredere



VIZIUNE

Să fim lideri ai industriei de food service din România și să devenim un actor important la nivel european



MISIUNE

Să oferim clienților o experiență memorabilă, susținută de servicii excelente și produse unice, pregătite de echipe pasionate

Grupul Sphera are o strategie de sustenabilitate bazată pe misiunea de a oferi clienților o experiență memorabilă, susținută de servicii excelente și produse unice, pregătite de echipe pasionate.

Activitatea companiei se desfășoară în jurul a patru piloni fundamentali: Business, Produse, Oameni și Comunitate, Mediu. Astfel, Grupul se angajează prin natura activităților sale să ofere produse alimentare sigure și de calitate, să aibă un impact pozitiv asupra comunităților în care operează și să fie responsabil față de mediul înconjurător.

Despre companiile deținute

Sphera Franchise Group deține companiile care operau la 31.12.2022 în sistem de franciză următoarele branduri:

1. Restaurante cu servire rapidă:

- **Kentucky Fried Chicken (KFC)** – USFN operează 96* de restaurante în România, USFN Italia – 20 în Italia și USFN Moldova – 2 în Republica Moldova;
- **Taco Bell** – CFF are 15 restaurante în București, Cluj, Brașov, Constanța, Timișoara, Sibiu, Craiova, Iași, Bacău și Ploiești.

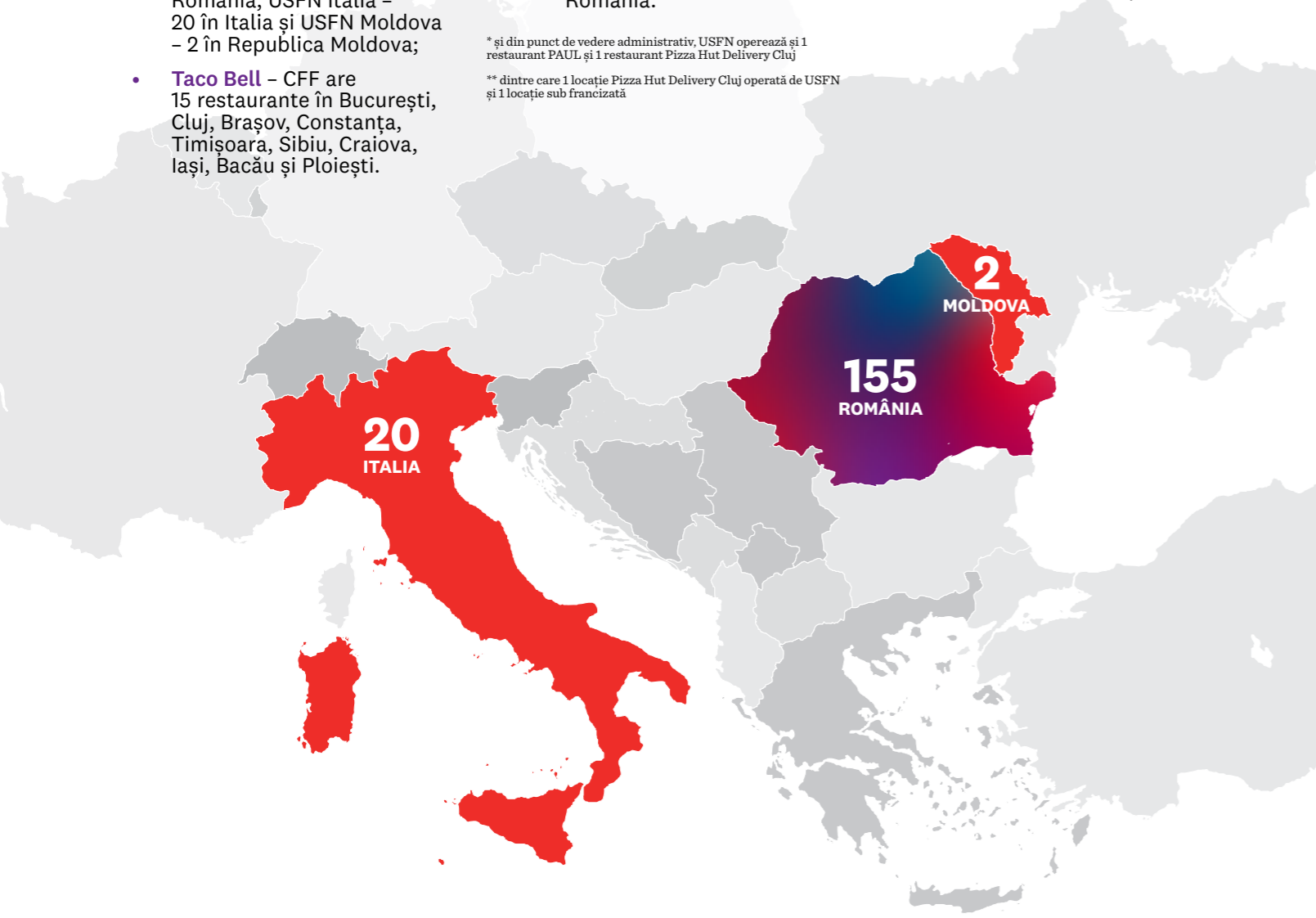
2. Restaurante cu servire la masă:

- **Pizza Hut Dine-in & Pizza Hut Delivery** – ARS operează 43** de locații în România.

* și din punct de vedere administrativ, USFN operează și 1 restaurant PAUL și 1 restaurant Pizza Hut Delivery Cluj

** dintre care 1 locație Pizza Hut Delivery Cluj operată de USFN și 1 locație sub francizată

La finalul anului 2022, Sphera Franchise Group opera **177 de restaurante**, dintre care 23 de locații cu drive-thru, având un total de peste **4 900 de angajați** activi.



KFC

KFC (Kentucky Fried Chicken) este al doilea cel mai mare lanț global de restaurante cu servire rapidă (QSR), specializat în preparate din carne de pui. KFC oferă produse din pui, dar și salate sau opțiuni vegetariene, meniuri care conțin o porție dintr-un produs pe bază de pui, cartofi prăjiți și o băutură nealcoolică, precum și „Buckets” pentru consumul individual sau de grup.



Pizza Hut este un restaurant cu servire la masă cu o prezență de peste 60 de ani la nivel internațional. Cu serviciul său de livrare la domiciliu, Pizza Hut Delivery a devenit unul dintre cele mai populare concepte de livrare de pizza din România. Pentru a satisface gusturile clienților săi, Pizza Hut oferă o gamă largă de produse, de la pizza și paste la burgeri, precum și băuturi nealcoolice și deserturi.



Taco Bell este un important lanț global de restaurante cu servire rapidă inspirat de bucătăria mexicană. Restaurantele sale oferă o varietate de mâncăruri de inspirație mexicană, inclusiv taços, burritos, quesadillas, nachos și alte specialități.

1.1 Brandurile noastre

În 2022, ne-am continuat eforturile de consolidare a poziției în piață și de extindere a rețelei de restaurante, înregistrând creșteri în anumite segmente ale brandurilor noastre, subliniind astfel succesul și angajamentul nostru în a oferi experiențe memorabile clienților noștri.

Evoluția în piață a companiilor din componenta Sphera Franchise Group

	2020	2021	2022
KFC România	86	92	96*
KFC Italia	18	20	20
KFC Moldova	2	2	2
Pizza Hut (Dine-In)	21	22	22
Pizza Hut Delivery	18	20	21
Taco Bell	11	13	15

* din punct de vedere administrativ, KFC România operează și 1 restaurant PAUL și 1 restaurant Pizza Hut Delivery Cluj

1.2 Diagrama anului 2022

perioada de raportare 01.01.2022-31.12.2022

ORGANIZAȚIE*	SFG	USFN	ARS	USFN MD	USFN IT	CFF
ECONOMIC						
Număr de restaurante	-	96**	43	2	20	15
Venituri nete (mii lei)	85 582***	948 053	122 918	17 393	166 335	69 303
Venituri nete (mii euro)	17 354***	192 240	24 925	3 527	33 728	14 053
Taxe și impozite (excluzând costurile sociale de mai jos) (mii lei)	594	3 220	1 009	305	(2 946)	1 074
Taxe și impozite (excluzând costurile sociale de mai jos) (mii euro)	120	653	205	62	(597)	218
Costuri cu salariile și beneficiile pentru angajați (mii lei)	29 506	199 608	35 838	2 428	45 031	16 742
Costuri cu salariile și beneficiile pentru angajați (mii euro)	5 983	40 475	7 267	492	9 131	3 395
EBIT (profit/pierdere înainte de cheltuieli & venituri financiare și impozitare) (mii lei)	45 087	81 451	(9 896)	2 394	(10 913)	(141)
EBIT (profit/pierdere înainte de cheltuieli & venituri financiare și impozitare) (mii euro)	9 142	16 516	(2 007)	485	(2 213)	(29)
Profit net/Pierdere neta (mii lei)	43 383	67 717	(12 944)	1 966	(12 096)	(3 450)
Profit net/Pierdere neta (mii euro)	8 797	13 731	(2 625)	399	(2 453)	(700)

* datele financiare sunt prezentate pe bază individuală, incluzând tranzacțiile între societățile din cadrul Sphera Franchise Group. Datele financiare sunt raportate conform standardelor IFRS

** din punct de vedere administrativ, USFN operează și 1 restaurant PAUL și 1 restaurant Pizza Hut Delivery Cluj

*** SFG - Venituri nete din servicii și dividende, excluzând veniturile din vânzări de active (129 mii lei reprezentând 26 mii euro)

perioada de raportare 01.01.2022-31.12.2022

ORGANIZAȚIE	SFG	USFN	ARS	USFN MD	USFN IT	CFF
SOCIAL						
Număr de angajați*	172	3519	705	81	395	341
Total instruiți (ore)	1 774	269 755	49 674	2 920	18 059	33 727
Alimente donate (kg)	-	6 973	-	-	-	-
Investiții în comunitate (euro)	810	210 693	7 968	-	-	9 022
MEDIU						
Deșeurile din hârtie/carton (tone)	-	560,14	36,57	18,10	199,19	18,78
Deșeurile din plastic (tone)	-	92,24	13,88	1,50	75,61	10,25
Deșeurile ulei uzat (tone)	-	131,42	2,12	2,90	67,61	9,20
Deșeurile alimentare (tone)	-	60,67	0,01	1,30	42,23	0,26
Consum de energie electrică (MWh)	-	27 274,00	6 100,82	529,88	5 519,07	1 887,98
Consum de apă (m ³)	-	205 182	24 539	5 358	47 076	7 748

* angajați total (activi + suspendați) la 31 decembrie 2022

1.3 Guvernanța corporativă

Sphera Franchise Group își desfășoară activitățile cu integritate și respect față de societate. În baza unui cadru transparent și structurat, politicile și angajamentele Sphera asigură respectarea principiilor și cerințelor de conduită internă și anti-corupție, inclusiv evaluarea furnizorilor și asigurarea transparenței în ceea ce privește reclamațiile primite.

Sphera acordă o importanță deosebită activităților și proceselor

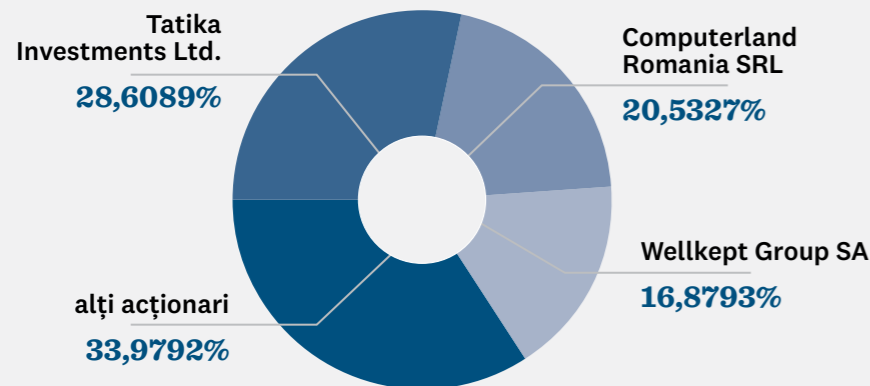
desfășurate în cadrul Grupului. Implementarea unor politici interne solide, menite să prevină corupția și conflictele de interese, demonstrează angajamentul Grupului de a respecta cele mai înalte standarde etice și profesionale.

Sphera își asumă respectarea principiilor și cerințelor de conduită internă, care reflectă angajamentele și responsabilitățile în ceea ce privește gestionarea businessului. Aceste principii și cerințe se aplică

la toate nivelurile organizației, inclusiv în relațiile cu partenerii și furnizorii, asigurând astfel o evaluare riguroasă și transparentă a tuturor părților implicate.

Transparența este un element cheie în guvernanța corporativă a Grupului Sphera, care promovează o comunicare deschisă și onestă cu toate părțile implicate. Aceasta presupune monitorizarea și raportarea constantă a performanței companiei.

Structura acționariatului Sphera Franchise Group la 31.12.2022



Activele deținute de Sphera Franchise Group în 2022

ACTIVE (mii lei)*

2022

Active imobilizate

537 600

Active circulante

168 282

Total active

705 882

Total capital propriu

116 364

* date financiare consolidate conform raportării IFRS.

Politicile, procedurile și codurile de conduită ce exprimă angajamentele și responsabilitățile cu privire la conducerea businessului și desfășurarea activităților din cadrul Sphera, inclusiv evaluarea furnizorilor și a partenerilor de afaceri, pot fi consultate pe website-ul Societății, în cadrul secțiunilor: **Guvernanța Corporativă** și **Sustenabilitate**. Aceste politici asigură un cadru clar și bine structurat pentru desfășurarea activităților operaționale și de raportare, incluzând:

- Codul de Conduită al Sphera Group;
- Ghidul de raportare continuă (Continuous Reportings Guidelines);
- Politica Sphera privind Guvernanța și Raportarea ESG;
- Politica Sphera de Anticorupție
- Politica privind Conflictul de Interese;
- Politica privind Dividendele;
- Politica privind Previziunile (Forecast Policy);
- Procedura de Organizare și Desfășurare a Adunărilor Generale ale Acționarilor;
- Politica privind Remunerarea;
- Politica de Raportare Financiară;
- Politica privind Operațiunile eficiente (lanțul de aprovizionare, operațiunile restaurantului);
- Politica Sphera privind Codul de conduită al Furnizorului;
- Politica Sphera de Aprovizionare cu ambalaje pe bază de hârtie;
- Politica Sphera privind Drepturile Omului și Angajamentele cheie la nivel de lanț de aprovizionare;
- Politica Sphera privind Ambalajele Durabile;
- Politica Sphera privind Bunăstarea Animalelor;
- Politica Sphera privind Alimentele modificate genetic;
- Politica Sphera privind Marketingul responsabil;
- Politica Sphera privind Protecția datelor;
- Politica Sphera privind Principiile durabile privind proteinele animale;
- Politica privind Securitatea datelor;
- Politica privind Achizițiile.

Pentru a asigura implementarea și respectarea principiilor și valorilor sale, Sphera pune la dispoziția angajaților politici interne care conțin cerințe și principii specifice, necesare pentru a asigura un comportament responsabil și etic în cadrul companiei.

Prin politicile și practicile implementate, Sphera Group se asigură că există transparență în ceea ce privește întrebările, neclaritățile sau

reclamațiile primite din partea angajaților sau a altor părți interesate.

Un aspect important al acestei abordări este canalul de comunicare „Linia de Integritate – Speak up!”, care este disponibil la numărul de telefon 0373 760 274. Prin intermediul acestui canal, angajații și alte părți interesate pot raporta orice încălcări ale politicilor și procedurilor companiei.

Ulterior, raportarea va fi transmisă

către persoana desemnată din cadrul Companiei care va proceda la examinarea conformității raportării, va solicita date, informații și documente, va deschide o anchetă internă, precum și va lua toate măsurile necesare în vederea soluționării sesizării. În anchetă se vor implica doar anumite persoane din conducerea societății, în funcție de natura faptei raportate, cu respectarea strictă a confidențialității datelor.

În perioada de raportare, nu a fost înregistrat niciun caz sau incident legat de aspecte privind conflictul de interese, dare sau luare de mită și corupție, ceea ce reflectă angajamentul ferm al Sphera față de o guvernanță corporativă corectă.

Consiliul de Administrație și managementul executiv

Rolul Consiliului de Administrație

Compania este condusă de Consiliul de Administrație și Adunarea Generală a Acționarilor (AGA), cu atribuții decizionale și modalități de funcționare stabilite prin Actul Constitutiv și Legea 31/1990 privind societățile. Rolul Consiliului de Administrație constă în stabilirea direcțiilor principale de activitate și de dezvoltare ale Societății, inclusiv aprobarea planului de afaceri și a oricăror modificări ale acestuia, în limitele stabilite de AGA. Consiliul de Administrație cuprinde cinci membri neexecutivi, care asigură o gestionare unitară a Companiei, prin delegarea responsabilităților către directorii executivi și un Director General. Membrii sunt desemnați de AGA pentru un mandat de patru ani, cu excepția primilor membri, numiți pentru o perioadă de doi ani. Consiliul de Administrație a transferat conducerea Sphera către directorii executivi, care își exercită atribuțiile în baza contractelor de mandat.

Structura Consiliului de Administrație și a Comitetelor Consultative

În data 31.12.2022, Consiliul de Administrație al companiei era format din 5 membri:

Numele membrului	Executiv/ Neexecutiv	Independent (Da/Nu)	Gen	Rol
Lucian Hoancă	Neexecutiv	Nu	Masculin	Președinte
Silviu-Gabriel Cârmaciu	Neexecutiv	Nu	Masculin	Membru
Georgios Vassilios Repidonis	Neexecutiv	Nu	Masculin	Vicepreședinte
Mihai Ene	Neexecutiv	Nu	Masculin	Membru
Răzvan Ștefan Lefter	Neexecutiv	Da	Masculin	Membru

Comitetul de Audit și Comitetul de Nominalizare și Remunerare sunt formate din trei membri ai Consiliului de Administrație, dintre care unul este desemnat Președinte.

La 31.12.2022:

Comitetului de Audit	Comitetului de Nominalizare și Remunerare
Răzvan-Ștefan Lefter (Președinte)	Lucian Hoancă (Președinte)
Mihai Ene	Georgios Vassilios Repidonis
Georgios Vassilios Repidonis	Răzvan-Ștefan Lefter

Funcționarea comitetelor consultative este coordonată prin intermediul Regulamentelor interne (Regulamentul Comitetului de Audit și Regulamentul Comitetului de Nominalizare și Remunerare) și se bazează pe respectarea cerințelor legale, prevederilor Actului Constitutiv al Companiei, Codului de Guvernanță Corporativă al Bursei de Valori București (BVB) și normelor legate de piața de capital.

Echipa de management executiv

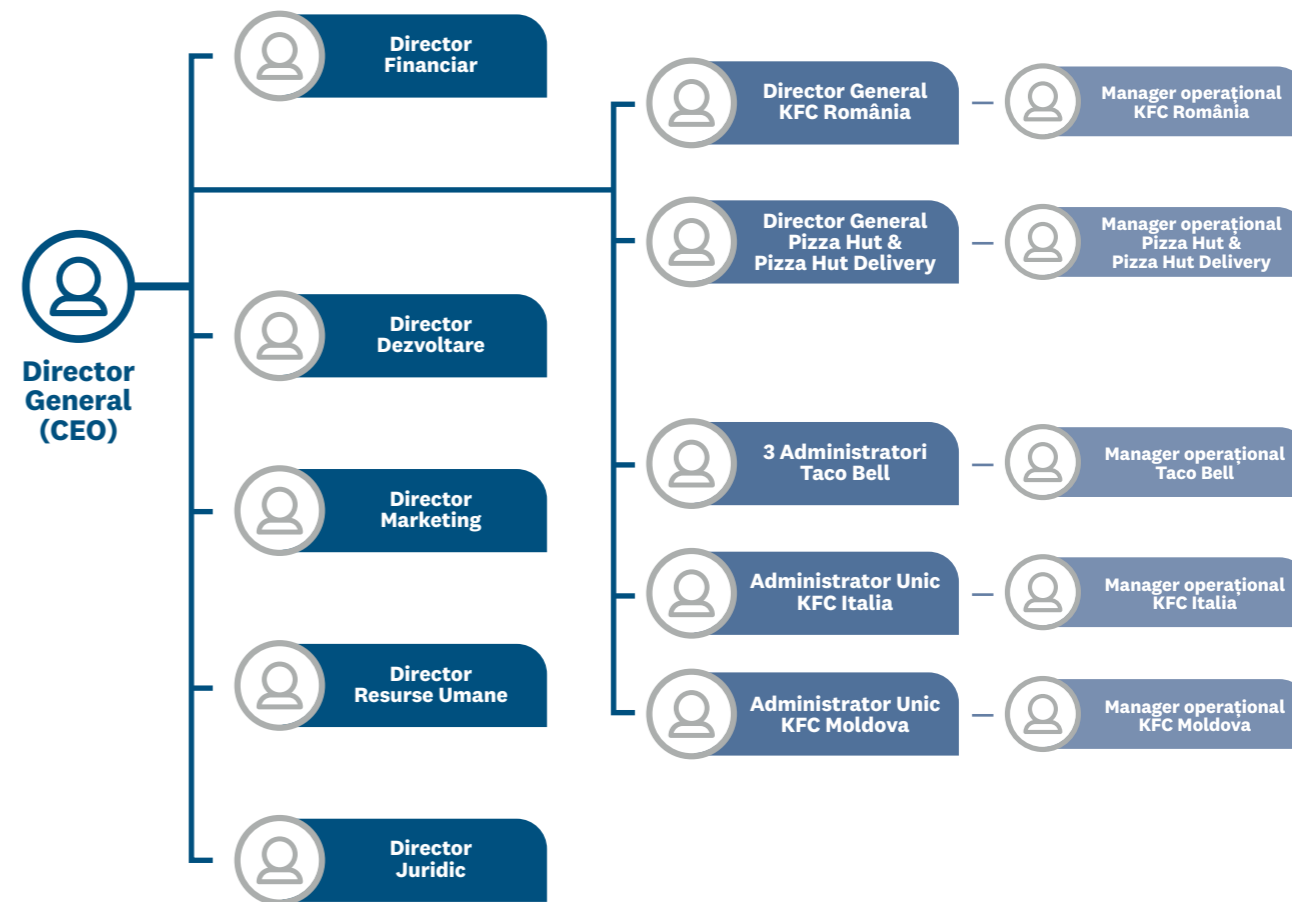
Există trei niveluri de management care sunt controlate de către Directorul General al Sphera Franchise Group (CEO – Chief Executive Officer). Directorul General concepe planurile de management și strategie, controlează atingerea performanțelor filialelor și ale întregii Companii, supraveghează și decide în legătură cu operațiunile bancare, cu dezvoltarea planului de business, cu managementul cerințelor de capital și procesele de bugetare. De asemenea, reprezintă legal Sphera în fața tuturor părților interesate, implicând activ Top Managementul în dezvoltarea businessului, a strategiei și în urmărirea atingerii obiectivelor și țintelor stabilite anual.*

La 31 decembrie 2022, echipa era formată din:

Numele membrului	Gen	Rol
Calin Ionescu	Masculin	Director General
Valentin Budeș	Masculin	Director Financiar
Monica Eftimie	Feminin	Director Marketing
Cristian Osia	Masculin	Director Dezvoltare
Marina Topșa	Feminin	Director Juridic

* Pentru mai multe informații cu privire la rolurile și responsabilitățile Managementului Executiv, vă rugăm consultați în extenso Raportul de Sustenabilitate aferent 2018 (cap. 1.2.2, pag. 16, 17, 18)

Structura managementului organizației



Rolul conducerii pentru dezvoltarea durabilă

Consiliul de Administrație are rolul de a supraveghea și de a susține dezvoltarea durabilă a Grupului, inclusiv din perspectiva aspectelor de mediu, sociale și de guvernanță (ESG), precum prevede și **Politica privind Guvernanța și raportarea în domeniul ESG a Sphera Franchise**

Group. La nivel operațional, Consiliul ESG are un rol cheie în ceea ce privește coordonarea strategiei și setarea priorităților privind sustenabilitatea. Sphera convoacă, de asemenea, grupuri de lucru inter-funcționale, care includ angajați din cadrul echipelor

de siguranță alimentară, resurse umane, lanț de aprovizionare, dezvoltare, comunicare și juridic la nivel corporativ, pentru a coordona activitatea, cu scopul de a realiza progrese în privința planurilor din domeniul ESG prioritare.

La nivelul Societății, evaluarea și gestionarea riscurilor ESG se realizează de către Consiliul ESG, condus de Directorul General și lideri seniori la nivel executiv: Director Financiar, Director Operațional, Director Marketing, Director Dezvoltare, Director Resurse Umane, Director Juridic, Manager Calitate și Siguranță Alimentară, Manager Comunicare și Responsabilitate Socială, Directori Generali ai subsidiarelor, Director Achiziții.

Consiliul de Administrație este informat cel puțin o dată pe an de către Consiliul ESG cu privire la domeniile de interes, prin intermediul Comitetului de Audit. În acest sens este monitorizată reputația Sphera și sunt evaluate și gestionate riscurile ESG privind dezvoltarea durabilă.

Raportarea periodică este în continuare principala modalitate prin care împărtășim progresele pe care le înregistrăm și dăm dovadă de transparență în ceea ce privește practicile noastre în materie de ESG.

Sphera Group consideră că o bună guvernanta corporativă este un factor critic în obținerea succesului în business și susține practici care se aliniază cu interesele acționarilor, comunității și angajaților. Gestionarea riscurilor și raportarea financiară și nefinanciară, atât la nivelul subsidiarelor, cât și al Grupului, este supravegheată de către managerii de departamente, de către Top Management la nivelul Sphera, iar, în cele din urmă, de către Consiliul de Administrație al Sphera.

Conducerea executivă a Companiei se asigură de implementarea și respectarea politicilor, codurilor și procedurilor în materie de sustenabilitate. Angajații beneficiază

de formare periodică cu privire la modul de punere în aplicare și de respectare a politicilor, codurilor și procedurilor privind aspectele de sustenabilitate.

Politica de remunerare

Politica de Remunerare a Sphera stabilește un set de reguli privind structura remunerației conducătorilor Societății, arătând corelația dintre remunerație, strategie, sustenabilitate, interese, rezultate. Principalele obiective urmărite prin Politica de Remunerare privesc:

- existența unei relații definite între performanță și remunerare;
- contribuția individuală la performanța Societății, prin respectarea și implementarea strategiei de business, cultura și valorile organizației, interesele pe termen lung ale Societății;
- măsurile luate pentru evitarea conflictelor de interese și a altor practici ce pot afecta perspectivele businessului, reputația și interesele acționarilor.

Remunerația membrilor echipei executive presupune, pe lângă remunerația fixă, o componentă variabilă bazată pe criterii de performanță financiară și non-financiară, cum ar fi impactul social și sustenabilitatea operațiunilor Grupului (mediu, siguranță și implicarea angajaților). Politica de Remunerare are în vedere natura, dimensiunea și complexitatea activității economice a Societății, strategiile și investițiile necesare pentru obținerea rezultatelor aprobate de acționari. Totodată, sunt luate în considerare resursele disponibile ale Societății, managementul adecvat al riscurilor asumate de echipa managerială, evitarea și

soluționarea potențialelor conflicte de interese, loialitatea și diligența, precum și prioritatea protejării intereselor acționarilor Societății, acestea fiind și criteriile de alegere a membrilor.

Politica privind Remunerarea în cadrul Sphera Franchise Group SA a fost elaborată de către Comitetul de Nominalizare și Remunerare al Sphera și aprobată prin Hotărârea nr. 1 a Adunării Generale Ordinare a Acționarilor din data de 11 august 2022.

Pentru mai multe detalii, consultați **Politica privind Remunerarea a Sphera Franchise Group.**

Evaluarea performanțelor

Derulăm în continuare activități specifice de evaluare anuală a performanțelor pentru membrii conducerii. Evaluarea membrilor Consiliului de Administrație se realizează conform reglementărilor prevăzute în Regulamentul Consiliului de Administrație, sub coordonarea Președintelui Consiliului și în conformitate cu bunele practici.

Anual, efectuăm o evaluare a performanțelor managementului executiv, sau Top Management, prin intermediul căreia analizăm progresele realizate în ceea ce privește îndeplinirea obiectivelor și țintelor stabilite, inclusiv cele care țin de pilonii de dezvoltare ESG. În urma evaluărilor anuale, măsurile întreprinse au urmărit: identificarea progresului profesional, îmbunătățirea performanței și contribuția la strategia de organizare și dezvoltare a organizației.

Evaluarea Consiliului

Conform Regulamentului, Președintele Consiliului de Administrație asigură efectuarea, de către Consiliu, a unei autoevaluări anuale cu privire la eficacitatea sa și implementează îmbunătățirile necesare.

Evaluare anuală

Evaluarea Managementului

Managementul executiv al companiei este evaluat de către Consiliul de Administrație.

Evaluare anuală

Evaluarea Angajaților

Evaluarea performanțelor personale realizate de către angajați, îndrumați de managementul companiei.

Evaluare anuală

Etica în afaceri

Combaterea corupției

În cadrul organizației noastre, responsabilitatea și integritatea sunt fundația culturii noastre corporative. Ne angajăm să respectăm cu strictețe și cu diligență legislația aplicabilă în domeniul anti-corupție și anti-mită, pentru a ne asigura că valorile Grupului Sphera sunt respectate și pentru a proteja reputația companiei. Măsurile pe care le-am implementat se axează pe prevenirea, identificarea și gestionarea oricărui acte de corupție și mită, ceea ce ne permite să menținem un mediu de lucru etic și transparent.

În urma evaluării tuturor locațiilor semnificative de operare* pentru riscuri legate de corupție, nu au fost identificate astfel de cazuri în cadrul organizației. Prin politici și proceduri stricte, suntem hotărâți să preîntâmpinăm apariția oricărui incidente legate de corupție și mită. Aceasta implică asigurarea unui mediu în care angajații se

simt încurajați să raporteze orice suspiciune sau incident de corupție și mită, fără teama de represalii.

Colaborăm strâns cu autoritățile și partenerii noștri de business pentru a asigura conformitatea cu reglementările aplicabile și pentru a ne consolida eforturile de combatere a corupției și mitei. De asemenea, efectuăm evaluări periodice ale riscurilor și audituri interne pentru a identifica și aborda orice vulnerabilități sau nereguli în cadrul companiei.

Ne angajăm să dezvoltăm și să menținem o cultură organizațională în care integritatea, onestitatea și responsabilitatea sunt valorile centrale, care ghidează comportamentul și deciziile tuturor angajaților și colaboratorilor. Aceasta implică promovarea unei comunicări deschise și a unui mediu de lucru în care angajații se simt încurajați să adreseze orice

preocupare sau întrebare legată de etică și conformitate.

Pentru a ne asigura că toți angajații și colaboratorii înțeleg și respectă valorile și principiile noastre, oferim instruire și resurse adecvate. Continuăm să monitorizăm și să evaluăm eficacitatea măsurilor noastre anti-corupție și anti-mită, actualizându-ne politica și procedurile în funcție de schimbările în cadrul legislativ sau de constatări noi. În acest fel, ne asigurăm că rămânem în avangarda prevenirii și combaterii corupției și mitei în toate aspectele operațiunilor noastre.

* Prin locații semnificative de operare înțelegem totalitatea restaurantelor și sediilor de operare din cadrul Grupului.

Corectitudinea competițională

Sphera Franchise Group, în calitate de lider pe piața locală de restaurante, este profund angajată în menținerea unui mediu de business echitabil și etic, respectând legile și reglementările în domeniul concurenței și antitrust.

În perioada de raportare, Sphera Franchise Group nu a fost implicată în nicio acțiune în justiție, în curs sau finalizată, legată de comportamentul anticoncurențial, încălcarea legislației antitrust sau practicile monopoliste. Compania își continuă demersurile de a se conforma regle-

mentărilor în vigoare și de a promova o cultură corporativă etică.

Deoarece nu au existat acțiuni în justiție în perioada de raportare, nu există rezultate de raportat în ceea ce privește deciziile sau hotărârile judecătorești în cazuri legate de comportamentul anticoncurențial, încălcarea legislației antitrust sau practicile monopoliste.

Sphera Franchise Group își reafirmă angajamentul de a respecta legile și reglementările aplicabile și de a acționa în conformitate cu cele mai înalte standarde etice în toate

aspectele operațiunilor sale. Prin monitorizarea continuă a activităților și implementarea unor politici și proceduri adecvate, compania se asigură că se menține un mediu de afaceri corect și transparent, contribuind la o piață concurențială sănătoasă.

Ca angajament al Grupului Sphera, toți angajații și colaboratorii noștri au fost informați cu privire la Codul de Conduită, acesta fiind public, împreună cu alte politici și angajamente în domeniul combaterii corupției.

Evaluăm aspectele privind conformarea legislativă și ne supunem atât cerințelor legale naționale, cât și internaționale. Compania a dezvoltat o cultură internă care promovează o conduită corectă pentru toți angajații și membrii din conducerea acesteia. Ne bazăm pe o cultură organizațională puternică și avem principii, valori și standarde de operare.

RISCURI DE BUSINESS

- Risc de neconformare cu legislația
- Risc de plăți
- Risc reputațional
- Risc de încălcare a codului de conduită în afaceri



RISCURI OPERAȚIONALE

- Risc de sănătate și securitate în muncă
- Risc de securitate alimentară
- Risc de mediu
- Risc de opriri operaționale



1.4 Conformarea și managementul riscului

Respectarea cerințelor legale, precum și identificarea și gestionarea riscurilor asociate operațiunilor Grupului pe diferite aspecte – siguranța alimentelor, sănătatea și securitatea – au importanță strategică pentru Sphera, vulnerabilitățile fiind evaluate în toate ariile de activitate.

Conformarea și managementul riscului sunt aspecte cheie pentru Sphera Franchise Group, una dintre cele mai mari companii din industria de food service din

Europa. Respectarea cerințelor legale și identificarea și gestionarea riscurilor asociate operațiunilor Grupului sunt esențiale în asigurarea siguranței alimentelor și a sănătății și securității clienților și angajaților noștri. Prin intermediul unei abordări proactive și prin luarea de măsuri preventive adecvate, Sphera se asigură că respectă cele mai înalte standarde de conformitate și gestionează riscurile în mod eficient. Pentru siguranța alimentelor și a sănătății și securității clienților și

angajaților noștri, Sphera utilizează cele mai recente tehnologii și proceduri, asigurând astfel o protecție solidă împotriva riscurilor asociate activității.

Gestionăm cu responsabilitate aspectele activităților care pot genera anumite riscuri și identificăm oportunități care pot ajuta businessul pe termen lung. Identificarea acestor oportunități o facem mereu în strânsă colaborare cu părți interesate, atât interne, cât și externe.

În perioada de raportare, menționăm că au fost aplicate următoarele sancțiuni pentru nerespectarea conformității legale:

	SFG	USFN RO	ARS	USFN MD	USFN IT	CFF
Cazuri semnificative de neconformitate	0	25	17	0	5	5
I. Număr de cazuri cu amenzi	0	21	14	0	5	5
II. Număr de cazuri cu avertismente	0	4	3	0	0	0
Numărul total al amenzilor plătite în perioada de raportare	0	21	14	0	5	5
Valoarea monetară a amenzilor (lei)	0	23 477	14 300	0	14 157	4 500
Procent amenzi monetare din venituri nete	0%	0,0026%	0,0116%	0%	0,009%	0,006%

Grupul Sphera lucrează în mod consecvent la stabilizarea unor factori externi și la diminuarea riscurilor privind conformarea. Desfășurăm audituri regulate pe aspecte de securitate alimentară și avem criterii stricte privind conformarea cu acestea, atât la nivelul lanțului de furnizare, cât și la nivel operațional. Toate cele trei filiale ale Sphera care operează în România - brandurile KFC (US Food Network SA), Pizza Hut & Pizza Hut Delivery (American Restaurant System) și Taco Bell (California Fresh Flavors) - sunt certificate în managementul siguranței alimentare ISO 22000:2018.

Cazurile de neconformitate pentru care au fost aplicate sancțiuni monetare sunt rezultatele inerente ale proceselor de lucru din cadrul restaurantelor noastre, ale volumelor în diferite momente ale zilei, și nu au fost de natură să pună în pericol sănătatea ori securitatea consumatorilor sau propriilor angajați.

În Italia, amenzi primite se referă la probleme cu colectarea deșeurilor

(frecvența scăzută a colectării deșeurilor a dus la acumularea unei cantități mari din cauza unei zile de vârf care nu a fost prevăzută la momentul controlului) și lipsa expunerii licenței pentru băuturi alcoolice (prezentă în restaurant, dar care nu era expusă la casierie).

Evaluăm regulat riscurile operaționale privind sănătatea și securitatea în muncă și întocmim planuri de prevenire și protecție a angajaților. Monitorizăm regulat și controlăm toate riscurile asociate activităților noastre. Lucrăm în strânsă colaborare cu un consultant extern pentru suport în această arie.

Avem o viziune sustenabilă a businessului dezvoltată prin relevanță și încredere. Evaluăm aspectele de mediu care pot genera un impact negativ și suntem proactivi în implementarea de soluții pentru diminuarea potențială.

Grupul atenuază riscurile prin monitorizări și control din partea departamentului juridic și de resurse umane.

Managementul riscurilor climatice

Consecințele schimbărilor de natură climatică reprezintă riscuri potențiale pentru Sphera și companiile aflate în portofoliu, atât din punct de vedere fizic, cât și de tranziție. Riscurile fizice asociate cu precădere fenomenelor meteo extreme pot determina perturbări în lanțul de aprovizionare, întreruperi ale activităților sau în alimentarea cu resurse. Riscurile de tranziție pot impacta stabilitatea economico-financiară prin posibilitatea creșterii costurilor cu energia, costuri asociate emisiilor determinate de presiunea la nivel internațional cu privire la diminuarea emisiilor de gaze cu efect de seră sau reglementări noi ce vizează diminuarea efectelor schimbărilor climatice.

Riscurile climatice sunt gestionate atât la nivelul subsidiarelor, cât și la nivelul Grupului, de către Managerii de departamente, de către Top Management la nivelul Sphera, iar, în cele din urmă, de către Consiliul de Administrație. În organigrama Sphera Group, există un Auditor Intern, care raportează funcțional direct Comitetului de Audit din cadrul Consiliului de Administrație Sphera, iar, în scop administrativ, în legătură cu obligațiile managementului de identificare și diminuare a riscurilor, raportează CEO-ului. Acesta are un rol cheie în domeniul managementului riscurilor, identificând riscurile și oportunitățile la nivelul Grupului, verificând și raportând gradul de implementare a planului de acțiune întocmit în baza acestora, și elaborează un Plan de Audit Anual.



Măsurile de adaptare sau atenuare a riscurilor climatice prezintă și o serie de oportunități pentru Sphera:

RISCURI

Creșterea prețurilor la energie și materii prime

Introducerea unor reglementări privind taxarea emisiilor de carbon

Schimbarea percepției consumatorilor și orientarea către produse cu impact scăzut asupra mediului și societății

Orientarea deținătorilor de capital către opțiuni de investiții sustenabile

Intensificarea fenomenelor meteorologice extreme, creșterea temperaturilor și stresul hidric.

De asemenea, actualizează periodic o cartografiere a riscurilor la nivelul Sphera Group, riscurile fiind grupate în mai multe categorii: strategice, financiare, operaționale și de conformitate. Toate aceste tipuri de riscuri sunt evaluate periodic de către Top Managementul Sphera Group. Pentru mai multe detalii despre managementul riscurilor climatice, vă rugăm accesați link-ul: **Raportul privind riscurile și oportunitățile legate de schimbările climatice.pdf**

Sphera este încadrată la categoria „Risc ESG Scăzut”, cu un scor de

OPORTUNITĂȚI

Modul de utilizare a resurselor



Surse de energie



Produse și Servicii



Piață



Reziliență



Optimizarea consumurilor de energie și apă prin soluții de natură tehnică și eficientizarea proceselor, diminuarea și reciclarea deșeurilor și implementarea treptată a unui model de economie circulară;

Procurarea energiei din surse cu emisii reduse de carbon sau generarea acesteia prin mijloace proprii, participarea la piața carbonului, implementarea unor tehnologii noi, accesarea unor stimulente financiare oferite de stat sau alte organisme politice în vederea unei tranziții cât mai facile în procesul de decarbonizare;

Dezvoltarea sau extinderea portofoliului de bunuri și servicii cu amprentă scăzută de carbon, cercetare și inovare, diversificarea opțiunilor culinare în funcție de cererea din piață, diminuarea factorilor care generează prime ridicate ale polițelor de asigurare;

Surse noi de finanțare și/sau costuri asociate de finanțare mai scăzute, parteneriate cu autoritățile locale sau centrale sau accesarea unor piețe noi, emergente;

Înlocuirea sau diversificarea unor produse și servicii, asigurarea unei continuități a lanțului de aprovizionare, sisteme operaționale adaptate unor condiții diverse.

18,7, în urma evaluării realizate de Morningstar Sustainalytics, lider global în furnizarea de research și ratinguri ESG. Scorul obținut arată o transparență ridicată în comunicarea informațiilor referitoare la ESG, ceea ce indică un grad înalt de asumare a responsabilității în fața investitorilor și a publicului.

Ratingurile Morningstar Sustainalytics sunt independente și măsoară expunerea unei companii la riscurile ESG materiale specifice industriei și măsura în care aceasta le gestionează. Ratingurile sunt clasificate pe

cinci niveluri de risc: neglijabil (0-10), scăzut (10-20), mediu (20-30), ridicat (30-40) și sever (40+).

Standardele ESG privesc sustenabilitatea unei organizații prin prisma a trei factori: Environment (mediu) – măsura în care compania gestionează impactul său asupra mediului înconjurător; Social (social) – analizează relația companiei cu diverse părți interesate, inclusiv angajații; Corporate Governance (Guvernanță corporativă) – respectarea normelor de guvernanță corporativă.

1.5 Securitatea cibernetică

Securitatea cibernetică este esențială pentru Sphera Franchise Group, deoarece compania are o responsabilitate mare față de clienții săi de a le proteja datele și a menține confidențialitatea acestora. În plus, pentru a rămâne competitivă într-un mediu de business în continuă schimbare, Sphera trebuie să fie capabilă să își protejeze sistemul informatic și datele, în special într-o eră în care atacurile cibernetice devin din ce în ce mai sofisticate și mai frecvente.

Sphera Franchise Group este dedicată implementării unor metode eficiente pentru a asigura securitatea cibernetică. În acest sens, echipa noastră de IT efectuează evaluări periodice ale riscurilor și identifică amenințările cibernetice potențiale. Implementăm, de asemenea, instrumente și sisteme de protecție pentru a combate fraudele cibernetice. Ne asigurăm că toate incidentele sunt monitorizate și personalul nostru este instruit în privința măsurilor de securitate cibernetică.

Pentru a preveni scurgerile de date, sistemele critice ale companiei noastre, cum ar fi ERP, comenzi și integrările cu sistemele de plată, sunt criptate. De asemenea, Sphera Franchise Group efectuează o monitorizare strictă a furnizorilor și partenerilor săi pentru a se asigura că aceștia respectă politicile de securitate CIS și protecția datelor.

Pentru a garanta conformitatea cu standardele de securitate cibernetică, efectuăm audituri interne și externe asupra sistemelor noastre de securitate cibernetică și implementăm măsurile recomandate. Lucrăm cu o entitate independentă pentru a evalua și testa sistemele noastre de securitate cibernetică.

Pentru a gestiona plângerile privind încălcarea confidențialității clienților și pierderea datelor despre clienți, Sphera Franchise Group are un canal de comunicare bine determinat, adresa de email

protectiadatelor@domeniu.ro, unde clienții noștri pot înregistra plângeri și își pot exercita drepturile. Până în prezent, nu am primit nicio plângere fundamentată de la părți externe sau de la organismele de reglementare privind pierderi de date.

Monitorizarea noastră se realizează prin verificări periodice asupra sistemelor de logare și trasabilitate a datelor personale între diferitele sisteme de stocare și comunicare ale companiei noastre. Incidentele cibernetice sunt monitorizate și analizate cu discernământ în cadrul unei echipe special constituite în cazurile speciale. Procedura prevede că, în cazul unui incident cibernetic soldat cu pierderi de date personale, se notifică autoritatea statului competentă în această speță.

Mecanismele noastre de feedback constau în controale de monitorizare și notificare/alertare pe tipurile de date pe care sunt setate triggeri în manipularea sau transmiterea de date cu caracter personal. Analizăm săptămânal rapoarte ATERA privind vulnerabilitățile sistemelor de calcul, CEV-uri și inadvertențe CIS8 și luăm măsuri proactive prin remediere punctuală, aplicarea de patchuri de securitate și/sau transmitere către furnizorii noștri cu experiență pentru adresare și implementare de măsuri de securitate.

În perioada de raportare, suntem bucuroși să anunțăm că nu au fost identificate încălcări ale securității datelor în cadrul organizației noastre. De asemenea, nu am primit nicio plângere motivată privind încălcarea confidențialității clienților sau din partea organismelor de reglementare. Procentul de personal de securitate instruit cu privire la procedurile specifice organizației și aplicarea acestora pentru securitatea datelor este de 100%, ceea ce demonstrează angajamentul nostru față de securitatea datelor și protecția informațiilor cu caracter personal.

1.6 Lanțul valoric

Pentru a continua să creăm valoare în fiecare etapă a lanțului valoric, depunem eforturi pentru a identifica nevoile și așteptările tuturor părților interesate cu care interacționăm, atât cele interne, cât și cele externe. Colaborarea strânsă cu grupurile de părți interesate rămâne o prioritate

în toate etapele lanțului valoric, pentru a aborda aspecte relevante și a le adresa atât pentru aceștia, cât și pentru businessul nostru.

În ultimii ani, am lucrat intens cu furnizori de servicii specializați în livrarea de produse, pentru a ne

asigura că preparatele noastre ajung la clienți în cele mai bune condiții. Deși contextul economic a fost unul dificil, am reușit să stabilim colaborări fructuoase, astfel încât să putem oferi produse de calitate într-un mod eficient, în cadrul unui lanț valoric puternic.

1

FERME

- Furnizori cheie de produse alimentare;
- Implementarea standardelor de produs Yum! Brands;
- Auditarea producătorilor de materii prime.

2

PROCESARE

- Procesarea primară a unor alimente;
- Audit standard de achiziție;
- Sănătatea și securitatea angajaților;
- Achiziții de ambalaje sustenabile.

3

TRANSPORT MATERII PRIME

- Transportul materiilor prime către depozitul central;
- Cerințe și eficiență de transport.

4

DISTRIBUȚIE

- Distribuție către depozitul central;
- Aprobări;
- Certificări.

5

LIVRARE

- Transfer conform planificării către restaurante;
- Cerințe și eficiență de transport.

6

RESTAURANTE

- Securitatea alimentului;
- Echipamente standard și facilități;
- Audit de conformare pe standardul alimentar;
- Restaurante care operează conform cerințelor standardului de siguranță alimentului.

7

LIVRARE CLIENȚI

- Colaborare cu furnizori specializați în servicii de livrare;
- Livrare în timp;
- Satisfacție și securitate clienți;
- Sănătate și securitate furnizori și angajați.

8

CONSUMATORI

- Cerințe de calitate;
- Cerințe de siguranța alimentului;
- Satisfacția clientului;
- Securitatea amplasamentelor.

1.7 Premii și afilieri

Sphera Franchise Group a obținut în ultimii ani un număr semnificativ de premii și afilieri importante în industria restaurantelor și a alimentației publice. În ceea ce privește premiile, am obținut de-a lungul timpului numeroase distincții și recunoașteri la nivel național și internațional, inclusiv premii Effie, Golden Drum, Internetics, One Show, ADC, PR Awards, Media Global Awards, Webstock, Top Social Brands și Creative Media Awards. Aceste premii sunt dovada faptului că eforturile noastre de a oferi produse de calitate superioară, servicii excelente și campanii de marketing inovatoare sunt apreciate și recunoscute la nivel global.

EFFIE AWARDS

2022

Global Grand Effie pentru KFC „Killer Discounts” – Brand Experience (Services).

INTERNETICS

2022

- Gold pentru KFC „POP or DROP – Popcorn Chicken” – Social Media (Social Media Special Mechanics);
- Silver pentru Pizza Hut „Slices of life” – Digital Platforms (Sites – Websites).

ADC

2022

Silver pentru KFC „POP or DROP – Popcorn Chicken”.

WEBSTOCK

2022

Primul loc pentru KFC „POP or DROP – Popcorn Chicken” – Best TikTok Campaigns.

TOP SOCIAL BRANDS

2022

- Primul loc pentru KFC în categoria Food Service;
- Locul 3 pentru KFC în concurs;
- Locul 3 pentru Taco Bell în categoria Food Service;
- Locul 30 pentru Taco Bell în concurs (prima intrare de la lansare).

SABRE

2022

KFC „AltKFC mockumentary” – câștigător în categoria Food Service.

EUROPEAN EXCELLENCE AWARDS

2022

KFC „POP or DROP – Popcorn Chicken” s-a aflat pe lista scurtă de nominalizari în categoria Launch Campaign.

Suntem afiliați unor grupuri sau entități din industria în care activăm. Ne asumăm și respectăm toate obligațiile de aderare la aceste inițiative.

- US Food Network este membru în „Uniunea Crescătorilor de Păsări din România”.
- US Food Network & American Restaurant System sunt membri ai Organizației HORA, autoritatea reprezentativă a industriei ospitalității românești, cu misiunea de a susține și de a promova interesele și valorile comune ale membrilor săi, pe plan național și internațional.
- Sphera Franchise Group s-a alăturat UN Global Compact, cea mai importantă inițiativă internațională de responsabilitate socială corporativă, în februarie 2022.



2 Strategia de Sustenabilitate

Sustenabilitatea reprezintă pentru noi un model de dezvoltare socio-economică care se axează în primul rând pe susținerea unui echilibru între aspectele sociale, economice și ecologice și elementele capitalului natural. Continuăm să ne ghidăm activitățile de business în baza strategiei de sustenabilitate pe patru piloni, urmărind gestionarea durabilă a resurselor umane, alimentare și de mediu.

Pilonii strategiei de sustenabilitate a Grupului Sphera

Business

excelență în business, transparență și integritate în tot ceea ce facem

1

Produse

eforturile noastre pentru asigurarea unor alimente sigure și de calitate

2

Oameni și Comunitate

dezvoltarea responsabilă din punct de vedere social și implicarea de care dăm dovadă prin inițiativele noastre

4

Mediu

responsabilitatea noastră pentru mediul înconjurător

3

Obiectivele de dezvoltare durabilă la care am subscris



Scopul nostru în domeniul sustenabilității este să fim lideri în industria de food service echilibrând impactul activităților noastre de business cu nevoile societății și protecția mediului înconjurător. Pentru a ne îndeplini obiectivele generale și specifice, ne-am asumat ținte clare până în anul 2025. În vederea asigurării unui impact pozitiv în ceea ce privește Obiectivele de Dezvoltare Durabilă la nivel internațional, menținem o comunicare transparentă și sistematică cu toate părțile interesate.

Progresul nostru în atingerea țintelor asumate

OBIECTIVE	ȚINTE	PROGRES ÎN 2022
Responsabilitate în materie de guvernanță		
Furnizori responsabili Ne asigurăm că toate cerințele noastre sunt îndeplinite și lucrăm îndeaproape cu furnizorii pentru a menține standarde înalte.	Auditarea furnizorilor de produse de bază conform Codului de Conduită și Abordarea Sustenabilității, până în 2025.	<ul style="list-style-type: none"> Codul de Conduită este semnat de către toți furnizorii noștri pe proprie răspundere. Furnizorii de materii prime de bază sunt auditați anual, atât cei interni cât și cei externi.
Digitalizarea restaurantelor Utilizarea de noi tehnologii pentru comenzi în vederea simplificării experienței clienților și angajaților noștri.	100% restaurante echipate cu sisteme de comandă tip chioșc (unde suprafața și designul permit), până în 2021.	<ul style="list-style-type: none"> Am încheiat anul 2022 având toate restaurantele KFC și Taco Bell echipate cu sisteme de comandă tip chioșc, acolo unde suprafața și designul ne-au permis. În Italia, Grupul a atins un grad de conformitate de 100%. Continuăm să urmărim implementarea acestor sisteme în toate restaurantele nou deschise.
Panouri digitale pentru meniuri Comunicarea digitală a meniului pentru a îmbunătăți experiența clienților și angajaților noștri.	100% restaurante echipate cu panouri digitale pentru meniuri în toate restaurantele KFC și Taco Bell, până în 2022.	<ul style="list-style-type: none"> Toate unitățile KFC și Taco Bell sunt echipate cu panouri digitale pentru meniuri. Inclusiv noile linii de Drive Thru KFC sunt dotate cu meniuri digitale la chioșcurile de comenzi. Sphera se angajează să continue echiparea tuturor restaurantelor nou deschise cu panouri digitale pentru meniuri.
Responsabilitatea de mediu		
Eficiența energetică Reducerea consumului de energie și a amprentei de carbon a organizației.	100% iluminat eficient energetic (iluminat LED) - până în 2024.	<ul style="list-style-type: none"> Iluminat eficient energetic în toate restaurantele de tip Drive Thru și stradale. Iluminat eficient energetic în toate restaurantele nou deschise și cele renovate.
Materiale și ambalaje sustenabile Creșterea achizițiilor de materiale și ambalaje sustenabile.	100% ambalaje de consum pe bază de plastic recuperabil sau reutilizabil - până în 2025.	<ul style="list-style-type: none"> Am înlocuit în proporție de 100% paiele din plastic cu paie din hârtie și am înlocuit în proporție de 100% pungile din plastic. Am înlocuit toate produsele din categoria materialelor plastice de unică folosință în conformitate cu directiva europeană aplicabilă. Diverse produse care conțin plastic sunt marcate cu pictograma „Plastic în produs” - șervetele umede și pahare.
Responsabilitatea socială		
Drepturile omului „Angajator dorit” prin asigurarea unui loc de muncă non-discriminativ, diversitate și incluziune.	2% personal angajat provenind din comunități vulnerabile sau persoane cu handicap, precum și naționalități diverse, până în 2023.	<ul style="list-style-type: none"> În procesele noastre de recrutare, ne adresăm comunităților vulnerabile și unei diversități de naționalități. Personalul angajat provenind din comunități vulnerabile, persoane cu dizabilități, cu naționalități diverse depășește 2% din totalul angajaților.
Sănătatea și securitatea angajaților Asigurarea unui mediu de lucru sigur pentru angajați.	50% dintre programele de instruire din operațiuni să fie disponibile pe aplicații / format digital sau folosind metoda jocului (gamification), până în 2022.	<ul style="list-style-type: none"> 90% dintre programele de instruire din operațiuni sunt disponibile pe platforme digitale de învățare.
Satisfacția și starea de bine a angajaților Asigurarea unui mediu de lucru plăcut, stabil și sigur.	80% rată de promovare internă pentru rolurile manageriale aferente restaurantelor până în 2025.	<ul style="list-style-type: none"> Am atins 80% rata de promovare internă; continuăm să derulăm programe de dezvoltare a competențelor și monitorizăm atent potențialul uman intern.

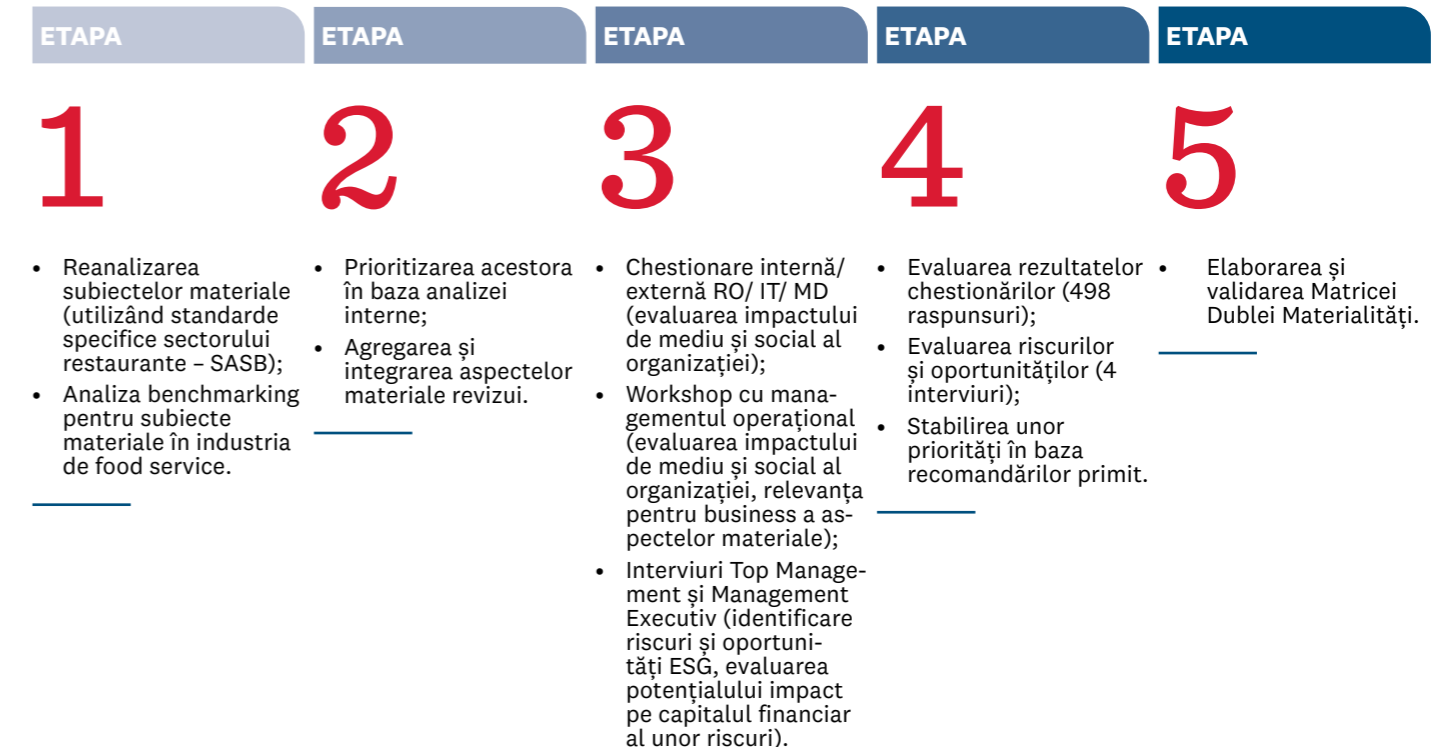
2.1 Analiza materialității

Riscurile și oportunitățile privind sustenabilitatea pe lanțul valoric au fost analizate utilizând metodologia dublei materialități. Astfel, aspectele materiale au fost analizate din perspectiva impactului:

(1) din exterior spre centrul organizației sau „outside-in”, adică materialitatea financiară – prin implicarea managementului organizației pentru a identifica impactul problemelor de sustenabilitate asupra companiei;

(2) din centrul organizației spre exterior sau „inside-out”, adică materialitatea de mediu și socială – prin implicarea și consultarea extinsă a părților interesate interne și externe organizației pentru a determina impactul companiei asupra mediului și societății.

Procesul de analiză a dublei materialități s-a desfășurat în 5 etape extinse față de procesul anului trecut, și anume:



Fiecare dintre cele 22 de aspecte materiale au fost evaluate și prioritizate din perspectiva impactului real și potențial asupra economiei, mediului și societății, inclusiv impactul asupra drepturilor omului.

	IMPACT ECONOMIC	IMPACT SOCIAL	IMPACT DE MEDIU
Subiecte de interes pentru pilonul BUSINESS			
Guvernanță corporativă	Credem că o guvernanță corporativă ce susține sustenabilitatea businessului nostru poate contribui la performanța economică a companiei, prin îmbunătățirea eficienței, reducerea riscurilor și costurilor și consolidarea încrederii investitorilor și aduce beneficii în economia locală prin susținerea competitivității corecte și contribuția la taxele locale.	Guvernanța corporativă a businessului nostru poate aduce valoare în comunitățile unde activăm prin crearea de noi locuri de muncă, asigurarea bunăstării angajaților și investiții în comunitate și angajamentele cheie la nivel de lanț de aprovizionare.	Guvernanța corporativă joacă un rol important pentru compania noastră contribuind la eforturile noastre de protejare a mediului, asigurându-ne că materia primă pe care o folosim provine din surse sustenabile.
Conformare și managementul riscului	Conformarea legală și gestionarea eficientă a riscurilor ne asigură competitivitatea pe piață și o continuitate a afacerii. O gestionare eficientă a riscurilor ne ajută totodată să minimizăm eventualele pierderi economice cauzate de întreruperile operaționale.	O bună gestionare a riscurilor ne ajută să prevenim eventualele blocaje și să ne asigurăm că produsele vândute sunt optime din punct de vedere al siguranței alimentare și al calității.	O gestionare ineficientă a riscurilor și lipsa conformării legale poate avea un impact negativ asupra mediului. Suntem proactivi în identificarea acestor riscuri și generarea de soluții potențiale.
Securitatea cibernetică	O gestionare necorespunzătoare a securității cibernetice poate duce la pierderea sau furtul datelor personale sau comerciale. Aceasta ar putea afecta negativ compania noastră prin generarea de pierderi financiare cauzate de sancțiunile impuse de autorități și prin deteriorarea imaginii companiei. În acest sens, avem integrate procese interne care asigură monitorizarea și gestionarea potențialelor situații de criză provocate de atacurile cibernetice cu impact asupra infrastructurii, continuității businessului și al securității persoanelor.	O gestionare necorespunzătoare a securității cibernetice poate avea un impact asupra componentei sociale prin prejudicierea directă a persoanelor afectate de scurgeri sau furturi de date cu caracter personal. Prin furtul datelor cu caracter personal, membri ai comunității noastre pot fi victimele unor atacuri cibernetice sau pierderi financiare. Implementările politicilor și procedurilor de securitate, a controalelor specifice sistemelor de calcul și infrastructurii cibernetice, precum și a campaniilor de conștientizare a pericolelor din mediul digital, creează un ecosistem sigur, bazat pe încredere reciprocă.	O vulnerabilitate în securitatea cibernetică poate afecta mai multe sisteme interne. Acest lucru poate compromite sistemele noastre interne de monitorizare a consumurilor, ceea ce poate duce la o utilizare necontrolată a resurselor. Masurile adoptate creează fluentă în procesele de business și cresc eficiența sistemelor și a resurselor implicate.
Inovare și digitalizare	Inovarea și digitalizarea constituie o prioritate pentru Sphera în procesul de dezvoltare sustenabilă. În acest sens, am luat deja măsuri de digitalizare ce aduc un impact economic pozitiv prin susținerea competitivității și o gestionare eficientă a comenziilor.	Prin procesul de inovare și digitalizare ne dorim să îmbunătățim constant experiența angajaților și a clienților noștri, în sensul creșterii gradului de satisfacție.	Investițiile pe care le facem în inovare și digitalizare constituie o prioritate în procesul nostru de dezvoltare sustenabilă și ne ajută în eficientizarea proceselor și diminuarea resurselor utilizate (inclusiv distribuirea produselor către clienți), aducând un impact pozitiv asupra mediului.
Continuitatea și echilibrul în lanțul de aprovizionare	Continuitatea și echilibrul în lanțul de aprovizionare poate contribui la performanța economică a afacerii noastre și a furnizorilor cu care colaborăm. Continuitatea în lanțul de aprovizionare ne ajută să diminuăm pierderile economice ce pot rezulta din întreruperile din lanțul de aprovizionare.	Ne dorim să aducem un impact pozitiv în comunitățile unde activăm și de aceea păstrăm o continuitate și un echilibru în lanțul de aprovizionare prin stabilirea de relații pe termen lung cu furnizorii noștri.	Considerăm că o bună continuitate și echilibru în lanțul de aprovizionare susțin sustenabilitatea companiei noastre și trebuie să fie asigurate pentru a preveni generarea deșeurilor în cazul furnizorilor de alimente perisabile.

IMPACT ECONOMIC

Diversitate în lanțul de aprovizionare

Diversitatea în lanțul de aprovizionare reprezintă o prioritate pentru noi, deoarece doar astfel putem avea garanția continuității și disponibilității produselor pentru toate companiile noastre, ceea ce ne aduce și un avantaj competitiv. De asemenea, susținem economia locală prin colaborările pe care le avem cu furnizorii locali.

IMPACT SOCIAL

Diversitatea în lanțul de aprovizionare contribuie la bunăstarea comunităților locale prin colaborările pe care le avem atât cu furnizorii locali, cât și internaționali.

IMPACT DE MEDIU

Prin colaborarea cu furnizori locali vrem să ne asigurăm că reducem amprenta de carbon generată, asociată transportului materiei prime pe care o folosim și în același timp îndeplinim așteptările clienților de a utiliza produse locale.

Subiecte de interes pentru pilonul PRODUSE

Trasabilitatea în lanțul de aprovizionare

O bună trasabilitate în lanțul de aprovizionare ne asigură că cerințele de calitate ale materiilor prime și produselor sunt îndeplinite și contribuie la susținerea performanței noastre economice.

În colaborarea cu furnizorii noștri folosim sistemele de management ale calității și siguranței alimentului, pentru a depista orice potențiale amenințări la adresa clienților noștri.

O bună trasabilitate în lanțul de aprovizionare ne ajută să ne asigurăm că cerințele de mediu sunt respectate de către furnizorii de materii prime și produse cu care colaborăm.

Acuratețea informației și Comunicarea

Respectarea cerințelor legislative și a codurilor voluntare reprezintă un criteriu esențial pentru buna dezvoltare a Grupului. Mai mult decât atât, comunicarea facilă cu clienții este strâns legată de satisfacția acestora și duce la îmbunătățirea serviciilor pe care le oferim.

Acuratețea informațiilor prezentate clienților și accesibilitatea în vizualizarea acestora sunt esențiale pentru a evita un potențial impact negativ asupra sănătății consumatorilor, cum ar fi, de exemplu, în cazul unor reacții alergice.

Clienții au nevoie de informații accesibile și adecvate cu privire la impactul pozitiv și negativ asupra mediului al produselor pe care le consumă. Astfel pot decide să consume într-un mod mai sustenabil, alegând produse locale.

Marketing responsabil

Practicile de marketing responsabil sunt strâns legate de conformitatea cu codurile voluntare la care subscriem, dar și de reglementările legale. Orice abatere de la acestea ar conduce la sancțiuni și ar afecta reputația companiilor, punând în pericol dezvoltarea economică a Sphera.

Brandurile noastre, produsele și serviciile au inevitabil un impact asupra clienților și asupra comunităților în care ne desfășurăm activitatea, de la transparență la alegerea publicului țintă. Pentru a avea un impact social pozitiv este necesară integrarea responsabilității în toate procesele de marketing.

Marketingul responsabil implică transmiterea unor informații de încredere. Avem în vedere evitarea oricărui tip de greenwashing în publicarea realizărilor noastre de sustenabilitate.

Calitatea și siguranța alimentului

Protecția sănătății și siguranței este un obiectiv bine-definit în legislația națională și europeană pe care îl urmărim cu strictețe pentru a evita orice penalități sau sancțiuni. Monitorizarea și gestionarea incorectă a calității și siguranței produselor ar putea duce de asemenea la riscuri reputaționale și pierderea clienților.

Este dreptul clienților de a primi alimente sigure și de calitate atunci când achiziționează produse din restaurantele noastre. Avem proceduri de control prin care ne asigurăm că acest drept este respectat și astfel impacturile negative asupra sănătății consumatorilor sunt reduse la minimum.

Factorii de mediu precum temperatura ridicată, inundațiile sau alte fenomene meteorologice extreme cauzate de schimbările climatice pot afecta calitatea și siguranța alimentelor pe întregul lanț de aprovizionare. De aceea, un control eficient include și monitorizarea riscurilor de mediu în luarea deciziilor legate de originea, transportul și depozitarea alimentelor care urmează a fi comercializate.

Achiziții etice în lanțul de aprovizionare

Etica în lanțul de aprovizionare se referă și la colaborarea cu furnizori de încredere care ne ajută să satisfacem nevoile clienților noștri. Astfel, ne orientăm spre dezvoltarea acelor parteneriate avantajoase atât pentru noi cât și pentru clienții noștri, care să ne ofere produse și servicii de calitate cea mai înaltă, la preț și condiții de livrare convenabile.

Alegerea parteneriatelor din lanțul de aprovizionare afectează indirect bunăstarea comunităților și a angajaților partenerilor noștri. De aceea, ne asigurăm că furnizorii de materie primă respectă standardele de siguranță alimentară dar și reglementările aplicabile privind salariul și programul echitabil, criteriile sociale precum respectarea drepturilor omului și combaterea discriminării, și sănătatea și securitatea în muncă.

Evaluarea corectă a furnizorilor, în special în cazul unor colaborări noi, este foarte importantă pentru a corecta în timp util sau pentru a evita orice potențial impact negativ asupra mediului în lanțul de aprovizionare precum gestionarea necorespunzătoare a deșeurilor sau transportul ineficient din punct de vedere al distanței sau încărcăturii.

IMPACT ECONOMIC

IMPACT SOCIAL

IMPACT DE MEDIU

Subiecte de interes pentru pilonul MEDIU

Energia	Economisirea energiei prin gestionare eficientă implică reducerea consumului de electricitate, gaz natural și carburanți, ceea ce duce la economii pentru compania noastră.	Doar printr-o gestionare eficientă a energiei putem să contribuim la protejarea resurselor naturale, minimizând impactul pe care accesul la resurse îl are asupra comunităților unde activăm.	Consumul iresponsabil de energie poate avea un impact negativ asupra mediului înconjurător. Prin eficientizarea consumului de energie, putem reduce impactul pe care acest aspect îl are asupra mediului.
Transport eficient și livrare în timp	Transportul eficient și livrarea la timp ne ajută să îndeplinim așteptările clienților noștri și în același timp contribuie la bunăstarea economică prin reducerea timpului de livrare și a numărului de kilometri parcurși.	Prin alegerea unor locații aflate în proximitatea transportului public, ne dorim să contribuim la o utilizare cât mai mare a rețelei de transport în comun în comunitățile unde activăm. Totodată, influențăm pozitiv construcția de clădiri sustenabile în comunitățile noastre prin utilizarea unor criterii de eficiență energetică în selectarea locațiilor noastre.	Transportul eficient reprezintă un aspect cheie pentru sustenabilitatea afacerii noastre. Pentru a reduce emisiile de gaze cu efect de seră și a poluării aerului, actualizăm constant flota proprie cu vehicule cu un impact redus asupra mediului. De asemenea ne asigurăm că livrarea se face într-un mod eficient, pentru a reduce numărul de kilometri parcurși de vehiculele de livrare.
Emisiile de carbon și impactul asupra climei	Nerespectarea cerințelor de protecție a climei pot duce la neconformare legală și aplicarea unor sancțiuni financiare care pot influența performanța economică a companiei noastre.	Emisiile de carbon pot afecta sănătatea indivizilor. Putem să contribuim pozitiv asupra societății prin protejarea climei și o bună gestionare a emisiilor de gaze cu efect de seră.	Pentru noi, este important să ne asigurăm că impactul pe care îl avem asupra mediului este redus la minimum, din acest motiv, de 3 ani, cuantificăm emisiile directe și indirecte generate în activitatea companiei noastre (Domeniul de aplicare 1 și 2) și investim în eficiență energetică și tehnologii cu emisii reduse de carbon.
Economia circulară, valorificarea și reciclarea deșeurilor*	Identificăm soluții pentru colectarea și reciclarea deșeurilor provenite din activitatea noastră, ceea ce ne ajută să avem un profil ESG solid și crește interesul investitorilor.	Eforturile pe care le depunem în colectarea și reciclarea deșeurilor provenite din activitatea noastră contribuie la dezvoltarea locală și la creșterea bunăstării comunităților unde activăm prin crearea de noi locuri de muncă în colectarea, prelucrarea și valorificarea deșeurilor.	Acordăm o importanță deosebită reciclării și valorificării deșeurilor provenite din activitatea noastră, întrucât procesele de reciclare consumă de obicei mai puțină energie comparativ cu producția de materiale noi, ceea ce ne ajută să reducem impactul pe care îl avem asupra mediului.
Risipa alimentară	În activitatea pe care o desfășurăm, limitarea risipei alimentare este foarte importantă. Produsele alimentare care nu pot fi comercializate aduc pierderi financiare, iar gestionarea deșeurilor alimentare adaugă costuri suplimentare.	Risipa alimentară poate duce la creșterea prețurilor produselor alimentare și poate limita accesul la resurse pentru grupurile vulnerabile, cum ar fi persoanele cu venituri reduse.	Deșeurile alimentare pot aduce un impact negativ asupra mediului prin proasta gestionare a acestora și formarea metanului și a dioxidului de carbon prin descompunerea lor. În plus, producerea alimentelor care nu sunt consumate poate duce la utilizarea excesivă a terenurilor agricole, afectând astfel habitatele naturale și biodiversitatea.

* În urma reanalizării aspectelor materiale am eliminat aspectul material „Produse din plastic de unică folosință” datorită faptului că ținta noastră de eliminare a plasticului de unică folosință a fost atinsă. Astfel, inițiativele noastre privind utilizarea responsabilă a materialelor și diminuarea deșeurilor sunt acoperite în totalitate de aspectul material „Economia circulară, valorificarea și reciclarea deșeurilor”.

IMPACT ECONOMIC

IMPACT SOCIAL

IMPACT DE MEDIU

Subiecte de interes pentru pilonul OAMENI

Diversitatea și Drepturile omului	Ne asigurăm de aplicarea principiilor internaționale privind drepturile omului și respectăm legislația în vigoare privind diversitatea și egalitatea de șanse, atât pentru noii angajați, cât și pentru personalul existent. Cultura noastră organizațională bazată pe incluziune și respect reciproc susține atât calitatea proceselor și dezvoltarea companiilor Sphera, cât și satisfacția și motivarea angajaților, aceștia lucrând într-un mediu în care se pot exprima liber.	Prin crearea unui mediu de lucru incluziv pentru angajații noștri, progresăm în asimilarea diferitelor categorii de angajați și încadrarea acestora într-un loc de muncă în care să își poată desfășura activitățile în condiții de siguranță, să își poată exprima nevoile și în care drepturile le sunt respectate.	Asigurarea unui mediu de lucru incluziv este benefică și din prisma consolidării comunicării în cadrul organizației și asigurării unei bune înțelegeri a procedurilor interne de gestionare inclusiv a aspectelor de mediu, precum bunele practici de economisire a energiei și resurselor și colectarea selectivă a deșeurilor.
Sănătatea și securitatea angajaților	Ne desfășurăm activitățile asigurând măsurile necesare pentru a nu prejudicia în niciun fel sănătatea angajaților, clienților și furnizorilor de servicii sau materii prime. Sănătatea și siguranța angajaților sunt esențiale în derularea activității de zi cu zi a companiilor Sphera.	În calitate de angajator responsabil, considerăm că este sarcina Companiei noastre să protejeze sănătatea angajaților și să asigure securitatea la locul de muncă. În acest sens, ne asigurăm că dispunem în mod constant de resurse pentru a oferi un mediu de lucru sigur pentru angajații noștri.	Procedurile interne pentru sănătatea și siguranța la locul de muncă pot influența și impactul de mediu al companiei. Efecte negative atât asupra siguranței angajaților, cât și asupra mediului pot apărea prin gestionarea defectuoasă de către angajați a deșeurilor periculoase sau a unor echipamente, utilaje sau vehicule consumatoare de energie.
Dezvoltarea și creșterea competențelor angajaților	Programele de formare au rolul de a dezvolta competențele angajaților și de a asigura valoarea adăugată pe care fiecare angajat o aduce în echipa sa. Prin dezvoltarea continuă a angajaților, ne asigurăm că aceștia sunt dedicați activității lor și conectați la nevoile clienților.	Dezvoltarea competențelor implică și deprinderea unor aptitudini care pot aduce valoare în comunitățile din care angajații fac parte și tranziția sau evoluția acestora în cadrul societății.	Angajații noștri pot fi implicați în activități de decizie cum ar fi cele de achiziții sau de gestionare a deșeurilor, care pot influența impactul de mediu al companiei. Este nevoie de angajați instruiți și informați în domeniul sustenabilității pentru a nu influența în sens negativ emisiile asociate activităților companiei și cantitățile de deșeuri generate.
Satisfacția și starea de bine a angajaților	Succesul nostru depinde de capacitatea de a atrage și de a păstra angajați implicați și responsabili. De aceea, satisfacția și starea de bine a angajaților reprezintă un subiect important pentru menținerea unei bune relații cu angajații și încurajarea acestora către rezultate îmbunătățite în cadrul funcției pe care o dețin.	Punem accent pe aprecierea tuturor angajaților noștri, a comportamentelor și contribuțiilor acestora. Prin păstrarea unei comunicări deschise și active cu toți angajații, le oferim instrumentele necesare pentru a asigura starea de bine și satisfacția acestora.	Un mediu de lucru plăcut și sigur depinde și de asigurarea confortului ambiant, a gestionării corecte a resurselor și eliminării în siguranță a deșeurilor.
Implicarea și impactul asupra comunității	Implicarea în comunitățile în care activăm duce la crearea unor parteneriate de lungă durată cu asociațiile și fundațiile sprijinite și la susținerea unui cadru de facilitare a accesului pe piața muncii pentru noile generații.	Sprijinind comunitățile prin acțiuni specifice cu accent pe grupurile de persoane vulnerabile, susținem dezvoltarea personală și profesională a acestora și șansa la oportunități de angajare și dezvoltare.	Prin creșterea gradului de conștientizare a programelor existente și a inițiativelor de mediu și prin puterea exemplului, putem motiva și alte companii să fie mai active în implicarea resurselor pentru sustenabilitate.
Satisfacția clienților	Dezvoltarea continuă a businessului depinde de calitatea și siguranța produselor noastre și satisfacția clienților în ceea ce privește serviciile oferite. Principala responsabilitate a angajaților noștri este de a respecta standardele interne impuse pentru a asigura mulțumirea clienților.	Satisfacția clienților ține și de asigurarea siguranței acestora. Toate cerințele și procedurile de securitate alimentară sunt respectate cu strictețe, iar activitatea noastră este auditată constant atât intern cât și extern, pentru a depista în timp util orice potențiale riscuri pentru sănătatea consumatorilor.	Satisfacția clienților se reflectă și în comportamentul acestora cu privire la respectarea bunelor practici în ceea ce privește colectarea selectivă a deșeurilor, evitarea risipei alimentare și alegerea produselor cu impact de mediu redus.

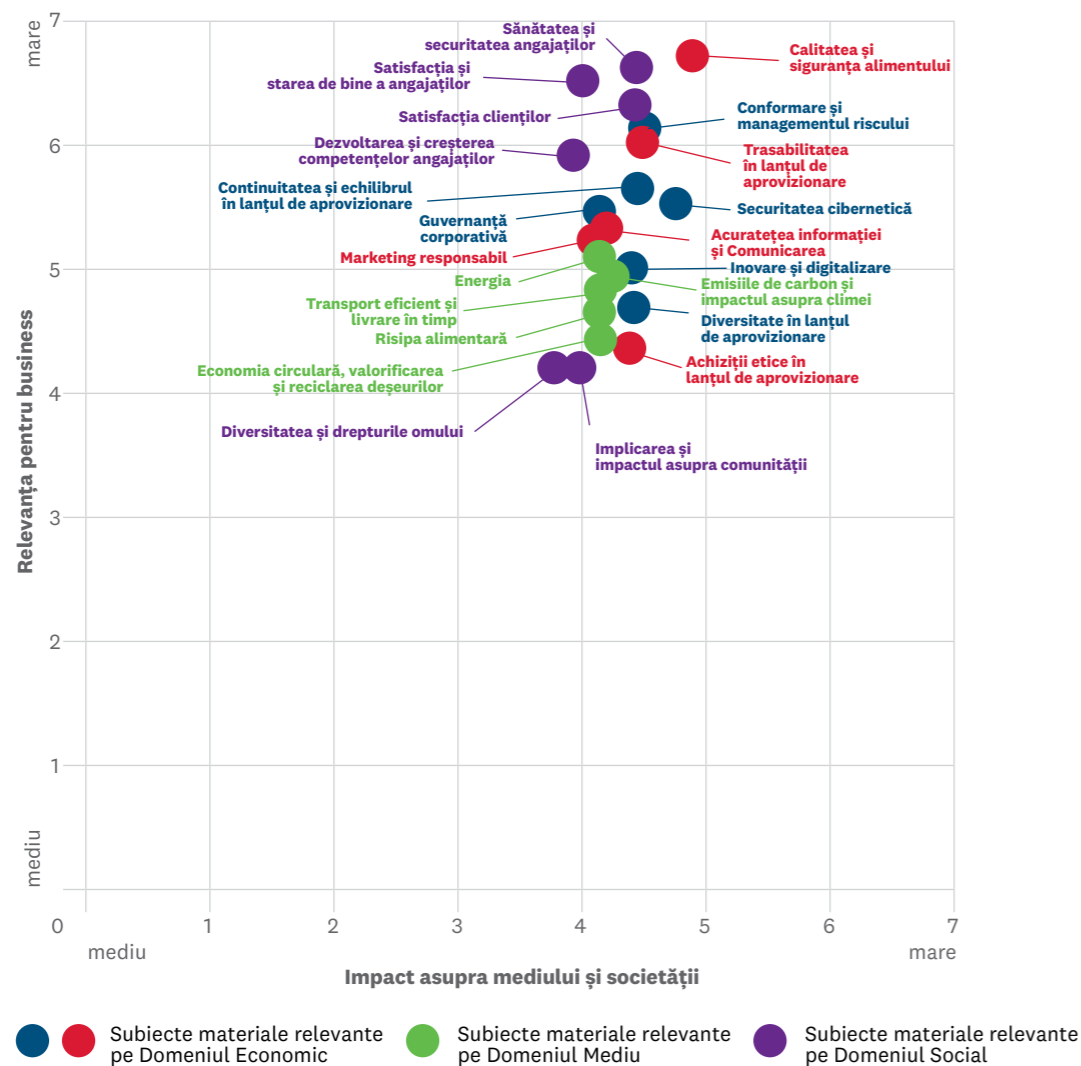
* În urma reanalizării aspectelor materiale, am decis redenumirea aspectului material „Sănătatea și securitatea furnizorilor și a clienților” în „Satisfacția clienților”, fiind orientat spre impactul social și asigurarea siguranței și satisfacției consumatorilor. Informațiile despre siguranța depozitelor și a furnizorilor sunt acoperite de capitolul „Produsele noastre”.

Matricea Dublei Materialități

Rezultatul analizei este reprezentat prin Matricea Dublei Materialități, un instrument valoros care ne ajută să ne îndeplinim obiectivele de business și să răspundem nevoilor părților interesate. Acesta ne permite să identificăm și să

evaluăm subiectele-cheie care sunt importante pentru Grupul nostru și pentru cei cu care interacționăm. Procesul de pregătire a matricei a implicat o cercetare atentă și o evaluare a feedbackului primit de la angajații noștri și de la alte părți

interesate. Acum putem urmări consecvența și îmbunătățirile care sunt esențiale pentru succesul nostru și pentru satisfacția clienților și a altor părți interesate.



Interpretarea rezultatelor

Matricea Dublei Materialități stă la baza Raportului de Sustenabilitate, fiind instrumentul care ne ajută să clasificăm aspectele materiale în funcție de:

PERSPECTIVA INSIDE-OUT

cuantificarea impactului activității organizației asupra mediului și societății (axa x).

IMPACT ASUPRA MEDIULUI ȘI SOCIETĂȚII

Suntem conștienți că modul în care gestionăm aspectele materiale prezintă unele riscuri pentru părțile interesate. Evaluăm importanța aspectelor materiale prin chestionări și analize de impact ESG și identificăm astfel aspectele cu impact ridicat asupra mediului și societății. Aspectele critice din punct de vedere al impactului, astfel cum este evaluat de părțile interesate interne și externe din piețele în care activăm, sunt, în ordinea impactului:

- 1 Calitatea și siguranța alimentului;
- 2 Securitatea cibernetică;
- 3 Conformarea și managementul riscului;
- 4 Trasabilitatea în lanțul de aprovizionare;
- 5 Continuitatea și echilibrul în lanțul de aprovizionare.

PERSPECTIVA OUTSIDE-IN

cuantificarea relevanței pentru business a aspectelor materiale, care pot aduce un impact asupra capitalului financiar (axa y).

RELEVANȚA PENTRU BUSINESS

Reprezintă exprimarea importanței fiecărui aspect material pentru bunăstarea economică a companiei. Această relevanță economică a fost analizată minuțios printr-o serie de interviuri cu reprezentanți ai managementului Sphera și furnizori importanți pentru activitatea noastră. Aceștia au analizat raportul dintre riscurile și oportunitățile anticipate din mediul exterior, raportat la fiecare aspect material în parte. Cele mai relevante aspecte din punct de vedere al riscurilor pentru business sunt, în ordinea relevanței:

- 1 Calitatea și siguranța alimentului;
- 2 Sănătatea și securitatea angajaților;
- 3 Satisfacția și starea de bine a angajaților;
- 4 Satisfacția clienților;
- 5 Conformarea și managementul riscului.

Lucrăm continuu la identificarea și adresarea riscurilor și transformarea acestora în oportunități de dezvoltare și îmbunătățire a proceselor noastre, atât din punct de vedere al bunăstării economice, cât și a modului în care activitățile companiei afectează societatea și mediul înconjurător.

2.2 Implicarea părților interesate

Sphera își asumă un angajament puternic față de părțile interesate, implicându-le constant în definirea direcțiilor și priorităților de dezvoltare, prin intermediul unor canale multiple de comunicare. Compania este atentă la identificarea de noi părți interesate, adaptându-se la schimbările contextului activităților. Relațiile cu părțile interesate sunt gestionate în funcție de nevoile și așteptările lor, astfel încât să se poată atinge un echilibru.

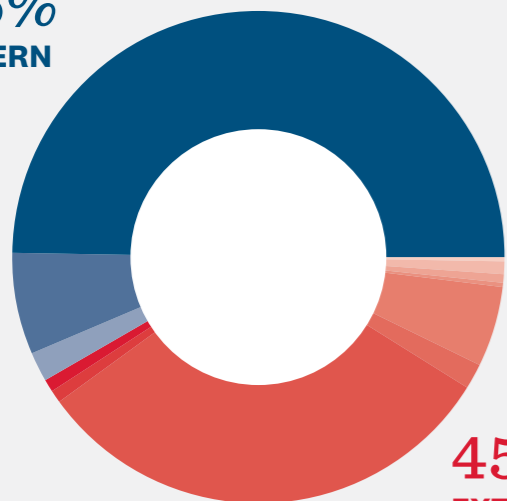
În fiecare an, Sphera implică părțile interesate într-un proces de consultare, pentru a înțelege prioritățile acestora referitoare la activitatea companiei și pentru

a se concentra pe riscurile identificate în îndeplinirea obiectivelor de dezvoltare durabilă. Pentru a se asigura că acest proces reflectă fidel viziunea părților interesate, acesta este organizat în mai multe etape, inclusiv consultări interne și externe prin intermediul unor chestionare țintite și discuții cu managementul.

Sphera a întocmit Matricea Materialității pe baza evaluării a 498 de răspunsuri primite de la părțile interesate. Dintre acestea, 55% au aparținut părților interesate interne, iar 45% celor externe. Categoriile de părți interesate și grupurile asociate acestora, precum și distribuția răspunsurilor, sunt prezentate mai jos:

CATEGORIE - GRUP/PARTIE INTERESATĂ

55%
INTERN



45%
EXTERN

	GRUPURI DE PĂRȚI INTERESATE	REPARTIȚIA RĂSPUNSURILOR
INTERN	Angajați	46,6%
	Management	6,2%
	Acționari	1,8%
	Potențiali angajați	0,8%
EXTERN	Investitori/Analiști	0,8%
	Clienți	28,9%
	Furnizori de materii prime	1,6%
	Furnizori de servicii	4,8%
	Autoritate Publică/Primărie	0,4%
	Universitate/Școală	0,6%
	Media (presă/social media)	0,6%
	ONG-uri	0,2%

Recomandările părților interesate

În urma procesului de consultare a părților interesate, am colectat și recomandări din partea acestora, pentru a identifica nevoile și așteptările în ceea ce privește efortul nostru pentru dezvoltare durabilă.

Recomandările și sugestiile de acțiuni în domeniul ESG primite sunt aliniate cu multe din proiectele deja inițiate la nivel intern.

GUVERNANȚĂ

- Comportament corect, responsabil; relații transparente, integritate, principii morale, consolidarea unei reputații pozitive;
- Calitatea produselor și siguranța alimentară;
- Echilibru între dezvoltarea afacerii, protecția mediului, impactul social și starea de bine a angajaților.

SOCIAL

- Dezvoltarea angajaților;
- Formarea tinerilor la locul de muncă;
- Implicarea în cauze sociale, la nivelul județelor în care activează Compania;
- Implicarea în proiecte legate de educația copiilor fără posibilități materiale, sprijinirea copiilor din centrele de plasament;
- Donarea produselor pe punctul de a expira zilnic (chiar dacă nu sunt multe, etichetate, păstrate corespunzător și transportate în condiții optime), către o asociație care se ocupă de cazuri sociale - consider că ar fi o contribuție valoroasă pentru o categorie de oameni care ar aprecia, cu siguranță, un astfel de ajutor.

MEDIU

- Înlocuirea recipientelor și ambalajelor de unică folosință;
- Focus pe economia circulară - reducerea la minimum a deșeurilor;
- Colectarea selectivă și reciclarea deșeurilor;
- Protecția mediului și prevenirea risipei alimentare;
- Reducerea consumului energiei;
- Investițiile în eficiență energetică și tehnologii cu emisii reduse de carbon, vor aduce beneficii atât Grupului, cât și comunităților în cadrul cărora ne desfășurăm activitatea.

FEEDBACK POZITIV:

- Toate subiectele din cadrul chestionarului sunt foarte relevante
- Produsele sunt de calitate excelentă
- Cred că subiectele abordate până acum sunt foarte bune și cred că faceți o treabă foarte bună în acest sens! Succes!
- Consider că cei responsabili fac deja tot ce este nevoie, mulțumesc!

Suntem recunoscători pentru recomandările primite și ținem cont ca eforturile noastre să se concentreze pe dezvoltarea în asertivitate cu nevoia și așteptările grupurilor de părți interesate. Ne angajăm să continuăm acest proces de colaborare cu părțile interesate pentru a ne asigura că obiectivele de dezvoltare durabilă sunt în concordanță cu nevoile și așteptările acestora.

2.3 Raportarea conform Taxonomiei UE

Taxonomia UE reprezintă un set de criterii comune stabilite de către Comisia Europeană, cu scopul final de a direcționa fluxurile de capital către activități mai durabile și de a facilita realizarea obiectivelor sociale și de mediu ale Uniunii Europene (UE). Grupul Sphera își asumă angajamentul de a se conforma [Regulamentului \(UE\) 2020/852](#), care impune companiilor mari să publice informații cu privire la modul și măsura în care fluxurile lor de capital sunt direcționate către activități economice durabile din punctul de vedere al mediului.

În anul 2022, am continuat procesul de analiză a activităților noastre relevante din perspectiva Taxonomiei UE prin identificarea activităților eligibile și aliniate, activități cuantificate prin indicatorii cheie de performanță relevanți: cifra de afaceri (%), CapEx (%) și OpEx(%).

Procesul de identificare a activităților eligibile și aliniate, precum și calcularea indicatorilor Sphera a fost realizat conform prevederilor prezentate în anexa I la [Regulamentul delegat \(UE\) 2021/2178](#). Activitățile eligibile au fost identificate și compilate conform listei obținute de la fiecare companie a Grupului: USFN, ARS, CFF, USFN IT, USFN MD și Sphera. Îndeplinirea criteriilor tehnice și a principiilor de a nu aduce prejudicii semnificative (DNSH) pentru activitățile aliniate a fost verificată din perspectiva riscurilor și vulnerabilităților climatice conform Apendicelui A la Anexa I a [Regulamentului Delegat \(UE\) 2021/2139](#) și utilizând documente tehnice obținute de la producători.

Calcularea procentului din cifra de afaceri

În cazul Sphera, Grupul operează lanțuri de restaurante și desfășoară activități de marketing pentru branduri, astfel că cifra de afaceri a companiei, așa cum reiese din raportarea financiară anuală pentru 2022, este bazată pe produsele și serviciile oferite de Grup și companiile sale. Conform celei mai recente versiuni a Regulamentului Delegat (UE) 2021/2139 în vigoare, niciuna dintre activitățile economice asociate cifrei de afaceri a Sphera nu se regăsește în activitățile cuprinse de taxonomie la momentul calculării indicatorilor. Așadar, indicatorul definit de Articolul 8(2) punctul (a) al Regulamentului (UE) 2020/852 referitor la procentul din cifra de afaceri are valoarea 0%.

Calcularea procentului din CapEx

Procesul de calcul al acestui indicator, așa cum este definit de Articolul 8(2) punctul (b) al Regulamentului (UE) 2020/852, a constat în identificarea acelor activități care au constat în cheltuieli de capital legate de active sau procese asociate cu activități economice aliniate la taxonomie din totalul cheltuielilor de capital. Activitățile identificate au fost următoarele:

- drepturi de utilizare aferente vehiculelor închiriate;
- transportul de echipamente de bucătărie pentru deschiderea locațiilor noi;
- lucrări de construcție pentru locațiile nou deschise de tip Drive Thru;
- lucrări de renovare spații pentru locații nou deschise și locații existente;
- instalarea de corpuri de iluminat eficiente energetic, echipamente de climatizare și instalații sanitare eficiente energetic;
- drepturi de utilizare aferente locațiilor nou deschise în clădiri existente.

Numitorul CapEx acoperă adaosurile la imobilizările corporale și necorporale în cursul exercițiului financiar 2022, înainte de depreciere, amortizare și orice reevaluări. Cheltuielile de capital au fost calculate conform standardelor internaționale de raportare financiară (IFRS) utilizate și în raportarea anuală a situațiilor financiare consolidate la nivelul Grupului.

Calcularea procentului din OpEx

Procesul de calcul al acestui indicator, așa cum este definit de Articolul 8(2) punctul (c) al Regulamentului (UE) 2020/852, a constat în identificarea acelor activități care au generat cheltuieli de exploatare asociate unor active sau procese asociate cu activități aliniate din totalul cheltuielilor de exploatare. Cheltuielile de exploatare totale ale Grupului Sphera în 2022, excluzând amortizarea și deprecierea, au fost în valoare de 1 155 milioane RON. Indicatorul OpEx calculat conform taxonomiei pentru Grupul Sphera a avut o pondere nesemnificativă, reprezentând sub 3% din totalul cheltuielilor de exploatare la nivelul Grupului. Prin urmare, în conformitate cu secțiunea 1.1.3.2 din anexa I la Regulamentul din 6 iulie, Societatea publică doar numitorul. Numitorul OpEx 2022 însumează **27,54 milioane RON**, reprezentând costurile necapitalizate directe legate de lucrările de renovare, întreținerea și reparațiile, precum și orice alte cheltuieli directe legate de întreținerea curentă, funcționarea continuă și eficace a imobilizărilor corporale.

Proporția din cifra de afaceri generată de produse sau servicii asociate cu activitățile economice aliniate la taxonomie – anul 2022

Activități economice	Cod	Cifra de afaceri absolută mil. RON	Proporția din cifra de afaceri %	Criterii privind contribuția substanțială							Criterii DNSH („A nu prejudicia în mod semnificativ”)					Proporția activităților economice aliniate la taxonomie în cifra de afaceri, anul 2022 %	Categoria (activitate de tranziție)	Categoria (activitate de facilitare)	E	T
				Atenuarea schimbărilor climatice	Adaptarea la schimbările climatice	Resursele de apă și cele marine	Economia circulară	Poluarea	Biodiversitatea și ecosistemele	Resursele de apă și cele marine	Economia circulară	Poluarea	Biodiversitatea și ecosistemele	Garanții minime						
A. ACTIVITĂȚI ELIGIBILE DIN PUNCTUL DE VEDERE AL TAXONOMIEI (A.1. + A.2.)																				
A.1. Activități durabile din punctul de vedere al mediului (aliniate la taxonomie) (A.1)																				
Cifra de afaceri a activităților durabile din punctul de vedere al mediului (aliniată la taxonomie) (A.1)		0	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0%	-	-		
A.2. Activități eligibile din punctul de vedere al taxonomiei, dar care nu sunt durabile din punctul de vedere al mediului (activități nealiniate la taxonomie) (A.2)																				
Cifra de afaceri a activităților eligibile din punctul de vedere al taxonomiei, dar care nu sunt durabile din punctul de vedere al mediului (activități nealiniate la taxonomie) (A.2)		0	0%																	
TOTAL (A.1 + A.2)		0	0%												0%	-	-			
B. ACTIVITĂȚI NEELIGIBILE DIN PUNCTUL DE VEDERE AL TAXONOMIEI																				
Cifra de afaceri a activităților neeligibile din punctul de vedere al taxonomiei (B)		1 322,82	100%																	
TOTAL (A+B)		1 322,82	100%																	

Proportia CapEx din produse sau servicii asociate cu activitățile economice aliniate la taxonomie – anul 2022

Activități economice	Cod	CapEx absolute mil. RON	Proportia CapEx %	Criterii privind contribuția substanțială						Criterii DNSH („A nu prejudicia în mod semnificativ”)						Proportia CapEx aliniate la taxonomie, anul 2022 %	Categoria (activitate de tranziție) E	Categoria (activitate de tranziție) T	
				Atenuarea schimbărilor climatice	Adaptarea la schimbările climatice	Resursele de apă și cele marine	Economia circulară	Poluarea	Biodiversitatea și ecosistemele	Atenuarea schimbărilor climatice	Adaptarea la schimbările climatice	Resursele de apă și cele marine	Economia circulară	Poluarea	Biodiversitatea și ecosistemele				Garanții minime
A. ACTIVITĂȚI ELIGIBILE DIN PUNCTUL DE VEDERE AL TAXONOMIEI (A.1. + A.2.)																			
A.1. Activități durabile din punctul de vedere al mediului (aliniate la taxonomie)																			
Transportul cu motociclete, autoturisme și vehicule comerciale	6.5.	0,45	0,44%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	Da	Da	Da	Da	Da	Da	Da	0,44%	T	
CapEx aferente activităților durabile din punctul de vedere al mediului (aliniate la taxonomie) (A.1)		0,45	0,44%	0,44%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	Da	Da	Da	Da	Da	Da	Da	0,44%	0,00%	0,44%
A.2. Activități eligibile din punctul de vedere al taxonomiei, dar care nu sunt durabile din punctul de vedere al mediului (activități nealiniate la taxonomie)																			
Transportul cu motociclete, autoturisme și vehicule comerciale	6.5.	2,24	2,16%																
Serviciile de transport rutier de mărfuri	6.6.	0,55	0,53%																
Construirea de clădiri noi	7.1.	7,21	6,96%																
Renovarea clădirilor existente	7.2.	15,09	14,56%																
Instalarea, întreținerea și repararea echipamentelor pentru eficiența energetică	7.3.	1,39	1,34%																
Achiziționarea și deținerea de clădiri	7.7.	45,15	43,57%																
CapEx pentru activitățile eligibile din punctul de vedere al taxonomiei, dar care nu sunt durabile din punctul de vedere al mediului (activități nealiniate la taxonomie) (A.2)		71,62	69,13%																
TOTAL (A.1 + A.2)		72,08	69,56%														0,44%	0,00%	0,44%
B. ACTIVITĂȚI NEELIGIBILE DIN PUNCTUL DE VEDERE AL TAXONOMIEI																			
CapEx pentru activitățile neeligibile din punctul de vedere al taxonomiei (B)		31,54	30,44%																
TOTAL (A+B)		103,61	100%																

Proportia OpEx din produse sau servicii asociate cu activitățile economice aliniate la taxonomie – anul 2022

Activități economice	Cod	OpEx absolute mil. RON	Proportia OpEx %	Criterii privind contribuția substanțială						Criterii DNSH („A nu prejudicia în mod semnificativ”)						Proportia OpEx aliniate la taxonomie, anul 2022 %	Categoria (activitate de tranziție) E	Categoria (activitate de tranziție) T	
				Atenuarea schimbărilor climatice	Adaptarea la schimbările climatice	Resursele de apă și cele marine	Economia circulară	Poluarea	Biodiversitatea și ecosistemele	Atenuarea schimbărilor climatice	Adaptarea la schimbările climatice	Resursele de apă și cele marine	Economia circulară	Poluarea	Biodiversitatea și ecosistemele				Garanții minime
A. ACTIVITĂȚI ELIGIBILE DIN PUNCTUL DE VEDERE AL TAXONOMIEI (A.1. + A.2.)																			
A.1. Activități durabile din punctul de vedere al mediului (aliniate la taxonomie)																			
OpEx aferente activităților durabile din punctul de vedere al mediului (aliniate la taxonomie) (A.1)		0	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0%	-	-
A.2. Activități eligibile din punctul de vedere al taxonomiei, dar care nu sunt durabile din punctul de vedere al mediului (activități nealiniate la taxonomie)																			
CapEx pentru activitățile eligibile din punctul de vedere al taxonomiei, dar care nu sunt durabile din punctul de vedere al mediului (activități nealiniate la taxonomie) (A.2)		0	0%																
TOTAL (A.1 + A.2)		0	0%														0%	-	-
B. ACTIVITĂȚI NEELIGIBILE DIN PUNCTUL DE VEDERE AL TAXONOMIEI																			
OpEx pentru activitățile neeligibile din punctul de vedere al taxonomiei (B)		27,54	0%																
TOTAL (A+B)		27,54	0%																

3 Produsele Noastre



Obiectivele de dezvoltare durabilă la care am subscris



3.1 Brandurile noastre

KFC

KFC este unul dintre cele mai mari lanțuri de restaurante cu servire rapidă la nivel global, specializat în preparate din pui. Cu sediul central în Louisville, Kentucky.

+ 23 000
Locații

135
Țări/teritorii



În România, primul restaurant a fost deschis în București în 1994, iar acum, rețeaua are 22 de unități Pizza Hut Dine-In și 21 Pizza Hut Delivery. Cu serviciul său de livrare la domiciliu, Pizza Hut Delivery este unul dintre cele mai populare concepte de livrare de pizza din țară. Pizza Hut oferă o gamă largă de produse, de la pizza și paste, la burgeri, precum și băuturi nealcoolice și deserturi.

+ 18 000
Locații

100
Țări/teritorii



Brandul oferă o varietate de produse de inspirație mexicană, de la tacos și burritos, la quesadillas și nachos. În România, sunt 15 restaurante, toate amplasate în cadrul unor centre comerciale, pentru a oferi o experiență culinară rapidă și delicioasă.

+ 7 000
Locații

30
Țări/teritorii

3.2 Responsabilitate în comunicare și inovare

Integritatea și reputația brandurilor noastre sunt foarte importante, astfel că realizăm toate campaniile de marketing într-o manieră transparentă, în conformitate cu politicile interne fiind deschiși la sugestiile și recomandările părților interesate. Punem accent pe inovare la nivel de produse și servicii îmbunătățind continuu prin rețete noi și prin digitalizare modul de comunicare și de plasare a comenzilor, pentru a deveni mai competitivi pe piață și mai eficienți pentru clienții noștri.

3.2.1 Marketing responsabil

Grupul nostru consideră marketingul responsabil ca principiu fundamental, ajutând astfel oamenii să ia decizii informate cu privire la produsele și serviciile pe care le oferim. Suntem o organizație matură, angajată să acționeze în mod responsabil în toate activitățile noastre. La nivel de Grup, ne asigurăm că procesele de marketing sunt gestionate în conformitate cu politicile și cerințele interne în vigoare. În plus, ne preocupăm de integritatea și reputația brandurilor noastre și desfășurăm toate campaniile de marketing cu transparență, mereu deschiși la îmbunătățiri propuse de părțile interesate. Prin alinierea practicilor noastre comerciale cu valorile și obiectivele de business și sustenabilitate, ne asigurăm că respectăm interesele principalilor noștri stakeholderi.

Politica de marketing responsabil a Sphera Franchise Group se concentrează pe promovarea produselor sale prin acțiuni de marketing și comunicare responsabile din punct de vedere social. Prin intermediul acestei politici, Grupul se angajează să nu exploateze vulnerabilitățile niciunui individ sau grup și să respecte valorile sale legate de diversitate și incluziune. Politica de marketing responsabil include instrucțiuni specifice privind publicitatea pentru copiii sub 15 ani, inclusiv distribuirea mate-

rialelor de marketing și activitățile promoționale. Sphera Franchise Group este preocupată de mediul înconjurător și se angajează să acționeze într-un mod sustenabil, eliminând din anul 2021 polistirenul și polistirenul expandat din toate unitățile KFC, Pizza Hut și Taco Bell, și asumându-și optimizarea resurselor naturale și reducerea la minimum a impactului negativ asupra mediului.

Strategia de marketing a Sphera Franchise Group include promovarea produselor iconice, accelerarea inovației și dezvoltarea de noi produse pentru a satisface nevoile și preferințele consumatorilor.

Ne bucurăm să anunțăm că, în anul 2022, Sphera Franchise Group nu a înregistrat nicio neconformitate în ceea ce privește respectarea reglementărilor și a codurilor voluntare privind comunicările de marketing, inclusiv publicitatea, promovarea și sponsorizarea, precum și a reglementărilor de comercializare. Nu au fost aplicate amenzi sau sancțiuni și nici nu au existat avertismente din motive de neconformitate. În plus, conform politicilor noastre de marketing responsabil, nu s-au desfășurat afișări publicitare destinate copiilor, sau care să vizeze băuturi alcoolice.

USFN	ARS	CFF	USFN MD	USFN IT	Total SFG
Total vânzări băuturi alcoolice (mii RON)					
484	1 302	45	67	688	2 587
Procentul din venituri băuturi alcoolice (% din Total)					
0,05	1,06	0,07	0,39	0,41	0,20

3.2.2 Inovare și digitalizare

Ne concentrăm asupra implementării de practici inovatoare în toate activitățile companiilor noastre, păstrând totodată angajamentul de a integra responsabilitatea în toate procesele de inovare și digitalizare. Suntem mereu în căutarea unor modalități noi pentru a rămâne relevanți pentru consumatori și pentru a îmbunătăți procesul de dezvoltare sustenabilă.

Comunicarea în format digital a meniurilor și utilizarea de tehnologii noi pentru efectuarea comenzilor, cu scopul de a îmbunătăți experiența clienților și a angajaților noștri, împreună cu alte tehnologii inovatoare, constituie inițiative prioritare în cadrul Grupului Sphera în procesul de dezvoltare sustenabilă a companiilor. Pentru a rămâne relevanți pentru consumatori, efectuăm studii și analizăm piața pentru a identifica nevoile acestora.

Inovațiile anului 2022:

- ⇒ La Taco Bell și la KFC au fost lansate aplicații de mobil;
- ⇒ La Pizza Hut Dorobanți din București a fost introdus proiectul pilot QRFood, care facilitează plasarea comenzilor de către clienți;
- ⇒ În restaurantele Pizza Hut, ospătarii preiau comenzile prin intermediul tabletelor;
- ⇒ La KFC au fost introduse meniuri digitale amplasate pe liniile de Drive Thru, ale noilor restaurante de acest tip deschise;
- ⇒ Numărul chioșcurilor și al panourilor de meniuri digitale este în creștere.

	KFC România		Pizza Hut România		Pizza Hut Delivery România		Taco Bell România		KFC Moldova		KFC Italia	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Număr de panouri de meniuri digitale	92	96	0	0	0	0	13	15	2	2	20	20
Număr de chioșcuri de comandă digitale*	206	277	1	1	0	0	10	12	0	0	76	81
Număr de campanii de marketing inovatoare	4	4	1	1	1	1	3	3	0	1	0	0
Număr de stații „Click & Collect”	92	96	22	20	20	21	13	15	0	0	20	20

* Datele raportate reprezintă numărul de fețe ale chioșcurilor de comandă



În 2022, am desfășurat și o serie de campanii de marketing inovatoare. Pentru KFC România, acestea au fost realizate pentru produsele: Zinger Mozzarella Burger, Popcorn Chicken, Twister Collection și Double Down. KFC Moldova a realizat campania Real Burger. Pizza Hut a realizat campania Tasty Bites, iar la Taco Bell s-au desfășurat de asemenea campanii inovatoare precum: Lil Burrito & Lil Crunchwrap; Lil Quesadilla; Double Crunchwrap.



3.2.3 Acuratețea informației și comunicarea

Sphera și companiile sale utilizează diverse platforme facile pentru a comunica în mod transparent și constructiv informații atât legate de respectarea cerințelor legislative și interne, cât și cu privire la conținutul produselor și originea ingredientelor. Acuratețea informațiilor transmise este esențială în interacțiunea cu comunitățile în care companiile Grupului își desfășoară activitatea.

Comunicăm deschis și transparent cu toate părțile interesate, furnizând informații clare și accesibile cu privire la produsele și serviciile noastre atât online, pe website-urile, cât și în mod fizic, în fiecare restaurant, prin intermediul meniurilor.

Comunicarea responsabilă privind produsele, ingredientele și alte elemente este o valoare importantă pentru Sphera. În special în contextul pandemic, ne-am dorit să comunicăm în mod transparent cu clienții și furnizorii noștri, inclusiv prin intermediul rețelelor

de socializare. De asemenea, ne preocupăm de satisfacția clienților noștri, iar pentru a o evalua utilizăm sistemul Guest Experience Survey.

Respectarea cerințelor legislative și a celor interne este o prioritate pentru noi, iar în restaurantele noastre se găsesc informații despre conținutul produselor și originea ingredientelor, furnizate pe suport de hârtie, pe chioșcuri și în meniuri digitale. Acestea sunt prezentate și pe website-urile brandurilor noastre și pot fi accesate aici:

- KFC
- KFC Moldova
- Pizza Hut
- Pizza Hut Delivery
- Taco Bell

Pentru a evita orice erori, ne asigurăm de corectitudinea informațiilor și verificăm specificațiile primite de la furnizorii de materii prime pentru 100% dintre produsele noastre. De asemenea, analizăm informațiile emise de laboratoarele autorizate, pentru a fi siguri că oferim clienților noștri informații precise și transparente.

Sphera Franchise Group acordă o mare importanță respectării reglementărilor și a codurilor voluntare în ceea ce privește informarea și etichetarea produselor și serviciilor. În acest sens, compania a luat măsuri pentru a se asigura că toate restaurantele respectă aceste standarde.

În perioada de raportare, nu au fost înregistrate incidente de nerespectare a reglementărilor sau a codurilor voluntare privind informațiile despre produse, servicii și etichetare, în cadrul companiilor din Grupul Sphera.

3.3 Lanțul de aprovizionare

3.3.1 Trasabilitatea în lanțul de aprovizionare

Colaborăm îndeaproape cu furnizorii noștri, în vederea garantării unui nivel înalt de calitate a materiilor prime și produselor și respectării cerințelor legale pe întregul lanț de aprovizionare. O bună trasabilitate în lanțul de aprovizionare se bazează pe respectarea standardelor interne de calitate în ceea ce privește materiile prime și identificarea oricărui posibil amenințări la adresa sănătății clienților noștri în fiecare etapă. Riscurile sunt astfel diminuate cu ajutorul procedurilor de prevenție.

Pentru a încuraja practicile legale, sociale și etice de business în rândul furnizorilor noștri, am creat un Cod de conduită a furnizorilor, semnat de

toți furnizorii cu care colaborăm.

În scopul asigurării unui nivel ridicat de protecție a sănătății consumatorului final, furnizorii trebuie să demonstreze că sunt capabili să urmărească fiecare produs înapoi la sursa sa, parcurgând toate etapele de producție și distribuție. Această condiție este vitală pentru intervenția preventivă și menținerea standardelor de calitate. În cazul unor suspiciuni legate de siguranța consumatorilor, putem bloca comercializarea unui anumit lot, minimizând în acest fel orice risc cu privire la siguranța și sănătatea clienților.

Fiecare produs, inclusiv materia primă, este integrat în sistemele de management al calității și siguranței

alimentului. Fiecare articol trece printr-un proces riguros de verificare, aprobare și documentare, asigurându-se trasabilitatea acestuia.

Pentru a atenua orice potențial risc, lucrăm doar cu furnizori certificați Yum! Brands și ne rezervăm dreptul de a efectua evaluări, audituri și inspecții inopinate ale unităților furnizorilor. Încălcările duc la măsuri corective, inclusiv rezilierea raportului de colaborare cu furnizorul pentru încălcări repetate sau neconformitate repetată. Pentru mai multe informații, puteți consulta politica noastră privind **Codul de Conduită al Furnizorului**.

Numărul de furnizori auditați cu privire la siguranța alimentară în anul 2022

24

KFC România

9

Pizza Hut România

1

Taco Bell România

24

KFC Moldova

47

KFC Italia

3.3.2 Achiziții etice în lanțul de aprovizionare

Colaborăm cu furnizori care s-au angajat să folosească sisteme alimentare durabile și care fac o prioritate din bunăstarea oamenilor, animalelor și a mediului înconjurător. Ne asumăm responsabilitatea că produsele noastre sunt livrate într-un mod sustenabil și etic. Pentru a atinge acest obiectiv, am implementat politici de aprovizionare durabilă și de bunăstare a animalelor. Selectarea furnizorilor include o evaluare a respectării tuturor legilor și reglementărilor aplicabile privind modul în care sunt tratați angajații acestora, de la asigurarea unui salariu echitabil, respectarea drepturilor omului și nediscriminarea, la sănătatea în muncă și menținerea amplasamentelor de lucru curate și sigure. Astfel, toate aspectele sociale și de mediu ale activităților de producție sunt luate în considerare.

Pentru a preveni orice impact negativ asupra societății și pentru a asigura respectarea tuturor legilor și reglementărilor aplicabile, criteriile sociale abordate în evaluare acoperă salariile și condițiile de muncă, nediscriminarea, munca copiilor și munca forțată sau în regim de ucenicie.

Am stabilit principii de aprovizionare durabilă prin intermediul cărora instruiți și îndrumăm furnizorii spre practici sustenabile în activitate, astfel încât performanța lor să se îmbunătățească continuu. Solicităm tuturor furnizorilor de produse din hârtie să facă dovada că se aprovizionează cu materie primă rezultată din păduri gestionate prin management sustenabil. Nu achiziționăm produse de ambalare pe bază de

hârtie fabricate cu fibre care provin din surse ilegale.

Ne propunem să utilizăm cât mai mult conținut reciclat pentru ambalajele noastre și să lucrăm cu furnizorii pentru a asigura conformitatea cu această politică de aprovizionare. În plus, ne-am asumat angajamentul de a ne asigura că, până în 2025, 100% din plasticul folosit în ambalajele noastre este recuperabil. Furnizorii sunt încurajați să mărească pe cât posibil conținutul de plastic reciclat al ambalajelor pe bază de plastic, asigurându-se, în același timp, că materialul rămâne adecvat pentru destinația sa.

În ceea ce privește practicile în agricultură, fermierii trebuie să îndeplinească cerințele legale privind nivelurile de pesticide din sau de pe produsele alimentare de origine vegetală și animală, atunci când aceste niveluri de reziduuri se aplică produselor obținute. Sphera promovează bunele practici agricole, inclusiv utilizarea sistemelor durabile de gestionare integrată a culturilor (ICM) pentru a reduce impactul asupra mediului.

Toți furnizorii noștri de carne de pui trebuie să aibă certificate BRC sau IFS și să susțină audit QSA (Quality System Audit) anual, iar bunăstarea animalelor este un principiu esențial pe care aceștia îl respectă. Colaborăm cu experți în domeniul bunăstării animalelor, pentru a implementa practici științifice și umane de manipulare a animalelor. Toți furnizorii de pui sunt supuși auditului privind bunăstarea animalelor.

La finalul anului 2022, toți furnizorii noștri de carne de pui au susținut

auditul de bunăstare a animalelor conform **politicii noastre privind Bunăstarea Animalelor**. În România, s-au desfășurat 6 astfel de audituri, iar în Italia 1 audit pentru furnizorii de pui.

În 2022, toți furnizorii noi, au semnat pe proprie răspundere Codul de conduită, fiind de acord cu respectarea criteriilor sociale și de mediu impuse de acesta.

Anul acesta, nu au fost identificate impacturi semnificative negative asupra societății în lanțul de aprovizionare.

În ceea ce privește impactul asupra mediului, în auditarea de mediu a furnizorilor existenți s-a identificat un potențial de îmbunătățire a gestionării ambalajelor. Astfel, am luat măsuri de diminuare a consumului de ambalaje din plastic, prin implementarea ambalajului secundar de carton, eliminând lăzile din plastic la transportul produselor din carne de pui la peste 90% dintre furnizori.



3.3.3 Diversitatea în lanțul de aprovizionare

Diversitatea în lanțul de aprovizionare reprezintă o prioritate, deoarece doar astfel putem avea garanția continuității și disponibilității produselor pentru toate companiile din Grup. Diversitatea producătorilor și a furnizorilor este esențială pentru succesul businessului Sphera și reprezintă, de asemenea, un avantaj competitiv.

Am creat parteneriate puternice cu furnizorii noștri de carne de pui și împreună căutăm soluții pentru un consum mai sustenabil, inclusiv prin dezvoltarea de rețete noi.

Preferăm să lucrăm cu furnizori locali de carne de pui, pentru a crește prosperitatea produselor și a reduce costurile de achiziție și consumul de combustibil, acestea fiind criteriile principale de selecție a furnizorilor conform procedurii noastre de achiziții. Toți furnizorii de pui locali sunt furnizori direcți ai restaurantelor din regiunea lor, eliminând astfel drumul până la platforma logistică și de la platformă la restaurante. Aceștia sunt mai ușor de monitorizat și mai facil de vizitat și verificat pentru a ne asigura că secțiile lor de producție

respectă atât calitatea produselor noastre conform specificațiilor, cât și a condițiilor de producție.

Pentru celelalte categorii de alimente, selectăm furnizori locali din perspectiva reducerii termenului de livrare și a planului de contingență.

În 2022 numărul total al furnizorilor a fost calculat diferit față de anii anteriori ca urmare a restructurării modului de încadrare a distribuitorilor. Astfel, distribuitorii care aparțin aceluiași producător au fost grupați ca reprezentând un sigur furnizor.

	2021	2022		2021	2022
Numărul total de furnizori	121	92	KFC România	101	68
	118	79	Pizza Hut România	103	69
	43	43	Taco Bell România	33	31
	134	102	KFC Moldova	123	94
	1	54*	KFC Italia	1	5*

* Începând cu 1 iulie 2022 compania logistică QSL a fost înlocuită cu HAVI Logistics, companie care colaborează cu mai mulți furnizori.

Colaborăm în continuare cu HAVI Logistics în proporție de peste 95%.

În ceea ce privește achizițiile locale, în 2022, am cumpărat 86% din cantitatea de carne de pui de la producători locali, iar diferența de 14% este asigurată din import, ca

o cantitate de contingență în cazul unor evenimente de forță majoră. În plus, achiziționăm băuturi, lactate, sosuri, vegetale, ambalaje și produse din carne, la nivel local.

Furnizorii locali sunt definiți ca fiind furnizori naționali, iar 80%

din cantitatea de carne de pui este livrată direct către restaurante de către furnizori. Diferența de 20% este livrată din platforma logistică Havi ca plan de contingență, pentru a asigura o aprovizionare continuă a restaurantelor.

3.3.4 Continuitatea și echilibrul în lanțul de aprovizionare

Asigurarea continuității businessului Sphera și a unui echilibru în lanțul de aprovizionare implică stabilirea de relații pe termen lung cu furnizorii și colaboratorii, alături de instruirea și îndrumarea acestora spre abordări sustenabile în activitate. Astfel, este îmbunătățită continuu performanța furnizorilor în relația cu Sphera și / sau subsidiarele sale și, implicit, cu consumatorul final.

Pentru a oferi servicii optime clienților, coordonăm activitățile și fluxurile de produse și informații primite de la furnizori și producători, pentru a asigura circulația rapidă a materiilor prime și informațiilor. Colaborăm pe termen mediu și lung

cu furnizori de clasa A & B (QSA) și risc 1 (FSA – Food Safety Audit) ce dețin certificări GFSI (Global Food Safety Initiative).

Colaborăm îndeaproape cu furnizorii actuali în vederea planificării interne în cazul situațiilor de urgență. Planurile noastre de contingență asigură continuitatea producției în cazul unor evenimente neprevăzute, interne sau externe, cum ar fi probleme în aprovizionarea cu materii prime, grevele, guvernarea și reglementările legislative.

La finalul anului 2021, s-a realizat un plan de contingență pe categoria pui pentru tot anul 2022, care prevedea un back-up stoc atât în platforma

logistică, cât și la furnizori. Pe lângă rezerva de energie electrică pe care o dețin toți furnizorii, avem și furnizori care produc biodiesel, folosind deșeurile (excremente, puf, pene) rezultate din procesul de producție. Astfel, toți furnizorii de pui sunt pregătiți să asigure alimentarea energetică în toate abatoarele și depozitele frigorifice, în cazul unor evenimente neprevăzute.

100% dintre furnizorii principalelor materii prime sunt selectați pe baza unor criterii de calitate și siguranță alimentară, iar ulterior sunt auditați conform cerințelor de către o companie de terță parte agreată de Yum! Brands.



Certificarea ISO 22000:2018 se adresează tuturor organizațiilor din industria alimentară indiferent de dimensiune sau sector. În cazul Sphera, auditul pentru obținerea certificării a fost efectuat de către SRAC, companie acreditată pentru certificarea sistemelor de management a siguranței alimentului. Odată cu această certificare, subsidiarele Grupului, din România, vor fi supuse unor audituri de supraveghere pentru o perioadă de doi ani.

Pe lângă auditurile de terță parte pentru certificare ISO 22000:2018, efectuăm în mod frecvent evaluări operaționale care vizează și siguranța alimentară, respectarea standardelor operaționale, utilizarea echipamentelor de lucru. Acestea includ:

- Auditul standard, efectuat de patru ori pe an, de către o companie externă. Acesta este specific fiecărui brand după cum

urmează: pentru restaurantele KFC, auditul ROCC (Restaurant Operations Compliance Check), pentru Pizza Hut, auditul ACE (Assured Customer Experience), iar pentru Taco Bell, auditul CORE (Customer Operations Review & Evaluation);

- Evaluări interne realizate zilnic de directorii și liderii de echipă ai restaurantului și periodic de managerii de zonă.

3.4 Calitatea și siguranța alimentului

Evaluarea siguranței și a calității produselor din restaurantele noastre

Businessul nostru depinde de calitatea și integritatea produselor comercializate. Pentru a oferi produse și servicii de cea mai bună calitate, care să satisfacă cerințele și așteptările consumatorilor noștri, asigurăm un control eficient și urmărim atenuarea riscurilor asociate fiecărei etape din cadrul lanțului nostru de aprovizionare, prin programele implementate în privința siguranței alimentare și a calității.

Pentru a asigura un standard ridicat de calitate și siguranță alimentară colaborăm cu furnizori certificați și luăm în considerare analizele de calitate și specificațiile existente. Procedurile de control intern și terț sunt aplicate în fiecare etapă a lanțului nostru de aprovizionare.

În cursul anului 2022, toate cele trei companii care operează în România brandurile KFC (US Food Network SA), Pizza Hut & Pizza Hut Delivery (American Restaurant System) și Taco Bell (California Fresh Flavors)

au fost certificate în managementul siguranței alimentare ISO 22000:2018, care stabilește cerințele pentru un sistem de management al siguranței alimentelor. Furnizarea de produse sigure pentru toți clienții, conformarea cu cerințele aplicabile ale autorității de reglementare în ceea ce privește siguranța alimentelor, precum și îmbunătățirea gestionării riscurilor în procesele de siguranță alimentară sunt câteva dintre beneficiile implementării acestui standard.

Numărul de audituri standard/non-standard în restaurante (ROCC/ACE/CORE)

	2021	2022
KFC România	402	232
Pizza Hut România	74	72
Pizza Hut Delivery România	64	66
Taco Bell România	48	42
KFC Moldova	9	5
KFC Italia	77	66

Procentul de restaurante auditate de o autoritate în domeniul siguranței alimentare (%)

	2021	2022
KFC România	96%	100%
Pizza Hut România	50%	100%
Pizza Hut Delivery România	37%	100%
Taco Bell România	46%	100%
KFC Moldova	100%	100%
KFC Italia	100%	100%



Eforturile noastre sunt îndreptate spre îmbunătățirea continuă a standardelor de sănătate și securitate alimentară. În România și Republica Moldova **nu am emis nicio retragere de loturi de materie primă**. Pentru KFC Italia, s-a aplicat metoda standard de retragere a unui produs neconform din restaurante, conform procedurii de trasabilitate. În 2022 au existat 2 astfel de cazuri de retrageri, iar produsul neconform a fost făina. Cantitatea totală retrasă a fost de 200 de kg. Suntem hotărâți să menținem un nivel ridicat de performanță și vom continua să luăm toate măsurile necesare pentru a garanta siguranța și calitatea produselor noastre.

Pentru a ne asigura că îndeplinim cu responsabilitate datoria față de consumatori și societate, am investit în instruirea continuă a personalului nostru în domeniul siguranței alimentare și am implementat programe periodice de auditare internă și externă a restaurantelor.

Ore de instruire a angajaților privind siguranța alimentară

	2021	2022
KFC România	61 632	60 816
Pizza Hut România	3 440	5 728
Pizza Hut Delivery România	6 432	3 872
Taco Bell România	6 032	7 152
KFC Moldova	1 104	1 168
KFC Italia	1 320	1 338

În fiecare an, toți angajații noștri completează chestionare de evaluare a nivelului de siguranță alimentară, pentru a ne asigura că respectăm cu strictețe cerințele și standardele noastre.



4 Grijă pentru Mediu

Obiectivele de dezvoltare durabilă la care am subscris



Ne-am asumat un angajament puternic pentru reducerea impactului nostru asupra mediului înconjurător. Începând de la achiziționarea responsabilă a materiilor prime, până la maniera în care sunt gestionate ambalajele și practicile privind conservarea resurselor utilizate, luăm măsuri pentru dezvoltarea sustenabilă a businessului nostru.

4.1 Energie

Urmărim în permanență identificarea oportunităților de gestionare eficientă a consumurilor în cadrul proceselor noastre și implementăm tehnologii performante și echipamente eficiente din punct de vedere energetic. Doar printr-o gestionare eficientă a energiei putem să contribuim la protejarea resurselor naturale, minimizând impactul pe care consumul de resurse îl are asupra mediului înconjurător și comunităților în care activăm.

Procesul de monitorizare și gestionare a consumurilor de energie este asigurat la nivelul tuturor unităților noastre. De asemenea, ținem cont de caracteristicile de eficiență energetică în selecția noilor locații pentru restaurantele noastre.

Consumul total de energie al Sphera în anul 2022 a fost de 152 601,83 GJ, cu doar 0,53% mai mare față de anul 2021.

2022 vs. 2021

+0,53%

Consumul total de energie (GJ/an)



4.1.1 Consumul de energie electrică

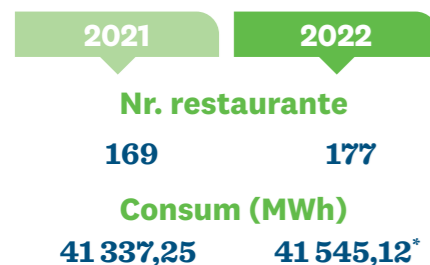
Efectuăm monitorizarea consumului de energie electrică în funcție de restaurante. În ultimii ani, rețeaua noastră a crescut semnificativ, ajungând la un număr de 177 de unități la finalul anului 2022, ceea ce a dus la o creștere a consumului

de energie electrică. Continuăm să menținem acest consum într-un mod echilibrat prin programele noastre de monitorizare și prin utilizarea de iluminat eco-eficient în toate restaurantele noastre.

În prezent, nu utilizăm surse regenerabile de energie, dar avem planuri de a instala astfel de surse în viitorul apropiat. Am demarat deja etapa de analize interne și calcule de fezabilitate pe acest subiect.

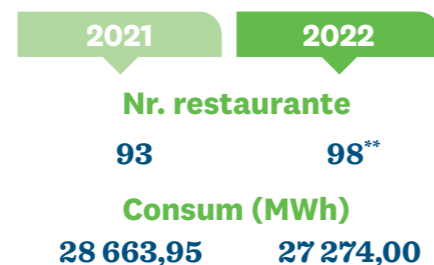
Consumul de energie electrică la nivelul organizației (MWh)

Sphera Group



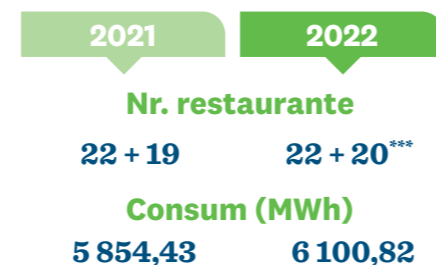
* Include și consumurile aferente sediului central Sphera Franchise Group

KFC România



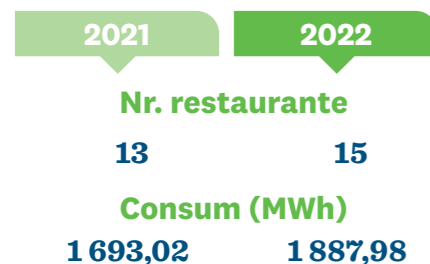
** Incluzând 1 restaurant PAUL și 1 restaurant Pizza Hut Delivery operate de USFN România

Pizza Hut România

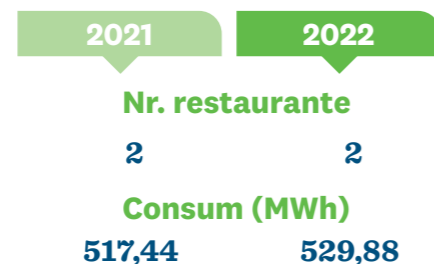


*** 19 restaurante Pizza Hut Delivery + 1 subfranciză Pizza Hut Delivery;

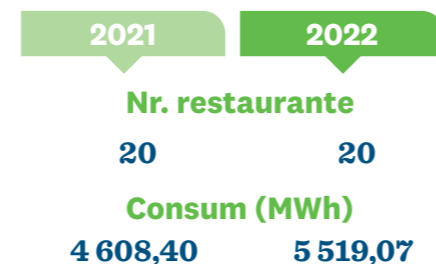
Taco Bell România



KFC Moldova



KFC Italia



149 562,45 GJ

consumul total de energie electrică în 2022

4.1.2 Consumul de gaze naturale

Gazul natural este utilizat pentru pregătirea anumitor produse, dar și pentru a asigura încălzirea spațiilor.

Monitorizarea consumului este efectuată cu atenție de către membrii echipei noastre operaționale responsabili de această activitate.

Sphera Franchise Group



4.1.3 Eficiența energetică

Pe lângă monitorizarea constantă a consumului de energie electrică și gaz natural am luat următoarele decizii:

- În toate restaurantele KFC, echipamentele de climatizare au fost setate la 19 grade pe toată perioada iernii și 27 de grade vara;
- În toate restaurantele KFC, Pizza Hut, Pizza Hut Delivery perdelele de aer au funcționat doar pe modul ventilație;
- În toate restaurantele KFC, Pizza Hut, Pizza Hut Delivery și Taco Bell, au fost gestionate mai bine pornirile și opririle echipamentelor electrice, în funcție de necesitățile de producție, astfel încât să realizăm un consum minim necesar;
- În toate restaurantele KFC In-line și Drive Thru, au fost închise reclamele luminoase pe perioada în care sunt închise restaurantele;
- Au fost înlocuite becurile clasice cu unele de tip LED ce au un consum redus de energie electrică, în restaurantele KFC, Pizza Hut și Pizza Hut Delivery;
- S-au instalat senzori de prezență în zonele anexe (vestiare, toalete angajați) în toate restaurantele nou construite, precum și în cele existente care au fost remodelate.

În urma măsurilor de eficientizare energetică, în anul 2022, în restaurantele KFC au fost realizate economii de energie electrică de 1 389,95 MWh față de anul 2021.



RESTAURANTE KFC

1 389,95 MWh

economisiți în 2022 vs. 2021



4.2 Transport eficient și livrare în timp

Sphera își selectează locațiile restaurantelor și colaboratorii pentru transport pe baza caracteristicilor de eficiență și livrare facilă și în timp util către clienți. De asemenea, alegem cu mare grijă noile locații pentru restaurantele noastre pe baza caracteristicilor de eficiență energetică și a proximității de transportul public, precum și luând în considerare ceea ce este cel mai convenabil pentru subcontractanți. În permanență eficientizăm flota proprie de transport, astfel încât să diminuăm gradual impactul asupra mediului.

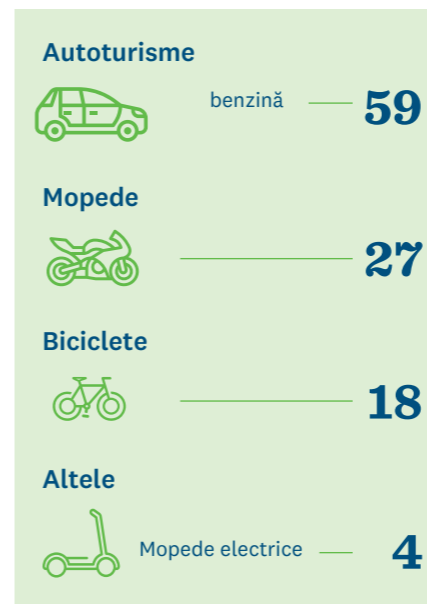
Ne dorim ca produsele noastre să fie transportate eficient și să fie livrate la timp. De aceea, colaborăm cu furnizori cheie pentru aprovizionarea cu materie primă și continuăm să ne extindem colaborarea cu furnizori specializați în domeniul livrării.

Distribuția materiilor prime alimentare și ne-alimentare

Colaborăm strâns cu furnizori importanți de servicii logistice, precum HAVI Logistics în România și Moldova, respectiv Quick Service Logistics (QSL) în Italia, pentru distribuția materiilor prime alimentare și ne-alimentare. Începând cu 1 iulie 2022, în Italia, QSL a fost înlocuit cu HAVI.

Lucrăm împreună cu colaboratorii noștri în domeniu pentru a identifica soluții de eficientizare a transportului și a proceselor logistice. Furnizorii utilizează programe specifice pentru a coordona întregul proces de distribuție și transport, monitorizându-l și raportând în timp util orice posibile probleme.

Flota proprie a restaurantelor KFC și Pizza Hut Delivery pentru serviciile de livrare în anul 2022:



HAVI a reușit să înlocuiască întreaga flotă cu Tiruri Euro 6 și și-a propus să alimenteze depozitul central din Chitila cu energie electrică produsă de panouri solare până în 2025, reducând astfel consumul cu cel puțin 30%. În plus, transporturile sunt optimizate în vederea reducerii consumului de combustibil. HAVI a analizat posibilitatea de a investi în mașini care funcționează cu gaz natural comprimat, însă în prezent există doar o singură pompă de unde se poate realiza alimentarea cu acest tip de combustibil în România. În paralel, se ia în calcul înlocuirea flotei actuale de camioane cu una electrică, însă, din cauza autonomiei scăzute a acestora, nu este încă o soluție fezabilă pentru HAVI.

De asemenea, furnizorul QSL cu care colaborăm în Italia face eforturi pentru a avea o flotă sustenabilă. În acest sens, QSL a început trecerea la modele de tiruri care să îndeplinească noile standarde de emisii Euro 6. Această abordare de gestionare a parcului auto va fi completată prin achiziționarea de unități de răcire cu emisii reduse și prin utilizarea de agenți de răcire ecologici.

Distribuția produselor

Ne preocupăm să satisfacem nevoile clienților prin asigurarea unui acces ușor la produsele noastre. Prin urmare, în timpul pandemiei, am continuat să le oferim clienților noștri opțiunea de a primi produsele preferate livrate la domiciliu, la locul de muncă sau în orice altă locație convenabilă pentru ei.

În anotimpul rece, mașinile care utilizează GPL sunt sub contract de împrumut de folosință pe perioade scurte (3 luni).

Consumul de combustibil al flotei proprii (litri/an) la nivelul Grupului Sphera

	2021*	2022
Benzină	253 565,63	218 662,79
Motorină	140 936,84	107 411,12
GPL	5 671,84	3 862,91

* date rectificate pentru anul 2021

-14%
consum benzină
2022 vs. 2021

-24%
consum motorină
2022 vs. 2021

Logistică și colaborare cu furnizorii sau alte părți interesate

Pentru a menține o rețea de restaurante eficientă și a îndeplini așteptările clienților noștri, membrii echipei de management executiv și operațional se deplasează în teren atunci când este necesar, pentru a fi în contact direct cu toate părțile

interesate, interne sau externe, și a asigura continuitatea și eficiența activităților. În același timp, încurajăm organizarea întâlnirilor virtuale ori de câte ori este posibil și evităm călătoriile atunci când acest lucru este fezabil, atât la nivel național, cât și internațional.

În vederea asigurării accesului clienților la produsele noastre, colaborăm atât în România, cât și în Italia, cu furnizori specializați în domeniul livrării, precum:

- Tazz
- Glovo
- Bolt
- Deliveroo
- Just Eats
- Uber Eats
- Vorrey

Restaurant	Agregatori	Data începerii contract	Orașe deservite
KFC România	Tazz	Mai 2020	București, Alba Iulia, Arad, Bacău, Baia Mare, Balotesti, Bârlad, Bistrița, Botoșani, Brașov, Brăila, Buzău, Cluj, Constanța, Craiova, Deva, Drobeta, Focșani, Galați, Iași, Miercurea Ciuc, Oradea, Piatra Neamț, Pitești, Ploiești, Râmnicu Vâlcea, Roman, Satu Mare, Sfântu Gheorghe, Sibiu, Suceava, Târgoviște, Târgu Jiu, Târgu Mureș, Timișoara, Zalău
	Glovo	Iunie 2020	
	Bolt Food	Februarie 2022	
Pizza Hut Dine In România	Tazz	2020	Galați, Iași, Timișoara, Bacău, Cluj, Constanța, Craiova, Ploiești, Brașov, București
	Glovo	2020	
	Bolt Food	Septembrie 2022	
Pizza Hut Delivery România	Glovo	2019 – prezent	București, Ploiești, Constanța, Cluj, Târgu Mureș
	Tazz	2020	
	Bolt Food	Februarie 2022	
Taco Bell România	Glovo	Aprilie 2019	București, Cluj, Timișoara, Constanța, Sibiu, Ploiești, Brașov, Iași, Bacău
	Tazz	Mai 2020	
	Bolt Food	Ianuarie 2022	
KFC Italia	Uber Eats	Aprilie 2020	Bari, Bologna, Bolzano, Firenze, Genova, Marcon, Moncalieri, Padova, Pomezia, Roma, Torino, Udine, Verona, Villesse, Settimo
	Glovo	Aprilie 2020	
	Just Eat	Aprilie 2020	
	Deliveroo	Mai 2020	
	Vorrey	Octombrie 2020	

La nivelul furnizorilor specializați în servicii de livrare, nu ne-am asumat cuantificarea numărului de kilometri parcurși sau cantitatea de combustibil utilizată pentru livrarea produselor noastre, deoarece nu există exclusivitate în ceea ce privește serviciile de livrare.

4.3 Consumul de apă

Resursele de apă sunt utilizate în special pentru procesare și pentru curățenia spațiilor din bucătării și restaurante. Pentru a optimiza utilizarea acestei resurse valoroase, monitorizăm consumul lunar în toate restaurantele noastre. Pentru centrele comerciale unde avem spații închiriate, colectăm, de asemenea, informații cu privire la consumul de apă raportat la suprafața ocupată. Apa uzată este eliminată în rețeaua de canalizare disponibilă în locațiile noastre.

Pentru moment, apa uzată produsă nu poate fi reciclată, iar spațiile noastre nu permit instalarea unor echipamente specifice și fezabile pentru acest proces. Apa utilizată este supusă analizelor efectuate de către un laborator acreditat conform ISO 17025/2018. Totodată, fiecare indicator este analizat la rândul său de către laborator, pe baza unor standarde aprobate de către RENAR.



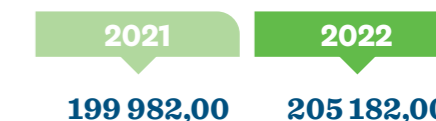
Consum de apă pentru prelucrarea produselor alimentare, MI** (m³)

Sphera Group



* Include și consumurile aferente sediului central Sphera Franchise Group

KFC România

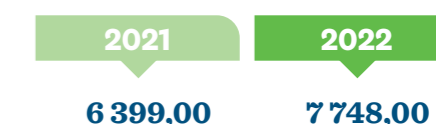


Pizza Hut România**



** Pizza Hut + Pizza Hut Delivery

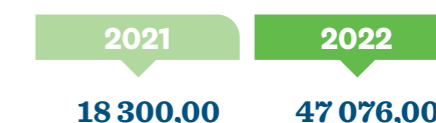
Taco Bell România



KFC Moldova



KFC Italia



Măsurile de reducere a consumului de apă prin folosirea senzorilor la chiuvetele de mâini, repararea imediată a echipamentelor cu probleme, instruirea angajaților să facă economie de apă, fără să se abată de la normele de igienă și siguranță a alimentelor au dus la diminuarea consumului de apă în restaurantele Pizza Hut și Pizza Hut Delivery. Astfel, în anul 2022, în cele două rețele, s-au consumat cu 9.397 m³ de apă mai puțin față de anul 2021.

Expunerea curentă la stresul hidric din țările unde activăm

Am utilizat instrumentul Aqueduct Water Risk Atlas, pus la dispoziție de Institutul de Resurse Globale (WRI) în mod gratuit pentru a determina riscul de stres hidric în țările în care activăm. În prezent (2022), riscul de stres hidric

este scăzut spre mediu în majoritatea regiunilor din nordul Italiei, Republica Moldova și România. Însă conform previziunilor (2040), acest fenomen se va accentua, în special în Republica Moldova. Vom continua să monitori-

zăm evoluția acestui indicator pentru a ne asigura că impactul consumului de apă în restaurantele noastre, deși unul redus, nu afectează negativ comunitățile locale în care activăm.

Evaluarea stresului hidric – prezent



Evaluarea stresului hidric – previziune pentru 2040



WRI AQUEDUCT WATER RISK ATLAS

4.4 Economia circulară, valorificarea și reciclarea deșeurilor

Obiectivul nostru principal este protejarea resurselor naturale și reducerea la minimum a impactului generat de activitatea noastră asupra mediului. Eforturile noastre sunt direcționate spre identificarea continuă de soluții pentru colectare și reciclare. Iar atunci când deșeurile nu se pot recicla, ne concentrăm pe explorarea potențialului de valorificare energetică a acestora.

Avem implementat un sistem de management al deșeurilor care este supravegheat și îmbunătățit constant. Acesta se bazează pe cerințele legale în vigoare, dar și pe propriile noastre concepte, astfel încât să putem valorifica cât mai bine selecția deșeurilor la punctele de generare. În acest sens, efectuăm audituri de deșeurii regulate în restaurantele noastre, pentru a ne asigura că obiectivele din planul de management sunt înțelese și respectate, intervenind cu măsuri corective acolo unde este necesar.

Pentru a promova colectarea separată a deșeurilor, am implementat mai multe activități de informare și conștientizare adresate clienților și angajaților noștri. Printre acestea se numără etichetarea pubelelor din restaurante pentru o identificare mai facilă, instruirea echipelor de curățenie pentru a asigura colectarea și selectarea corectă a deșeurilor și afișarea de mesaje scrise de informare pe ambalajele produselor.

La Sphera, respectăm cu strictețe cerințele legale aplicabile și urmărim îndeaproape conformarea cu acestea. Consiliul de Administrație al Sphera Franchise Group este responsabil pentru supravegherea problemelor de mediu și este remunerat, pe lângă remunerația fixă, și pe criteriile de performanță non-financiară, cum ar fi impactul de mediu.

Generăm deșeurii în cadrul activității noastre, de la deșeurii de ambalaje până la deșeurii ce provin din lanțul de aprovizionare. În unitățile din centrele comerciale, deșeurile municipale și reciclabile sunt depozitate în spațiile special amenajate ale acestora, ulterior fiind colectate de către firme autorizate, iar restul deșeurilor generate sunt predate direct de către locații către firme autorizate în baza unui contract. În locațiile de tip Drive Thru, toate categoriile de deșeurii generate se predau către firme autorizate în baza unui contract.

Colaborăm cu firme autorizate pentru a gestiona deșeurile periculoase precum tonere de imprimante, baterii și acumulatori, tuburi fluorescente și echipamente casate cu conținut de componente periculoase.

Colectăm și monitorizăm datele legate de cantitatea de deșeurii generate din acte conform legislației puse la dispoziție de către firmele autorizate colectării deșeurilor cu care avem contacte, cât și acte întocmite de către locații.



Cantități de deșuri generate



Deșuri din plastic (tone)

2021 2022

Sphera Franchise Group	107,50*	193,47
KFC România	25,32	92,24
Pizza Hut România	6,11	9,26
Pizza Hut Delivery România	2,15	4,62
Taco Bell România	1,89	10,25
KFC Moldova	0,20	1,50
KFC Italia	71,83	75,61

* Date rectificate



Deșuri din sticlă (tone)

2021 2022

Sphera Franchise Group	5,18*	4,85
KFC România	2,71	0,17
Pizza Hut România	1,54	4,59
Pizza Hut Delivery România	0,00	0,00
Taco Bell România	0,92	0,09
KFC Moldova	0,01	0,01
KFC Italia	0,00	0,00

* Date rectificate



Deșuri menajere (tone)

2021 2022

Sphera Franchise Group	7 881,99*	6 479,01
KFC România	7 369,37	4 963,70
Pizza Hut România	242,44	650,70
Pizza Hut Delivery România	60,22	350,60
Taco Bell România	4,52	198,53
KFC Moldova	98,60	99,00
KFC Italia	106,83	216,47

* Date rectificate



Deșuri alimentare (tone)

2021 2022

Sphera Franchise Group	80,60*	104,47
KFC România	23,09	60,67
Pizza Hut România	0,20	0,01
Pizza Hut Delivery România	0,00	0,00
Taco Bell România	1,20	0,26
KFC Moldova	5,20	1,30
KFC Italia	50,90	42,23

* Date rectificate



Deșuri din hârtie/carton (tone)

2021 2022

Sphera Franchise Group	935,15*	832,79
KFC România	541,62	560,14
Pizza Hut România	161,31	15,79
Pizza Hut Delivery România	16,42	20,78
Taco Bell România	9,37	18,78
KFC Moldova	17,20	18,10
KFC Italia	189,23	199,19

* Date rectificate



Deșuri din metal (tone)

2021 2022

Sphera Franchise Group	5,96*	13,29
KFC România	3,75	9,47
Pizza Hut România	1,63	2,17
Pizza Hut Delivery România	0,45	0,83
Taco Bell România	0,12	0,77
KFC Moldova	0,00	0,04
KFC Italia	0,00	0,00

* Date rectificate



Deșuri ulei uzat (tone)

2021 2022

Sphera Franchise Group	281,91*	213,25
KFC România	201,34	131,42
Pizza Hut România	1,89	2,12
Pizza Hut Delivery România	0,00	0,00
Taco Bell România	10,19	9,20
KFC Moldova	6,10	2,90
KFC Italia	62,39	67,61

* Date rectificate

Reciclăm 100% următoarele tipuri de deșuri:

ambalaje metalice și ambalaje din sticlă atât în restaurantele din România, cât și în cele din Moldova. Pentru Italia, cantitățile totale de deșuri reciclate sunt bazate pe estimări. Acestea sunt predate direct de către locații către firme autorizate în baza unui contract.

Gestionarea deșeurilor la nivelul Grupului Sphera (tone)

Sphera Franchise Group		2021*	2022
Deșuri din plastic	Reciclat	145,23	146,67**
Deșuri din hârtie/carton	Reciclat	766,06	773,04***
Deșuri din sticlă	Reciclat	5,18	4,85
Deșuri din metal	Reciclat	5,96	13,29
Deșuri menajere	Eliminat, depozitare	7 881,98	6 479,01
Deșuri ulei uzat	Reciclat	281,91	213,25
Deșuri alimentare	Eliminat, depozitare	80,60	104,47
Tone deșeu valorificat prin reciclare		1 204,35	1 151,10
Tone deșeu eliminat		7 962,59	6 583,48

* Date rectificative
**Cantitatea din Italia este estimată
***Cantitatea din Italia este estimată

Colectarea și gestionarea uleiului uzat

În restaurantele noastre, uleiul uzat este un deșeu generat în cantități semnificative, dar poate fi valorificat într-un mod sustenabil. Pentru a reduce cantitatea generată de ulei uzat, am implementat un proces controlat de verificare a calității acestuia, care implică utilizarea unor teste omologate. Procesul este strict monitorizat conform procedurilor interne, fiind urmat de colectare și valorificare, la final rezultând biocombustibil.

Ulei de gătit reciclat (tone)

	2021	2022
Sphera Franchise Group	281,91	213,25
KFC România	201,34	131,42
Pizza Hut România	1,89	2,12
Taco Bell România	10,19	9,20
KFC Moldova	6,10	2,90
KFC Italia	62,39	67,61



Ambalaje din hârtie/carton (tone)

	2021	2022
Sphera Franchise Group	1 321,77	1 412,90
KFC România	804,42	736,08
Pizza Hut România*	263,59	397,80
Taco Bell România	52,73	67,53
KFC Moldova	11,80	12,3
KFC Italia	189,23	199,19

*Pizza Hut + Pizza Hut Delivery

4.4.1 Reducerea consumului de materiale din plastic

Am continuat și în anul 2022 să utilizăm în toate restaurantele noastre paie din hârtie, tacâmurile și paletele de amestecat băuturi din lemn, reușind tranziția completă la finalul lunii iulie 2021.

Colaborăm cu producători și furnizori care au fost aleși în baza deținerii unor certificări emise de Programme for Endorsement of Forest Certification (PEFC) și Forest Stewardship Council (FSC). Hârtia folosită la producerea paielei provine din păduri administrate în mod sustenabil. Folosim în operațiunile noastre preponderent ambalaje din hârtie și carton, fiind astfel aliniați politicii Yum! în această direcție.

Ambalaje din plastic (tone)

	2021	2022
Sphera Franchise Group	119,14	165,03
KFC România	45,39	87,33
Pizza Hut România*	1,92	2,09
Taco Bell România	0,00	0,00
KFC Moldova	0,00	0,00
KFC Italia	71,83	75,61

*Pizza Hut + Pizza Hut Delivery

KFC România		Pizza Hut România		Pizza Hut Delivery România		Taco Bell România		KFC Moldova		KFC Italia	
2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Ambalaje utilizate realizate din materiale reciclate și/sau regenerabile (%)											
40	85,26	30	98,01*	100	98,01*	35	91,94	-	85,63	N/A	N/A
Ambalaje care sunt reciclabile, reutilizabile și/sau compostabile (%)											
46	85,26	46	98,01*	100	98,01*	46	91,94	-	85,63	N/A	N/A
Pungi din plastic înlocuite cu pungi biodegradabile (%)											
100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Tacâmuri din plastic înlocuite cu tacâmuri biodegradabile (%)											
100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100**	100
Paie din plastic înlocuite cu paie din hârtie (%)											
100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

* Indicatorul monitorizat cuprinde restaurantele Pizza Hut și Pizza Hut Delivery
**100% din iulie 2021



Colaborăm cu partenerii noștri pentru a implementa răspunderea extinsă a producătorilor și pentru a garanta că deșeurile rezultate din ambalaje generate de clienții noștri și de populație în afara locațiilor noastre sunt valorificate corespunzător.

Pentru a ne îndeplini obiectivele de valorificare, colaborăm cu Reciclad'Or, o societate autorizată de tip OIREP (Organizație de Îndeplinire a Responsabilității Extinse a Producătorilor).



4.5 Risipa alimentară

Risipa alimentară se poate produce pe parcursul a diferite etape, începând cu producția, în procesare, vânzare și la consumatorul final. Sphera consideră deosebit de importantă reducerea cantității de alimente neconsumate, în toate etapele, prin implementarea

de măsuri strategice și îmbunătățirea performanței sale în reducerea cantității de deșuri alimentare generate.

În 2022, am continuat programul de donare de alimente, Harvest, prin adăugarea unui nou restau-

rant, în București. Pe parcursul întregului an, din cele peste 35 de restaurante, am donat 6 973 kg de alimente către 10 asociații la nivel național. Programul de donație este extins și în Italia, unde sunt implicate 4 restaurante din Grupul Sphera.



Gestionarea deșeurilor alimentare la nivelul Grupului Sphera

2021	2022
Cantitatea totală de deșuri (tone)	
9 298,28	7 841,13
Cantitatea totală de deșuri alimentare (tone/an)	
80,60	104,47
Procentul de deșuri alimentare	
0,87%	1,33%
Cantitatea totală salvată de la a deveni deșeu (tone/an) (Alimente donate prin programul HARVEST)	
8,40	6,97

4.6 Emisiile de carbon și impactul asupra climei

Schimbările climatice reprezintă potențiale riscuri pentru Sphera, inclusiv posibilitatea creșterii costurilor cu energia, taxe pentru emisiile de carbon, aprovizionarea sustenabilă cu materii prime agricole, apă și întreruperi ale activității din cauza condițiilor meteorologice severe.

Investim în mod constant în eficiență energetică și tehnologii cu emisii reduse de carbon, având în vedere

că o astfel de gestionare eficientă a energiei și a carbonului poate aduce beneficii atât companiei noastre, cât și comunităților în care operăm. Consumurile de energie sunt monitorizate atent, pentru a ne asigura că măsurile implementate sunt eficiente. Reducerea impactului asupra mediului este o prioritate pentru noi, motiv pentru care, pe baza consumului de energie înregistrat, am calculat emisiile directe și indirecte de CO₂ eq (Domeniul de

aplicare 1 și Domeniul de aplicare 2) și continuăm să luăm măsuri pentru reducerea acestora.

Nu am luat în considerare Domeniul de aplicare 3 în calculele noastre actuale, dar intenționăm să ne concentrăm în următorii ani asupra analizei lanțului de aprovizionare în zonele în care putem avea un impact.

4.6.1 Amprenta de carbon

Tabel emisiile de gaze cu efect de seră (GES) (tone CO₂ eq)

Activitățile Grupului Sphera		2021	2022	
1	Emisiile aferente consumului de combustibil al flotei proprii (benzină, motorină, GPL)			
	Emisiile aferente consumului de gaz natural utilizat în mod direct în activitatea Grupului (gătire, ardere sau climatizare spații)	1 130,45*	1 038,48	
2	Emisiile aferente energiei electrice procurată pentru consumul propriu și a agentului termic	În funcție de locație/ Location** - based	14 015,69	9 482,73
		În funcție de piață/ Market*** - based	N/A	12 655,40
3	Aprovizionarea cu materie primă Gestionarea deșeurilor Logistică Deplasările în interes de serviciu care nu sunt făcute cu autoturismele din flota proprie			
		N/A	N/A	
Total emisii location-based		15 146,14*	10 521,21	
Total emisii market-based		N/A	13 693,88	

* Date rectificate

** Location-based: calcul generat folosind factori de emisie naționali (ai rețelei naționale de electricitate)

*** Market-based: calcul generat folosind factori de emisie ai furnizorilor (specifci fiecărui furnizor de energie electrică)

Observații:

- Pentru calculul emisiilor aferente Domeniului de aplicare 1 au fost luate în considerare consumurile de combustibili lichizi și gazoși (benzină, motorină, GPL și gaz natural). Cantitatea de refrigerant reîncărcată în sistemele de climatizare sau în instalațiile de frig nu a fost luată în calcul întrucât nu este disponibilă o centralizare a acesteia.
- Pentru a determina emisiile din Domeniul de aplicare 2 în anul 2022, s-au luat în considerare consumurile de electricitate, iar în plus față de anul 2021, s-a inclus și cantitatea de agent termic achiziționat.
- În România, emisiile aferente Domeniului de aplicare 2 au fost calculate atât în funcție de locație (location-based), cât și în funcție de piață (market-based). Pentru electricitatea achiziționată direct, s-au utilizat factorii de emisie specifici furnizorilor de energie electrică. În cazul

locațiilor în spații închiriate, unde cantitatea de electricitate este refacturată pe baza citirii contorului, s-au folosit factorii de emisie reziduali. Atât factorii de emisie corespunzători furnizorilor de electricitate, cât și factorii de emisie reziduali, sunt specifici anului 2021.

- În cazul Republicii Moldova în absența factorilor de emisie specifici furnizorului de electricitate, s-au utilizat aceiași factori pentru calculul emisiilor din Domeniul de aplicare 2, atât în funcție de locație (location-based), cât și în funcție de piață (market-based). Cei mai recentți factori de emisie specifici consumului de energie electrică sunt disponibili pentru anul 2020.
- În Italia, emisiile asociate consumului de electricitate din Domeniului de aplicare 2 în funcție de locație (location-based) au fost calculate utilizând factori de emisie naționali specifici pentru

anul 2020, iar pentru calculul emisiilor în funcție de piață (market-based), s-au utilizat factorii de emisie reziduali specifici anului 2021. Acest mod de lucru este influențat de factorii de emisie publicați, respectiv de legislația fiecărei țări de a pune la dispoziție factorii de emisie, respectiv mixul energetic al furnizorilor.

- Activitățile încadrate în Domeniul de aplicare 3 sunt asigurate de servicii externe și nu au fost luate în considerare în calculul amprentei de carbon.

În anul 2022, s-a înregistrat o reducere de 8% a emisiilor generate în Domeniul de aplicare 1 față de anul 2021. Această scădere a fost rezultatul înlocuirii unui număr de mașini diesel cu mașini hibride, cu scopul de a reduce impactul Grupului asupra mediului. În Italia, au fost înlocuite 7 mașini diesel cu mașini hibride, iar în România au fost înlocuite 4 mașini.

Intensitatea emisiilor de gaze cu efect de seră (GES)

Intensitatea emisiilor GES

	2021	2022
Emisii totale de GES în funcție de locație (tone CO ₂ eq)	15 146,14	10 521,21
Vânzări nete (mn lei)	1 000,29	1 322,82
Vânzări brute (mn lei)	1 082,61	1 424,16
Vânzări nete (mn USD)	240,43	282,14
Vânzări brute (mn USD)	260,22	303,76
Intensitatea emisiilor de GES la 1 mn lei venituri din vânzări nete (tone CO ₂ eq/mn lei)	15,14	7,95
Intensitatea emisiilor de GES la 1 mn lei venituri din vânzări brute (tone CO ₂ eq/mn lei)	13,99	7,39
Intensitatea emisiilor de GES la 1 mn USD venituri din vânzări nete (tone CO ₂ eq/mn USD)	63,00	37,29
Intensitatea emisiilor de GES la 1 mn USD venituri din vânzări brute (tone CO ₂ eq/mn USD)	58,21	34,64

5 Oameni și Comunitate



Obiectivele de dezvoltare durabilă la care am subscriș



5.1 Echipa noastră

În cadrul Grupului Sphera, considerăm că impactul pe care îl avem asupra oamenilor și a comunităților este la fel de important ca produsele pe care le punem la dispoziția clienților.

Unul dintre cei 4 piloni care stau la baza strategiei noastre de sustenabilitate este reprezentat de Oameni și Comunitate și de aceea misiunea noastră este de a oferi clienților o experiență memorabilă, susținută de servicii excelente și produse unice pregătite de echipe pasionate. Susținem această misiune prin dezvoltarea unei culturi bazate pe suma experiențelor trăite de angajații noștri, experiențe pe care le construim împreună, angajați – angajator.

Prin obiectivele și țintele pe care ni le-am stabilit, contribuim la bunăstarea oamenilor care fac parte din echipa noastră, aceștia reprezentând cel mai important element în misiunea de a crea un viitor sustenabil atât pentru compania noastră, cât și pentru industria în care activăm.

Și în anul raportat am contribuit la obiectivele de dezvoltare durabilă pe care ni le-am stabilit încă din 2018, am analizat și măsurat performanțele și evoluția noastră în această direcție și suntem în continuare motivați să ducem la bun sfârșit îndeplinirea acestora prin acțiuni concrete care ne definesc pasiunea în tot ceea ce facem.



Fiind ghidați de valorile noastre, luăm decizii care să reflecte angajamentul ferm cu privire la obiectivele strategiei noastre și atingerea lor. Suntem mândri de progresele înregistrate și acționăm cu ambiție pentru a dezvolta talente, pentru a educa forța de muncă și pentru a crește sustenabilitatea companiei. Ne concentrăm pe eforturi și decizii care promovează egalitatea și îmbunătățesc politicile companiei, promisiunea noastră fiind asigurarea unui mediu sigur și stabil care să susțină dezvoltarea continuă.

VALORILE NOASTRE

ECHIPĂ

Succesul nostru derivă din munca în echipă prin colaborarea cu:

- colegii pentru a implementa și adopta cele mai bune practici;
- clienții pentru a le oferi experiențe excelente;
- comunitatea, pentru a crea premisele dezvoltării.

ACȚIUNE

Acționăm prompt și suntem curioși când privim spre viitor

- Ne concentrăm pe priorități și soluții;
- Nu tolerăm inechitățile.

ÎNCREDERE

Creștem încrederea în potențialul uman

- Avem încredere în colegii noștri și în intențiile lor pozitive;
- Oferim încredere clienților prin calitatea produselor și serviciilor noastre;
- Ne asumăm responsabilitatea pentru acțiunile noastre.

DEZVOLTARE

Dezvoltăm oameni și business

- Încurajăm colegii să se dezvolte la nivel personal și profesional;
- Dezvoltăm echipele manageriale în sensul SMART & HEART & COURAGE & GREEN;
- Dezvoltăm restaurante SMART pentru clienții noștri.

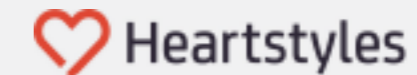
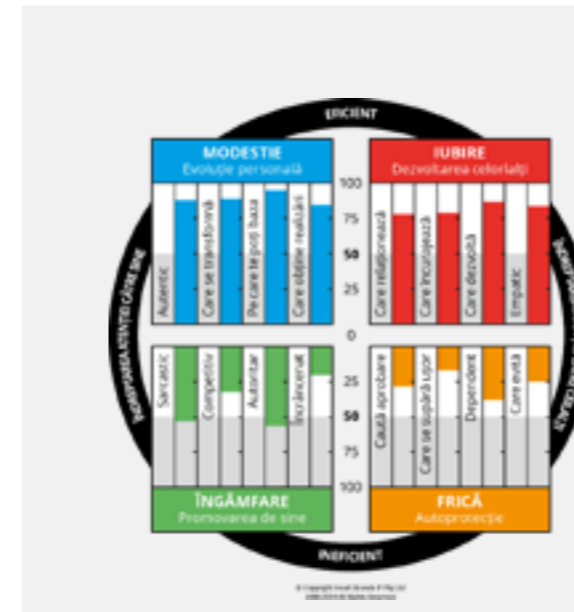
MULȚUMIRE

Apreciam fiecare realizare

- Sărbătorim reușitele noastre și ale celorlalți;
- Suntem recunoscători pentru oportunitățile de dezvoltare personală;
- Suntem recunoscători echipei pentru sprijinul oferit.



Respectarea acestor valori reprezintă angajamentul nostru pentru o dezvoltare durabilă în care grija și colaborarea sunt instrumente de lucru pentru fiecare angajat.



În acest context, considerăm oportună continuarea, și în anul 2022, a programului **Leading with Heart**, de conștientizare în sensul îmbunătățirii comportamentelor managerilor, care este bazat pe instrumentul de evaluare **Heartstyles**. Avem în vedere că o schimbare este posibilă doar dacă managerii își îmbunătățesc nu doar competențele și capabilitățile, ci și comportamentele.



Oferim angajaților noștri:

- Un cadru legal, sigur și stabil pentru derularea activității;
- O atmosferă de lucru colaborativă, concentrată pe soluții și comportamente eficiente;
- Oportunitatea formării competențelor specifice posturilor ocupate și a învățării continue;
- Șansa dezvoltării personale;
- Posibilitatea de a susține o cultură a diversității și incluziunii;
- Contextul pentru muncă decentă.

Grupul Sphera este alcătuit din echipele US Food Network SA, American Restaurant System SA, California Fresh Flavors SRL, U.S. Food Network S.r.l. („USFN Italia”), U.S. Food Network SRL („USFN Moldova”) și Sphera Franchise Group SA.

Număr total de angajați Sphera Franchise Group la finalul anului 2022

2021
5 111

2022
5 213*

+2%

* valoarea reprezintă numărul total angajați: activi (4 935 persoane) și angajați suspendați (278 persoane) la 31.12.2022

În cadrul companiilor care fac parte din Grupul Sphera, există 9 persoane care nu sunt angajați, dar a căror muncă este controlată de organizație.

	Sphera		KFC România		Pizza Hut România		Pizza Hut Delivery RO		Taco Bell România		KFC Moldova		KFC Italia	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Număr total de angajați	164	172*	3 529	3 519	366	402	361	303	265	341	78	81	348	395
Număr total de angajați - normă întreagă	153	164	3 021	2 964	339	348	280	226	199	254	36	37	108	111
Femei	99	105	1 825	1 862	223	208	89	83	99	130	24	28	48	48
Bărbați	54	59	1 196	1 102	116	140	191	143	100	124	12	9	60	63
Număr total de angajați - part-time	11	8	508	555	27	54	81	77	66	87	42	44	240	284
Femei	2	4	272	280	13	24	19	11	38	36	29	21	138	162
Bărbați	9	4	236	275	14	30	62	66	28	51	13	23	102	122
Număr total de salariați - cu contract de muncă pe perioadă nedeterminată	164	167	3 529	3 470	366	384	361	288	265	316	78	81	18	224
Femei	101	108	2 097	2 138	236	232	108	94	137	166	53	49	5	110
Bărbați	63	59	1 432	1 332	130	152	253	194	128	150	25	32	13	114
Număr total de salariați - cu contract de muncă pe perioadă determinată	9	5	201	49	6	18	7	15	25	25	0	0	155	171
Femei	1	1	1	4	0	0	0	0	0	0	0	0	85	100
Bărbați	8	4	200	45	6	18	7	15	25	25	0	0	70	71

* nu sunt incluși angajații cu mandat

5.1.1 Diversitatea și drepturile omului

Grupul Sphera apreciază diversitatea în rândul angajaților și nu discriminează în ceea ce privește ocuparea forței de muncă pe motiv de rasă, cetățenie, limbă, religie, origine socială, trăsături genetice, vârsta, gen, naționalitate, handicap, nivel educațional etc. Ne angajăm să menținem un mediu de lucru care să respecte, să sprijine și să promoveze drepturile omului pentru toți angajații.

Menținem o cultură a integrității bine dezvoltată, bazată pe standarde etice și de conformare, pentru a ne păstra astfel calitatea de angajator de încredere. Respectăm **drepturile omului** și ne folosim de capacitățile noastre de influență pentru a îndruma oamenii și comunitățile să își îmbunătățească aspectele vieții. Urmărim aceste demersuri prin alinierea regulamentelor interne și a **Codului de Conduită** și mai ales oferim posibilitatea angajaților de a semnala orice abatere prin două căi de comunicare directe, facilitate de către un partener terț, care asigură anonimatul și confidențialitatea, și anume:

- Linia de asistență telefonică: Telefonul angajatului – disponibilă de luni până vineri, în intervalul 09:00 – 17:00, la numărul de telefon **0747 048 232**
- Linia de Integritate Speak UP - disponibilă 24/7, la numărul de telefon **0373 760 274**

În anul 2022, la nivelul Grupului Sphera nu au existat incidente de nerespectare ale drepturilor omului.

Lucrăm constant pentru a crea o cultură organizațională în care fiecare angajat să se poată exprima autentic și să aibă un sentiment de apartenență la echipă, respectiv companie. De aceea, în anul 2022, în cadrul Sphera, aspectul diversitate a avut un scor ridicat în sondajul privind satisfacția angajaților, rezultat similar cu cele anterioare. Astfel, **81,70%** dintre respondenți consideră că în organizație toți angajații sunt tratați corect și echitabil, fiind acceptate diferențele individuale, și că în cadrul acesteia nu există niciun fel de discriminări legate de vârstă, gen, etnie, dizabilități sau orice alt aspect. Totodată, asigurăm oportunități egale de avansare și dezvoltare profesională pentru toți angajații, indiferent de origine sau apartenență socială.

În Grupul Sphera, în anul 2022, au fost înregistrate **34 de naționalități** diferite în rândul angajaților, iar cel mai mare grup de angajați străini este format din 276 de persoane aparținând unei singure naționalități. Printre aceștia există colegi care își doresc un parcurs profesional alături de noi și pe care îi încurajăm în demersul lor. În acest context, ne bucurăm să putem susține diversitatea și incluziunea cetățenilor străini la Sphera, având în vedere că în anul 2022 echipa noastră s-a mărit cu 193 de angajați străini.



În 2019, am aderat la **Carta Diversității** și ne-am angajat să sprijinim, protejăm și dezvoltăm diversitatea. Susținem o cultură bazată pe respect reciproc, încredere, recunoaștere și valorificarea diferențelor și aptitudinilor individuale, aplicând principiile non discriminării și egalității de șanse în procesele HR, cu concentrare pe recrutarea, dezvoltarea competențelor, remunerarea și promovarea profesională. Deoarece punem mult accent pe respectarea drepturilor omului și egalitatea de șanse dintre femei și bărbați, în cadrul Grupului Sphera păstrăm principiul de plată egală pentru muncă de valoare egală, femeile și bărbații fiind plătiți la fel.

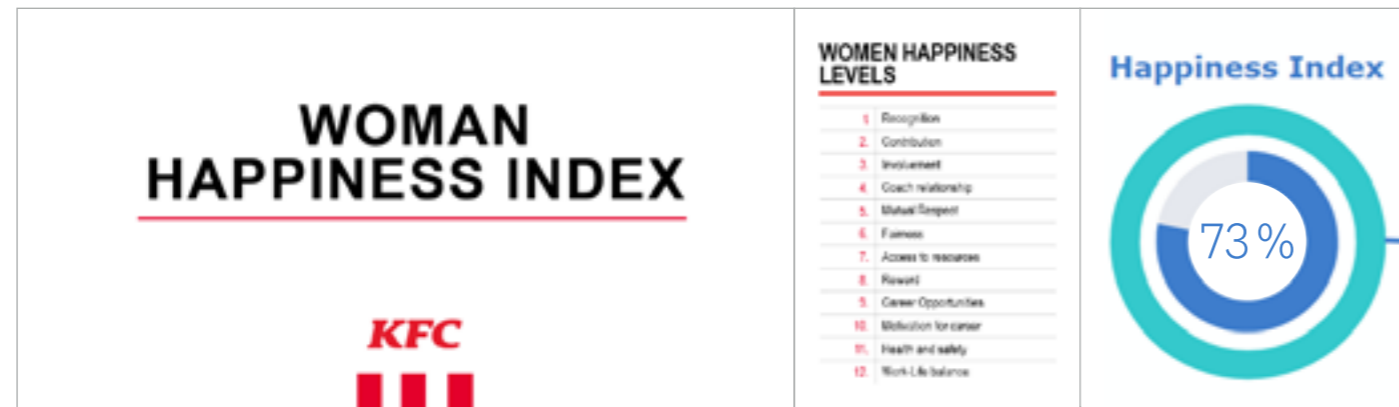
Diversitatea în cadrul Grupului Sphera se manifestă sub diferite forme, de la vârstă (cel mai tânăr angajat având 15 ani, iar cel mai în vârstă 73 de ani), la diversitatea de gen, la dizabilități care pot fi asimilabile domeniului nostru de activitate, ceea ce demonstrează deschiderea colectivului nostru spre integrarea colegilor cu atitudine pozitivă față de activitățile desfășurate și față de echipă.

Practicile de prevenire a discriminării sunt monitorizate și revizuite în mod periodic, iar angajații pot semnala orice abatere prin accesarea liniilor de asistență telefonică, prin informarea superiorului direct, prin contactarea echipei de Resurse Umane sau prin transmiterea unei sesizări către sediul central al companiei.

În anul 2022, în cadrul Grupului Sphera nu au existat incidente de discriminare.

În 2022, în linie cu un demers internațional privind diversitatea de gen și urmărind obiectivele noastre, am derulat, în cadrul US Food Network SA, un sondaj adresat tuturor angajaților de sex feminin: Woman Happiness Index. Cu ajutorul acestui instrument, ne asigurăm că fiecare angajată simte că poate accesa, în cadrul echipei

KFC, orice oportunitate de dezvoltare a carierei pe care o consideră potrivită pentru ea, că se simte respectată, că beneficiază de un tratament egal și că dispune de un echilibru între viața profesională și cea personală. În cadrul echipei KFC România, în anul raportat, Woman Happiness Index a atins valoarea de 73%.



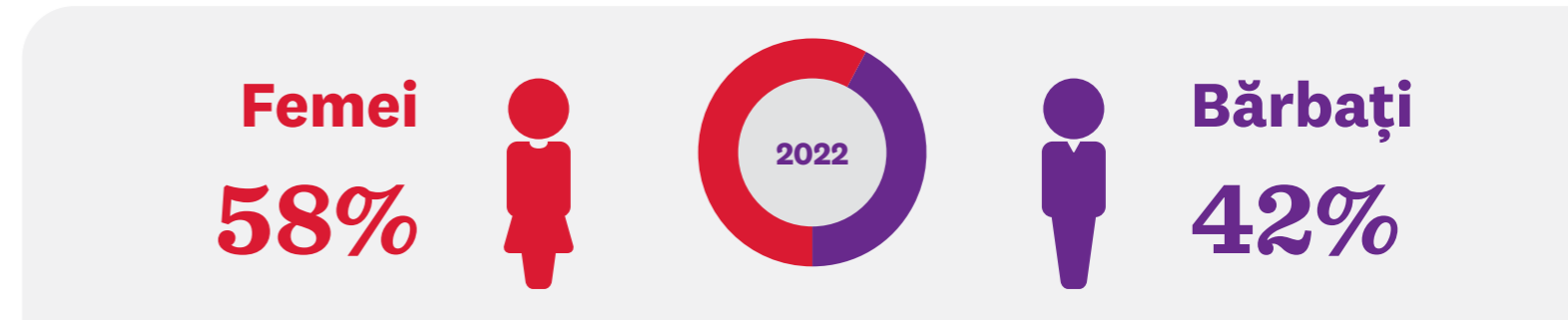
Număr total de angajați de sex feminin (2022)

	Sphera	KFC România	Pizza Hut România	Pizza Hut Delivery RO	Taco Bell România	KFC Moldova	KFC Italia
< 30 ani	20	995	92	52	137	34	151
30 – 50 ani	74	897	105	34	22	12	59
>50 ani	15	250	35	8	7	3	0
Total	109	2 142	232	94	166	49	210

Număr total de angajați de sex masculin (2022)

	Sphera	KFC România	Pizza Hut România	Pizza Hut Delivery RO	Taco Bell România	KFC Moldova	KFC Italia
< 30 ani	7	953	104	141	139	30	117
30 – 50 ani	30	353	63	66	35	2	67
>50 ani	26	71	3	2	1	0	1
Total	63	1 377	170	209	175	32	185

Și în anul 2022 ne-am păstrat diversitatea echilibrată dintre genuri atât în cadrul managementului, cât și în restaurante și în departamentele suport. În anul raportat, proporția dintre femei și bărbați a fost următoarea:



Deși la nivelul Consiliului de Administrație al Grupului nu avem femei cu atribuții specifice, există diversitate de vârstă, cu 3 membri în intervalul 30 ani – 50 ani și 2 membri de peste 50 ani.

	Sphera		KFC România		Pizza Hut România		Pizza Hut Delivery RO		Taco Bell România		KFC Moldova		KFC Italia	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Angajați în poziții de management	35	33	544	550	97	91	72	75	58	69	8	9	18	17
Femei	23	20	361	369	64	57	34	33	30	34	5	5	5	9
	65,71%	60,61%	66,36%	67,09%	65,98%	62,64%	47,22%	44,00%	51,72%	49,28%	62,50%	55,56%	27,78%	52,94%
Bărbați	12	13	183	181	33	34	38	42	28	35	3	4	13	8
	34,29%	39,39%	33,64%	32,91%	34,02%	37,36%	52,78%	56,00%	48,28%	50,72%	37,50%	44,44%	72,22%	47,06%

În cadrul companiilor care formează Grupul Sphera, peste 95% dintre manageri au fost angajați din comunitatea locală, fiind selectați raportat la piața geografică deservită de companiile Grupului.

Sphera Franchise Group	2021	2022
Număr total angajați	5 111	5 213
Număr total angajați femei	2 918	3 002
%	57,10	57,57
Număr total angajați bărbați	2 193	2 211
%	42,90	42,43



Respectăm legislația în vigoare privind încadrarea tinerilor sub 18 ani în câmpul muncii și ne asigurăm că nu le sunt afectate sănătatea, dezvoltarea personală și nu interferăm cu școlarizarea lor.

Raportul dintre salariul brut entry-level și salariul brut minim pe economie în perioada raportată

KFC România	Pizza Hut România	Pizza Hut Delivery România	Taco Bell România	KFC Moldova	KFC Italia
134%	120%	127%	134%	151%	100%

5.1.2 Sănătatea și securitatea angajaților

Sprijinirea sănătății și a bunăstării generale a angajaților continuă să fie un punct cheie pentru noi. Pentru a oferi locuri de muncă sigure, transmitem informații, identificăm riscuri și eventuale pericole, efectuăm audituri și utilizăm cele mai bune practici și metode de instruire pentru a

ne asigura că politicile și măsurile noastre de sănătate și siguranță sunt înțelese și respectate.

Buna gestionare a sănătății și securității în muncă (SSM) definește responsabilitățile întregii organizații și include o gamă largă de activități

organizaționale și operaționale îmbunătățite constant, cu scopul de a conduce la realizarea obiectivului nostru de susținere a locurilor de muncă sigure, sănătoase și productive în cadrul tuturor companiilor din Grupul Sphera.

Grupul Sphera are o serie de obiective SSM bine definite:

- protejarea sănătății și asigurarea securității angajaților, vizitatorilor, clienților și contractorilor;
- asigurarea și menținerea condițiilor sigure și sănătoase de lucru;
- informarea angajaților, vizitatorilor și a contractorilor asupra riscurilor de accidentare;
- asigurarea instruirii și a consultanței de specialitate;
- menținerea stării de „TOLERANȚĂ ZERO” față de orice situație sau acțiune periculoasă și față de manifestările din categoria incidentelor periculoase care pot cauza leziuni sau reprezenta un pericol pentru sănătatea tuturor persoanelor implicate în procesul muncii;
- desfășurarea activității astfel încât să nu pericliteze în nici un fel sănătatea angajaților, clienților și furnizorilor de servicii sau materii prime;
- asigurarea cadrului prin care angajații sau orice altă persoană interesată pot formula sugestii legate de îmbunătățirea condițiilor de lucru sau a calității produselor.

Deși nu avem implementat un sistem de management SSM certificat, în anul raportat, am acordat o atenție deosebită managementului sănătății și securității în muncă, începând cu auditarea periodică a activităților specifice, instruirea corespunzătoare a tuturor părților implicate și construirea unor planuri de acțiuni concrete care să ducă la îmbunătățirea sănătății și securității în muncă. Aceste acțiuni fac parte

din sistemul nostru de management intern care este gestionat de **Comitetul de Sănătate și Securitate în Muncă (CSSM)**, ce are următoarele responsabilități:

- supraveghează starea actuală a activităților de securitate și sănătate;
- propune îmbunătățiri ținând cont de prezența grupurilor sensibile la riscuri specifice;
- verifică modul în care legislația este respectată;
- analizează propunerile angajaților privind prevenirea accidentelor de muncă și a bolilor profesionale, precum și pentru îmbunătățirea condițiilor de muncă.

Pentru a putea gestiona potențialul impact, efectuăm evaluări periodice a riscurilor care pot să apară în legătură cu pericolele de muncă, precum și acțiuni specifice de diminuare a gradului de risc. Astfel, la nivel individual, orice situație care ar putea cauza vătămări sau probleme de sănătate este semnalată superiorului direct care, împreună cu echipa SSM, va decide acțiunile necesare pentru gestionarea unor astfel de situații.

Investigarea incidentelor legate de muncă reprezintă un demers care se realizează atât în intern, cât și în extern, având în vedere un parteneriat pe care Grupul Sphera îl are cu un furnizor de servicii care lucrează îndeaproape cu **Comitetul de Sănătate și Securitate în Muncă**. Fiecare incident raportat presupune o ancheta specifică și, bineînțeles, un plan de acțiuni corective specifice, plan urmărit spre implementare atât de către echipa SSM, cât și de către conducerea societății.

În anul 2022, am continuat să derulăm procesele de muncă în acord cu statutul angajatului, încadrare oferită de furnizorul de servicii de medicina muncii ca urmare a controalelor în acest sens.

Consultarea regulată privind siguranța personalului din cadrul companiilor Sphera reprezintă o prioritate și, de aceea, ne asigurăm că feedbackul angajaților este apreciat și se acționează în mod corespunzător în cazurile necesare. Prin promovarea unei culturi bazate pe transparență, angajații noștri sunt împuterniciți să transmită cu acuratețe și promptitudine orice incidente apărute la locul de muncă. Totodată, angajații au la dispoziție instrucțiuni și materiale necesare privind instruirea pe subiectul sănătății și securității în muncă, asigurăm materiale igienico-sanitare, echipamente de protecție și supraveghere medicală prin medicul specialist de medicina muncii.

Derulăm periodic sesiuni de instruire pentru angajații noștri și pentru directorii punctelor de lucru, în scopul creșterii gradului de conștientizare a importanței subiectului SSM, și alocăm resurse financiare pentru instruirea personalului și pentru monitorizarea sănătății lor. În cadrul instruirilor periodice au fost incluse și aplicațiile practice de utilizare a stingătoarelor de incendiu și modul de acționare în cazul apariției unei astfel de urgențe. De asemenea, monitorizăm constant toate echipamentele și instalațiile tehnologice, pentru a preveni pericolele de accidentare sau apariția incendiilor.

În total, am alocat 7 milioane de lei pentru sănătate și siguranță la nivelul companiilor noastre.

Costuri pentru sănătate și siguranță (lei) – 2022

Sphera	KFC România	Pizza Hut & Pizza Hut Delivery România	Taco Bell România	KFC Moldova	KFC Italia	TOTAL
24 047	5 547 090	6 754 67	549 481	8 114	196 597	7 000 796

Deoarece în cadrul portofoliului Grupului Sphera există și servicii de livrare la domiciliu, avem în vedere instruirea colegilor cu privire la pericolele din trafic și asupra regulilor de siguranță și conduită în această direcție.

Numărul accidentelor de muncă la nivelul restaurantelor a scăzut față de anul precedent deoarece ne îmbunătățim constant politicile și procedurile care țin de sănătatea și securitatea în muncă.

În mai 2022, am derulat **Energy@SPHERA**, un program de wellbeing la nivelul Grupului, care a urmărit promovarea sănătății emoționale și mintale a angajaților noștri.

Astfel, pe parcursul întregii luni, s-au desfășurat seminare cu acces general, pe următoarele teme:

- Cum putem crește starea de bine în organizație
- Mindfulness pe timp de criză
- Cum să îți recapeți somnul odihnitor
- Sport, pasiuni, conexiune socială
- Cum ne dezvoltăm inteligența emoțională pentru a reduce stresul

Acest demers i-a ajutat pe mulți dintre angajații noștri să conștientizeze importanța stării de bine atât în viețile personale, cât și în relațiile cu ceilalți.

Accidente de circulație rezultate din serviciile proprii de livrare



Sphera Franchise Group

Număr accidente de muncă



Număr zile concediu medical ca urmare a accidentelor de muncă



Sphera		KFC România		Pizza Hut România		Pizza Hut Delivery RO		Taco Bell România		KFC Moldova		KFC Italia	
2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022
635	932	29 931	38 909	3 249	4 102	1 386	2 656	1 099	1 838	280	96	2 611	2 455
TOTAL Sphera Franchise Group										2021	2022		
										39 191	50 988		

Nu s-au înregistrat decese pe amplasamentele companiilor din portofoliul Sphera.

5.1.3 Dezvoltarea și creșterea competențelor angajaților

Businessul nostru se bazează pe angajați și pe interacțiunea acestora cu clienții, interni și externi. Formarea continuă, motivarea, asigurarea accesului la programe de dezvoltare, precum și crearea unui parcurs profesional pentru angajații noștri și susținerea în urmarea lui reprezintă o preocupare continuă pentru noi.

Considerăm că oamenii sunt cel mai important pilon al businessului nostru și avem o cultură bazată pe dezvoltarea acestora, scopul fiind ca ei să își atingă potențialul maxim. De aceea, investim în formarea și dezvoltarea angajaților atât prin programe și beneficii, cât și prin îndrumare.

Creștem împreună cu echipa noastră, împărțind valorile și viziunea organizației, și încurajăm pregătirea individuală și de grup, asigurându-ne evoluția în direcția sustenabilității, prin dialogul pe care îl avem cu angajații noștri.

Susținem dezvoltarea angajaților noștri prin:

- stagii de practică;
- programe interne de dezvoltare a competențelor și capabilităților;
- instruire practică;
- instruire digitală;
- școli de training;
- împărțire de bune practici.

În cadrul USFN Italia, lucrăm la stabilirea unor strategii interne solide care implementează procedurile Sphera, pentru a putea oferi cel mai bun sprijin și condiții de muncă pentru angajații noștri.

USFN Italia își formează angajații prin:

- parcursul de învățare și manualul operațional realizat de franciză;
- efectuarea de pregătire internă practică și teoretică;
- politicile interne care includ standardele KFC Internațional și reglementările locale care sunt prezentate și explicate angajaților zilnic și înainte de începerea părții practice a instruirii;
- organizarea de teste pentru evaluarea competențelor;
- pregătire internă specială pentru utilizarea corectă a echipamentelor de bucătărie și de protecție în timpul desfășurării activităților.

Procesul de evaluare a competențelor, comportamentelor și rezultatelor este aplicabil tuturor angajaților, având un rol important atât pentru angajat, cât și pentru superiorul său direct.

Astfel, urmărim potențialul angajaților și îl fructificăm prin promovarea pe roluri potrivite pentru ei. Analizăm comportamentele și gestionăm eficientizarea lor în primul rând prin acceptare, conștientizare și acțiune. Evaluăm periodic rezultatele și, ca urmare a respectării criteriilor

de acordare, oferim angajaților un bonus de performanță.

În cadrul Grupului Sphera, nu există diferențe ale pachetului de beneficii oferit, ci doar proporții specifice normelor de lucru la nivelul subsidiarelor. Fiecare companie are propriul pachet specific, însă există și elemente diferite.

Pachetul de beneficii standard în companiile care operează restaurantele din România include următoarele:

- tichete de masă raportate la numărul de zile lucrate cu o valoare de 30 lei/1 tichet;
- zile libere pentru evenimente speciale;
- 1 zi concediu de odihnă în plus față de limita legală;
- majorări salariale după 3 luni, 1 an, 2 ani de colaborare;
- bonus de loialitate la un 1 an de la angajare reprezentând 50% din salariul de încadrare;
- prime cu ocazia Paștelui și a Crăciunului acordate conform unor criterii interne;
- primă de Crăciun pentru copiii angajaților de până la 13 ani.

Toți angajații Grupului Sphera beneficiază de contracte colective de muncă.

Ne dorim constant să creștem performanța angajaților noștri și, de aceea, investim resurse în **programe pentru îmbunătățirea competențelor angajaților**. În anul 2022, am derulat următoarele programe:

- **Școli de training** – experiență complexă de învățare pentru angajații noi, care urmărește furnizarea tuturor informațiilor specifice rolului și ariei de responsabilitate.
- **Instruire inițială** – programe digitale și shadowing a colegilor cu experiență – în perioada de integrare.
- **Instruire continuă** – programe digitale de certificare și pregătire în vederea dezvoltării.
- **Schimburii de experiență** – în sensul cooptării colegilor experimentați în demersuri specifice deschiderilor de restaurante sau îmbunătățirii rezultatelor restaurantelor.
- **RGM1 & Board of Review** – puterea exemplului este esențială, iar experiența personală poate reprezenta o sursă de inspirație pentru stilul de conducere a directorilor noștri de restaurant.

- **AC Unlock** – modul în care un Manager de Zonă își construiește stilul managerial este susținut printr-un program de dezvoltare a competențelor specifice și a celor manageriale.

Pentru a ne asigura că cei care conduc restaurantele noastre sunt pregătiți și implicați, am creat un proces constant de pregătire și evaluare a competențelor lor.

Prin programele de dezvoltare, urmărim mai multe obiective:

- Dezvoltarea competențelor specifice postului prin programe de instruire specifice – în funcție de nivelul ierarhic, au fost organizate cursuri de **Basic Project Management și Negociere**, care să aducă transformări în poziționarea angajaților față de anumite subiecte.
- Dezvoltarea comportamentelor eficiente – programul **Leading with Heart**, care în 2022 a fost aplicat tuturor angajaților cu funcții manageriale.
- Dezvoltarea mentalității – programul **Fix Mindset vs Growth**

Mindset, alcătuit din mai multe sesiuni de lucru, în care au fost discutate subiecte precum stilul de gândire, cum luăm o decizie, cum rezolvăm o problemă, cum schimbăm un obicei, cum facem față schimbării, pregătind astfel contextul pentru subiecte precum coaching, managementul schimbării, agilitate.

- Dezvoltarea soft skills – programul **E-learn@Sphera**, inițiat în 2020 și continuat în prezent, cuprinde o platformă digitală de învățare, care reunește peste 650 de cursuri ce vizează dezvoltarea competențelor profesionale și dezvoltarea personală. Platforma este dezvoltată de un colaborator extern, iar accesul este facil și satisface nevoile și interesele angajaților noștri. Având la dispoziție această platformă, am creat parcursuri de învățare specifice fiecărui demers de dezvoltare inițiat în companie.



2021

1 622 ore
pentru **Fix Mindset vs Growth Mindset**

2 232 ore
pentru **Leading with Heart**

2022

3 714 ore
pentru **Fix Mindset vs Growth Mindset**

2 992 ore
pentru **Leading with Heart**

Ore de pregătire per funcție (2022)

Sphera	KFC România	Pizza Hut România	Pizza Hut Delivery România	Taco Bell România	KFC Moldova	KFC Italia	Total Sphera Group
Management							
512	56 668	8 064	6 336	8 625	248	7 617	87 558
Personal restaurant							
1 258	213 087	20 030	15 300	25 102	2 920	18 635	295 074
TOTAL							
1 770	287 775	28 094	21 636	33 727	3 168	26 252	382 632



Sphera	KFC România	Pizza Hut România	Pizza Hut Delivery România	Taco Bell România	KFC Moldova	KFC Italia	Total Sphera Group
Număr total ore de instruire pentru angajați în perioada raportată							
1 774	269 755	28 038	21 636	33 727	2 920	18 059	375 909
Femei							
1 304	146 451	14 581	5 829	15 434	1 766	7 339	192 704
Bărbați							
470	123 304	13 457	15 807	18 293	1 154	10 720	183 205
Număr total angajați cu vechime de peste 3 luni care au primit o evaluare periodică a performanței și a dezvoltării carierei în perioada raportată							
164	2 913	334	236	242	10	59	3 958
Femei							
103	1 830	197	79	115	3	36	2 363
Bărbați							
61	1 083	137	157	127	7	23	1 595

Pentru a asigura evoluția angajaților noștri în dezvoltarea lor profesională, realizăm evaluări ale performanțelor, anual și ori de câte ori este nevoie.

Sphera	KFC România	Pizza Hut România	Pizza Hut Delivery România	Taco Bell România	KFC Moldova	KFC Italia
Procent din totalul angajaților cu vechime de peste 3 luni, care au primit o evaluare periodică a performanței și a dezvoltării carierei în perioada raportată						
95%	83%	83%	78%	71%	12%	15%

În urma evaluărilor de performanță și dezvoltare a carierei, luăm decizii care țin de promovarea angajaților noștri.

Sphera	KFC România	Pizza Hut România	Pizza Hut Delivery România	Taco Bell România	KFC Moldova	KFC Italia
Număr angajați promovați în perioada raportată						
6	273	25	22	24	6	59

5.1.4 Satisfacția și starea de bine a angajaților

Sphera sprijină inițiativele pentru dezvoltarea angajaților, îmbunătățirea mediului de lucru, a aspectelor privind sănătatea și securitatea la locul de muncă. Succesul businessului depinde de capacitatea noastră de a atrage și de a păstra oameni talentați, mulțumiți și responsabili. Accesul la programe de dezvoltare, precum și crearea unui mediu de lucru sigur, sunt elemente care fac parte din cultura noastră organizațională.

Pentru noi este evident că un mediu de lucru pozitiv, în care angajații se simt sprijiniți și împliniți, conduce la o productivitate îmbunătățită, rate mai mari de retenție și succes general în business. Crearea unei culturi pozitive a muncii începe de la conducere și echipa de management. De aceea, oferim constant un exemplu pozitiv demonstrând respect, empatie și comunicare deschisă. Totodată, încurajăm colaborarea și munca în echipă și promovăm sentimentul de apartenență și incluziune. Recunoaștem și sărbătorim realizările și contribuțiile angajaților, pentru a crește moralul și pentru a promova un mediu de susținere. În cadrul companiilor de sub umbrela Sphera, creăm locuri de muncă și oferim beneficii care sprijină financiar, bunăstarea fizică și emoțională a angajaților noștri.

Ne dorim să fim o companie din care oamenii să își dorească să facă parte și să avem alături de noi angajați motivați și încurajați să își dezvolte abilitățile și să evolueze constant. Investim în dezvoltarea profesională a angajaților, oferind programe de formare, oportunități de mentorat și căi de avansare în carieră, arătând un interes real față

de obiectivele și aspirațiile lor. Prin oferirea de căi de creștere nu doar sporim satisfacția angajaților, ci și hrănim un sentiment de loialitate și angajament față de organizație.

2021

308

angajați promovați

2022

415

angajați promovați

Ne mândrim cu faptul că majoritatea angajaților care ocupă posturi manageriale în cadrul restaurantelor noastre și-au început cariera în companiile din Grupul Sphera.

Piața forței de muncă în România este tensionată din motive ce țin de emigrarea forței de muncă, descreșterea demografică și dispariția forței de muncă de pe radarele standard, în sensul că nu se mai regăsește nici în școală, nici în câmpul muncii. De asemenea, schimbarea modului în care este percepută munca și prezența fizică a adus provocări, întrucât Grupul Sphera operează prin lanțuri de restaurante, unde prezența fizică este obligatorie.

În acest context tensionat, în anul 2022, am derulat acțiuni standard de recrutare online și offline, precum realizarea de campanii digitale de recrutare, utilizarea de servicii de recrutare oferite de colaboratorii noștri, prezența activă la diverse târguri de joburi și stagii de practică, semnarea de noi parteneriate bazate pe surse de recrutare și demersuri de import al forței de muncă din străinătate. În plan național, am desfășurat o campanie de recrutare pe mai multe canale media, inclusiv TV, demers care a susținut mesajul nostru de siguranță, stabilitate și flexibilitate a încadrării în muncă.

Audiența campaniilor noastre de recrutare a fost diversă, de la tinerii cu potențial care sunt în căutarea unui loc de muncă pentru prima dată, până la adulții care pot vedea în joburile noastre oportunități de schimbare a carierei sau de completare a veniturilor. Programele noastre de lucru sunt variate (12h, 8h, 6h, 4h, 3h, week-end), fiecare candidat putând opta pentru varianta adaptată nevoilor sale, iar rețeaua mare de unități face posibilă alegerea restaurantului din proximitatea domiciliului.

Pentru a lucra în restaurantele KFC, Pizza Hut sau Taco Bell în categoria Personal Restaurant, nu este necesară experiența anterioară, ceea ce face posibil accesul unor categorii diverse de angajați, cuprinși între 16 ani și 65+. În acest caz, este important să avem în vedere atitudinea pozitivă a candidaților noștri față de muncă, de un efort fizic generat de faptul că vor lucra în picioare, de manipularea diverselor greutăți specifice unei bucătării de restaurant,

de prezența fizică, munca în echipă și lucrul cu clienții.

Criteriile de selecție sunt adaptate fiecărui post în discuție și, bineînțeles, există o corespondență proporțională a mixului experiență și competență versus nivel ierarhic.

Pentru a putea eficientiza procesul de recrutare, l-am digitalizat prin crearea unui modul online de gestionare a recrutării și am pus bazele unui parteneriat cu un furnizor de servicii call center care să contacteze candidații în termen de **maximum 24 ore de la momentul aplicării**.

Domeniul ospitalității în care activează Grupul Sphera este predispus la o fluctuație ridicată a personalului comparativ cu alte domenii de activitate. Rata fluctuației este generată de crizele trecute, cum ar fi pandemia, și crizele actuale reprezentate de conflictul armat de la granița României, criza economică sau cea socială, aducând prejudicii conceptelor de siguranță și stabilitate în ospitalitate. Rata fluctuației este influențată și de reputația domeniului, ca fiind unul în care salariile nu sunt cele mai mari, de deciziile autorităților

privind încadrarea în muncă, de sezonitate și mai ales de faptul că acest domeniu este unul în care forța de muncă tânără se formează în parcursul ei profesional către destinația profesională vizată. Literatura de specialitate face referire la cifre care pot fi mai mici, egale sau mai mari de 100%, însă acest punct de referință are variații mari care țin de țară/regiune geografică a țării/continent sau chiar a lumii, precum și de politicile implementate de autorități pentru susținerea domeniului ospitalității, respectiv a restaurantelor.

Suntem preocupați de îmbunătățirea experienței angajaților noi, ținând cont de provocările legate de adaptarea candidaților la cerințele postului vizat și contextul specific. Acceptarea unui nou rol implică un proces de pregătire atât din partea noului angajat, cât și din partea angajatorului.

În 2022, am continuat eficientizarea și digitalizarea integrării și instruirii angajaților noi, am pregătit echipele manageriale prin sesiuni specifice dedicate acestor procese foarte importante, alături de subiectul gestionării eficiente a echipei, deoarece experiența noului angajat depinde

și de relațiile pe care le dezvoltă în interiorul echipei sale. Astfel, fiecare angajat nou are acces direct către platforme digitale de învățare: una dedicată subiectelor operaționale ce acoperă interesul profesional specific postului ocupat și una dedicată subiectelor soft skills sau a celor din alte domenii de activitate ce pot fi de interes personal. Gradul de accesare a platformei digitale operaționale este de 95%, ceea ce certifică faptul că angajatul își înțelege responsabilitățile și dispune de informațiile necesare.

De asemenea, pentru a acorda suport echipei manageriale pe

subiecte legate de integrare, instruire, respectare standarde operaționale, am decis ca la nivelul fiecărui restaurant să existe un angajat dedicat în ceea ce privește instruirea și gestionarea aspectelor practice ale muncii.

În ceea ce privește trecerea de la un rol la altul, ne mândrim cu faptul că 84% dintre persoanele care ocupă posturi noi sunt angajați promoțivi intern. Acest lucru este posibil ca urmare a investiției în dezvoltarea profesională și personală a oamenilor și reprezintă sursa de succes pentru o integrare a colegilor noștri mult mai rapidă și mai facilă.

Sphera		KFC România		Pizza Hut România		Pizza Hut Delivery RO		Taco Bell România		KFC Moldova		KFC Italia	
2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Rata fluctuației de personal (voluntară)													
100%	96%	98%	83%	98%	92%	99%	88%	98%	90%	97%	100%	69%	86%
Rata fluctuației de personal (involuntară)													
0%	4%	2%	17%	2%	8%	1%	12%	2%	10%	3%	0%	31%	14%

Principalul motiv pentru care angajații Grupului Sphera părăsesc organizația este schimbarea domeniului de activitate sau a țării, în sensul alinierii direcției profesionale la studiile active sau absolvite, a alinierii veniturilor obținute la așteptări estimate sau chiar a alinierii specificului muncii la stilul personal.

În anul raportat, în cadrul Grupului Sphera, au existat 2% concedieri disciplinare, generate de următoarele spețe: absențe nemotivate sau

nerespectarea programului de lucru, comportament violent și furt.

Pentru a reduce numărul plecărilor, în cadrul Grupului Sphera au fost luate diverse măsuri care să creeze o sinergie mai bună între momentul sosirii în companie a noului angajat și experiența trăită în continuare ca angajat activ. Au fost actualizate și digitalizate procesele operaționale și cele privind resursele umane, precum: recrutarea și selecția, integrarea, instruirea și dezvoltarea (astfel

încât angajatul să aibă acces rapid și facil la toate informațiile necesare în derularea muncii sale, atât hard skills, cât și soft skills), evaluarea performanței, recompensarea și aprecierea, monitorizarea satisfacției angajaților, comunicarea între angajat și angajator, precum și la decizia de a părăsi compania. În acest mod, suntem mai aproape de angajați în ceea ce privește preluarea informațiilor, investigarea gradului de satisfacție și soluționarea situațiilor ce necesită îmbunătățire.

Starea de bine a angajaților noștri este urmărită prin:

- discuții individuale între angajați și superiorii direcți;
- sondaj aplicabil tuturor angajaților;
- apeluri la Linia de asistență telefonică.

Păstrăm dialogul activ și o comunicare deschisă, bazată pe feedback, cu toți angajații noștri, prin Telefonul Angajatului. Acest canal de comunicare este accesibil tuturor angajaților, apelurile fiind preluate și investigate în scopul găsirii celor mai potrivite soluții.

Aprecieria este o componentă importantă a relațiilor noastre. Am organizat sesiuni de instruire pentru toți managerii noștri și le-am pus la dispoziție informațiile necesare pentru a putea face acte de apreciere în mod constant, coerent și aplicat la nivel de individ și de grup.

Aprecierim comportamentele eficiente și rezultatele obținute,

momentele de sărbătoare specifice și mai ales colegii cu „inimă mare”.

Există mai multe modalități prin care aprecierea este prezentă în mijlocul nostru:

- carduri de apreciere specifice pentru diverse ocazii;
- oferirea la începutul lunii martie a unui simbol al primăverii,

frumuseții și aprecierii tuturor angajatelor active;

- sărbătorirea zilelor de naștere a angajaților și a zilelor de deschidere a restaurantelor;
- sărbătorirea rezultatelor obținute;
- sărbătorirea câștigării concursurilor interne;



- acordarea unor prime de tipul „Cred în tine” în baza unor criterii specifice, ca urmare a aprecierii anticipative a potențialului manifestat în îndeplinirea responsabilităților specifice postului ocupat;
- informarea angajaților în mod constant prin comunicări oficiale, prezentări și întâlniri locale;
- organizarea de concursuri interne pe subiecte operaționale și de creativitate;
- participarea la concursuri internaționale organizate în cadrul YUM! Brands.

Am continuat și în 2022 trendul majorărilor salariale și, având în vedere dorința noastră de a contribui la starea de bine a angajaților noștri și a

familiilor acestora, la sfârșitul anului am decis creșterea valorii tichetului de masă de la 20 lei/zi lucrată la 30 lei/zi lucrată.

Pe lângă avantajele financiare oferite în 2022, descrise în cadrul „**Dezvoltarea și creșterea competențelor angajaților**”, am urmărit îmbunătățirea experienței angajaților noi și a celor actuali.

În anul raportat, am efectuat alături de un partener care a asigurat anonimatul respondenților și care a oferit un benchmark pentru România în 2022, un studiu privind satisfacția angajaților și gradul de angajament, care ne-a arătat rezultate încurajatoare în sensul unor creșteri concrete ale rezultatelor față de anii precedenți. La acest studiu au participat 79% dintre angajații noștri. Evident, fiecare companie din Grup are propriile rezultate și propria personalitate, iar la nivelul Grupului Sphera rezultatele obținute au fost următoarele:

NIVEL DE ANGAJAMENT

+7,7%

față de benchmark România în 2022

NIVEL AL SATISFACȚIEI

+4,6%

față de benchmark România în 2022

NET PROMOTER SCORE

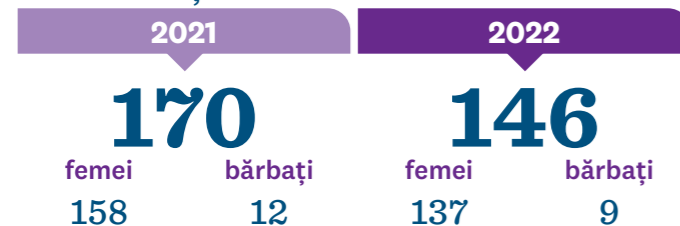
+13,2%

față de benchmark România în 2022

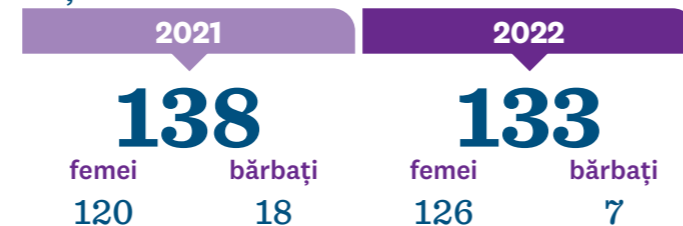
Am obținut rezultate peste media din România, lucru care ne încurajează să continuăm demersurile noastre.

În peisajul muncii de astăzi, care se află într-o evoluție rapidă și constantă, recunoaștem importanța acordării de sprijin angajaților care sunt îngrijitori. Fie că este vorba de îngrijirea unui copil sau de nevoile medicale ale unui membru al familiei, înțelegem și susținem oferirea de servicii de îngrijire a copilului și concediu medical.

Număr total angajați care au beneficiat de concediu creștere copil



Număr total angajați care au revenit din concediu creștere copil



5.2 Implicarea în Comunitate

Sphera se angajează să încheie parteneriate cu instituții de învățământ liceal și universitar în vederea susținerii generațiilor viitoare, cu privire la accesul în piața muncii, inițierea în managementul carierei și dezvoltare profesională. Astfel, putem contribui la îmbunătățirea calității vieții și implicit la crearea unui impact pozitiv în comunitățile în care activăm.

Astfel, în 2022, am avut în derulare **216 stagii de practică** în România, demers prin care permitem liceenilor și studenților să descopere domeniul HoReCa.

Prin programe de voluntariat, parteneriate comunitare, inițiative educaționale și implicarea angajaților, companiile pot crea schimbări de durată și pot ajuta la abordarea provocărilor locale. Prin participarea activă la îmbunătățirea comunității, businessurile devin părți interesate integrale, stimulând un sentiment de mândrie în rândul angajaților și stabilind o reputație pozitivă a brandului.

De aceea, în 2022, am continuat proiectele existente pentru susținerea tinerilor din comunitățile defavorizate, în colaborare cu mai multe asociații, prin brandurile KFC și Taco Bell. Punctual, am adăugat acțiuni de sprijin prin oferirea de meniuri și pături pentru refugiații ucraineni, ca urmare a conflictului apărut la finalul lunii februarie.

Alimentele și păturile au fost oferite de toate brandurile din Grup: Sphera, KFC, Pizza Hut, Pizza Hut Delivery și Taco Bell.

Am continuat susținerea tinerilor și a educației acestora prin proiecte de strângere de fonduri oferite de clienți în căsuțele de donații disponibile la casele de marcat din toate restaurantele KFC și Taco Bell din România, precum și prin sponsorizarea din fonduri proprii.

În cadrul USFN Italia, lucrăm la construirea strategiei pentru anii următori, pentru a putea sprijini și ajuta comunitatea pe termen lung. Am implementat programul de donații Harvest, dar impactul COVID și al situației economice internaționale (războiul din Ucraina și repercusiunile conexe) încetinește acțiunile noastre viitoare. Managerul CSR al USFN Italia colaborează strâns cu managerul CSR al Sphera Franchise Group și francizorul (KFC Italy S.r.l.) pentru a crea și monitoriza ținte pe termen mediu și lung. Ajustările abordării manageriale ca rezultat al evaluării pot include:

- Modificări în alocarea resurselor, obiectivelor sau a țintelor;
- Acțiuni specifice care vizează îmbunătățirea performanței;
- Cum este identificată nevoia de implicare a comunității, ce fel de grupuri vulnerabile sunt luate în considerare și cum sunt grupate inițiativele.



Sphera	KFC România	Pizza Hut România	Pizza Hut Delivery România	Taco Bell România	KFC Moldova	TOTAL
Număr organizații partenere						
1	27	2	1	3	1	35
Contribuția totală pentru organizațiile caritabile (lei)						
14 500	1 053 463	40 374	10 590	45 111	3 717	1 167 755

Programul de donare de alimente, Harvest, a continuat și în 2022 în cele 37 de restaurante la nivel național, în colaborare cu 10 asociații. În luna mai, am adăugat încă un restaurant în București. Cantitatea de alimente donată din cele 38 de restaurante pe parcursul întregului an a fost de 6.973 kg.

Pe parcursul anului 2022, am sprijinit mai multe asociații prin oferirea de produse donații în bani și pături pentru refugiații ucraineni. Printre asociațiile sprijinite se află Institutul de Fapte Bune, SOS Satele Copiilor, World Vision, Organizația Umanitară Concordia etc.

20 000 de euro au fost donați către Habitat for Humanity România ca parte a proiectului dezvoltat de această asociație pentru ajutorarea refugiaților din Ucraina, prin care s-a oferit sprijin de urgență (cazare, hrană), urmând ca pe termen lung să se implementeze acțiuni de includere a acestora în programele asociației.

10.000 de euro au fost direcționați către organizația SOS Satele Copiilor, care și-a propus o serie de demersuri sociale, printre care pregătirea a aproximativ 130 de locuri de cazare. Pentru aceste spații, prioritare sunt grupurile vulnerabile - copiii din SOS Ucraina, copiii din centrele de plasament din Ucraina și copii însoțiți de mame.

2021
8 400 kg
alimente donate

2022
6 973 kg
alimente donate

În plus, alături de mai multe asociații - Organizația Umanitară CONCORDIA, Asociația O Masă Caldă Cluj, Asociația de Responsabilizare și Dezvoltare a Tineretului Oradea (ARDT), Asociația Român Bun și Organizația Patronală a Hotelurilor și Restaurantelor din România (HORA), Sphera Franchise Group a oferit persoanelor refugiate din centrele special amenajate 10 000 de meniuri cu produse proaspăt pregătite în cadrul tuturor restaurantelor din portofoliu - KFC, Pizza Hut și Taco Bell.

Suntem conștienți de faptul că programele de voluntariat sunt o modalitate tangibilă pentru companii de a-și demonstra angajamentul față

de comunitate. Încurajând angajații să facă voluntariat, companiile pot contribui la diverse cauze, cum ar fi conservarea mediului, educația, reducerea sărăciei sau inițiativele de asistență medicală.

În anul 2022, 100 de angajați din cadrul KFC România și 100 de angajați din cadrul Sphera au fost implicați în acțiuni de voluntariat. Numărul total de ore prestate în această direcție a fost de 100 pentru KFC România, iar în cazul Sphera, fiecare dintre cei 100 de voluntari au petrecut câte 5 ore în acțiunile de voluntariat, rezultând un total de 600 de ore de voluntariat pentru ambele companii.

KFC ROMÂNIA
227 037 lei
pentru
programe de dezvoltare a tinerilor

KFC ROMÂNIA
157 811 lei
pentru
programe de educație

SPHERA
14 500 lei
pentru
programe de mediu

5.3. Satisfacția clienților

Consumatorii au dreptul să se aștepte ca alimentele pe care le cumpără să fie sigure și de înaltă calitate, iar mediul din restaurant sigur și fără riscuri. Ne asigurăm că practicile noastre respectă toate standardele în vigoare specifice domeniului alimentar și ne concentrăm în permanență pe găsirea de soluții pentru eventuale probleme ce pot apărea.

Fiecare membru al echipei noastre este dedicat să îndeplinească și chiar să depășească așteptările clienților, asigurând astfel o servire denumită în industria noastră „Customer Mania”. Servirea respectă 100% standardele CHAMPS (Curațenie (Cleanliness), Ospitalitate (Hospitality), Acuratețe (Accuracy), Întreținere (Maintenance), Calitate a produselor (Product Quality), Viteză de servire (Speed of Service). Atitudinea pozitivă este exprimată într-un mod diferit în vederea atingerii obiectivelor pentru fiecare standard CHAMPS, acestea reprezentând una dintre principalele responsabilități ale angajaților.

Pentru a monitoriza calitatea serviciilor noastre din prisma clienților, utilizăm diferite sisteme de gestionare și evaluare a satisfacției clienților, precum:

- **GES (Guest Experience Survey):** o platformă digitală prin intermediul căreia clienții noștri pot lăsa sugestii sau reclamații cu privire la calitatea produselor și serviciilor oferite în urma unei vizite în restaurantele noastre. Printre parametrii monitorizați se numără: satisfacția generală, gustul mâncării, viteza de servire, acuratețea comenzii, amabilitatea personalului, curățenia generală, potențiale probleme identificate și soluționarea acestora.
- **PARTOO:** o platformă digitală a Google My Business, care oferă posibilitatea de a gestiona în timp real anumite reclamații primite de la clienții noștri și facilitează legătura cu aceștia.

Recompensăm fiecare client care accesează platforma GES și răspunde întrebărilor noastre, oferindu-i un

produs din partea casei la următoarea comandă. Astfel de acțiuni au generat foarte multe răspunsuri, furnizându-ne suficiente date pentru a ne îmbunătăți serviciile.

Sphera Group are o abordare riguroasă pentru identificarea și soluționarea plângerilor, urmând o procedură internă de rezolvare a reclamațiilor. Utilizatorii acestor mecanisme sunt direct implicați în procesele de proiectare, revizuire, funcționare și îmbunătățire. Pentru a asigura eficacitatea mecanismelor de soluționare a plângerilor, monitorizăm constant procesul și răspundem în mod prompt și satisfăcător la toate plângerile primite.

Satisfacția clienților este monitorizată prin GES și de departamentul Customer Care, care preia și răspunde tuturor sesizărilor primite pe toate canalele, cum ar fi rețelele de socializare, adresele:
contact@kfc.ro,
contact@pizzahut.ro,
contact@pizzahutdelivery.ro,
contact@taco-bell.ro sau prin serviciul de call center.

Procedura de rezolvare a reclamațiilor este structurată în funcție de categoria acestora. Reclamațiile din Categoria 1 sunt soluționate imediat la nivelul restaurantului, în timp ce cele din Categoria a 2-a necesită implicarea managerilor de serviciu sau a

departamentului intern de Customer Care. În ambele cazuri, Sphera Group acordă atenție maximă plângerilor primite, manifestă preocupare față de incident, colectează informațiile și dovezile necesare și exprimă mulțumiri pentru feedbackul primit.

Categoria 1:

Sunt reclamațiile clienților ce pot fi soluționate imediat la nivelul restaurantului de către un membru al echipei (comenzi greșite, ambalare necorespunzătoare, calitatea produselor, servirea neospitalieră, întârzierea comenzii).

Categoria 2:

Reclamațiile din Categoria a 2-a sunt reclamațiile mai grave, care trebuie adresate și soluționate de managerul de serviciu, RGM (Restaurant General Manager) sau de departamentul intern de Customer Care și se referă la cazuri precum invocarea îmbolnăvirii sau intoxicației alimentare, a contaminării mâncării, a unor obiecte străine găsite în mâncare, a accidentelor, vătămarilor sau traumelor și orice reclamație care face parte din Categoria 1 pentru care reclamantul solicită implicare din partea conducerii.

În plus, Sphera garantează confidențialitatea datelor și anonimatul apelanților, asigurând astfel o atitudine transparentă și responsabilă față de problemele semnalate. Compania și-a luat angajamentul să asigure

implementarea și gestionarea corectă a unei bune guvernante corporative, care să respecte valorile și principiile sale și să aducă un plus de valoare pentru întregul sistem în care activează.

În 2022, am înregistrat 6 120 de sesizări primite prin diverse canale de comunicare cu clienții.

Număr de sesizări

	2021	2022
KFC România	4 963	5 300
Pizza Hut & Pizza Hut Delivery România	999	469
Taco Bell România	187	351

La Sphera, acordăm o atenție deosebită soluționării tuturor reclamațiilor și ne asigurăm că acestea sunt tratate cu prioritate maximă. În plus, suntem dedicați în a furniza răspunsuri complete și în timp util tuturor părților interesate implicate.

Număr de puncte de vedere întocmite

	2021	2022
KFC România	16	30
Pizza Hut & Pizza Hut Delivery România	3	2
Taco Bell România	1	0



6 Index GRI și SASB

Declarație de utilizare

Sphera Franchise Group a raportat în conformitate cu Standardele GRI pentru perioada 1 ianuarie 2022-31 decembrie 2022

GRI 1 folosit

GRI 1: Foundation 2021

Standardele sectoriale GRI aplicabile

N/A

Referință standard GRI / Sursă alternativă	Număr element de informare GRI și denumire	Pagină	OMISIUNE*			Standard Sectorial GRI nr. ref.*
			Cerință(e) Omisă(e)	Motiv	Explicație	
Dezvăluiri generale						
GRI 2: Dezvăluiri generale 2021	2-1 Detalii despre organizație	7				
	2-2 Entitățile incluse în raportarea de sustenabilitate a organizației	4				
	2-3 Perioada de raportare, frecvența și punctul de contact	4				
	2-4 Rectificări de informații	4				
	2-5 Asigurarea raportului	4				

Referință standard GRI / Sursă alternativă	Număr element de informare GRI și denumire	Pagină	OMISIUNE*			Standard Sectorial GRI nr. ref.*
			Cerință(e) Omisă(e)	Motiv	Explicație	
GRI 2: Dezvăluiri generale 2021	2-6 Activități, lanțul valoric și alte relații de afaceri	23, 43				
	2-7 Numărul angajaților în funcție de tipul contractului de muncă	76				
	2-8 Lucrători care nu sunt angajați	75				
	2-9 Structura și componența guvernării	14, 15				
	2-10 Nominalizarea și selecția celui mai înalt organ de guvernare	14				
	2-11 Președintele celui mai înalt organism de guvernare	14				
	2-12 Rolul celui mai înalt organism de guvernare în supravegherea managementului impactului	15				
	2-13 Delegarea responsabilității pentru gestionarea impactului	15, 16				
	2-14 Rolul celui mai înalt organism de guvernare în raportarea de sustenabilitate	16				
	2-15 Conflicte de interes	13, 16				
	2-16 Comunicarea preocupărilor critice	16, 21				
	2-17 Cunoștințe colective ale celui mai înalt organ de guvernare	16				
	2-18 Evaluarea performanței celui mai înalt organ de guvernare	16				
	2-19 Politici de remunerare	16				
	2-20 Procesul de determinare a remunerației	16				
	2-21 Raportul de compensare totală anuală	-	Cerință omisă	Constrângeri legate de confidențialitate	Informațiile de natura salariilor au caracter intern, companiile asigurând și garantând prin Codul de Conduită aplicabil la nivelul Grupului nostru respectarea confidențialității informațiilor cu caracter personal ale angajaților (a se vedea, cap. Protecția vieții private și confidențialitatea din Codul de Conduită).	
	2-22 Declarație privind strategia de sustenabilitate	5				
	2-23 Angajamente referitoare la politici	13				
	2-24 Integrarea angajamentelor referitoare la politici	16				
	2-25 Procese de remediere a impacturilor negative	13, 21				
2-26 Mecanismele de solicitare a consultanței și de exprimare a preocupărilor	13, 93					
2-27 Respectarea legilor și reglementărilor	19					
2-28 Asocieri și afilieri	24					
2-29 Abordarea implicării părților interesate	36, 37					
2-30 Contracte colective de muncă	83					

Referință standard GRI / Sursă alternativă	Număr element de informare GRI și denumire	Pagină	OMISIUNE*			Standard Sectorial GRI nr. ref.*
			Cerință(e) Omisă(e)	Motiv	Explicație	
Subiecte materiale						
GRI 3: Subiecte materiale 2021	3-1 Procesul de determinare a subiectelor materiale	29				
	3-2 Lista subiectelor materiale	30-33				
DESPRE COMPANIE						
Guvernanță Corporativă						
GRI 3: Subiecte materiale 2021	3-3 Gestionarea subiectelor materiale	12				
GRI 201: Performanța economică 2016	201-1 Valoarea economică directă generată și distribuită	10, 11				
	205-1 Operațiuni evaluate pentru identificarea riscurilor asociate prevederilor codului de conduită	17				
GRI 205: Anti-corupție 2016	GRI 205-2 Comunicare și instruire cu privire la politicile și procedurile anticorupție	17				
	205-3 Incidente confirmate privind corupția și măsuri luate	13				
GRI 206: Comportament anti competitiv 2016	206-1 Acțiuni legale pentru comportament anticoncurențial, antitrust și practici de monopol	18				
GRI 207: Fiscalitate 2019	207-4 Raportare țară cu țară	7, 10, 12				
SASB - Restaurante - Versiunea 2018-10	FB-RN-000.A Numărul de (1) restaurante deținute de companie și (2) în sistem franciză	10				
	FB-RN-000.B Numărul de angajați din (1) locațiile deținute de companie și (2) în sistem franciză	11				
Conformare și managementul riscului						
GRI 3: Subiecte materiale 2021	3-3 Gestionarea subiectelor materiale	18				
GRI 201: Performanța economică 2016	201-2 Implicații financiare și alte riscuri și oportunități cauzate de schimbările climatice	20, 21				
Inovare și digitalizare						
GRI 3: Subiecte materiale 2021	3-3 Gestionarea subiectelor materiale	45				
Non-GRI	Număr de panouri de meniu digitale	45				

Referință standard GRI / Sursă alternativă	Număr element de informare GRI și denumire	Pagină	OMISIUNE*			Standard Sectorial GRI nr. ref.*
			Cerință(e) Omisă(e)	Motiv	Explicație	
	Număr de chioșcuri de comandă digitale	45				
Non-GRI	Număr de campanii de marketing inovatoare	45				
	Număr de stații „Click & Collect”	45				
Continuitatea și echilibrul în lanțul de aprovizionare						
GRI 3: Subiecte materiale 2021	3-3 Gestionarea subiectelor materiale	50				
GRI 414 - Evaluarea socială a furnizorilor 2016	414-1 Furnizori noi care au fost identificați folosind criteriile sociale	50				
Diversitate în lanțul de aprovizionare						
GRI 3: Subiecte materiale 2021	3-3 Gestionarea subiectelor materiale	49				
GRI 204 - Practici de achiziție 2016	204-1 Proportia cheltuielilor cu furnizorii locali	49				
GRI 308 - Evaluarea de mediu a furnizorilor 2016	308-1 Furnizori noi care au fost identificați folosind criteriile de mediu	49				
Securitatea cibernetică						
GRI 3: Subiecte materiale 2021	3-3 Gestionarea subiectelor materiale	22				
GRI 418: Confidențialitatea clienților 2016	418-1 Plângeri întemeiate privind încălcarea confidențialității clienților și pierderea datelor despre clienți	22				
PRODUSELE NOASTRE						
Marketing responsabil						
GRI 3: Subiecte materiale 2021	3-3 Gestionarea subiectelor materiale	44				
GRI 417: Marketing și etichetare 2016	417-3 Incidente de neconformitate privind comunicările de marketing	44				
SASB - Restaurante - Informații Nutriționale	FB-RN-260a.3 Numărul de afișări publicitare făcute pentru copii	44				
Acuratețea informației și comunicarea						
GRI 3: Subiecte materiale 2021	3-3 Gestionarea subiectelor materiale	46				

Referință standard GRI / Sursă alternativă	Număr element de informare GRI și denumire	Pagină	OMISIUNE*			Standard Sectorial GRI nr. ref.*
			Cerință(e) Omisă(e)	Motiv	Explicație	
GRI 417: Marketing și etichetare 2016	417-1 Cerințe pentru informații despre produse și servicii și etichetare	46				
	417-2 Incidente de neconformitate privind informațiile și etichetarea produsului și a serviciului	46				
Trasabilitatea în lanțul de aprovizionare						
GRI 3: Subiecte materiale 2021	3-3 Gestionarea subiectelor materiale	47				
GRI 414: Evaluarea socială a furnizorilor 2016	414-2 Impacturi sociale negative în lanțul de aprovizionare și acțiuni întreprinse	47				
Achiziții etice în lanțul de aprovizionare						
GRI 3: Subiecte materiale 2021	3-3 Gestionarea subiectelor materiale	48				
GRI 308: Evaluarea de mediu a furnizorilor 2016	308-1 Furnizori noi care au fost verificați folosind criteriile de mediu	48				
	308-2 Impactul negativ asupra mediului în lanțul de aprovizionare și acțiunile întreprinse	48				
GRI 414: Evaluarea socială a furnizorilor 2016	414-1 Furnizori noi care au fost verificați folosind criteriile sociale	48				
	414-2 Impacturi sociale negative în lanțul de aprovizionare și acțiuni întreprinse	48				
SASB - Restaurante - Managementul Lanțului de Aprovizionare	FB-RN-430a.3 Discutarea strategiei de gestionare a riscurilor sociale și de mediu în cadrul lanțului de aprovizionare, inclusiv a bunăstării animalelor	48				
Calitatea și siguranța alimentului						
GRI 3: Subiecte materiale 2021	3-3 Gestionarea subiectelor materiale	50				
GRI 416: Sănătatea și siguranța clienților 2016	416-1 Evaluarea impactului asupra sănătății și siguranței a categoriilor de produse și servicii	51				
	416-2 Incidente de neconformitate privind impactul asupra sănătății și siguranței produselor și serviciilor	52				
SASB - Restaurante - Siguranța Alimentului	FB-RN-250a.1 (1) Procentul de restaurante inspectate de un organism de supraveghere a siguranței alimentare, (2) procentul de restaurante cu încălcări critice	51				
	FB-RN-250a.2 (1) Numărul de rechemări emise și (2) cantitatea totală de alimente rechemată	52				

Referință standard GRI / Sursă alternativă	Număr element de informare GRI și denumire	Pagină	OMISIUNE*			Standard Sectorial GRI nr. ref.*
			Cerință(e) Omisă(e)	Motiv	Explicație	
GRIJA PENTRU MEDIU						
Energia						
GRI 3: Subiecte materiale 2021	3-3 Gestionarea subiectelor materiale	55				
GRI 302: Energie 2016	302-1 Consumul de energie în cadrul organizației	56, 57				
	302-4 Reducerea consumului de energie	57				
SASB - Restaurante - Managementul Energiei	FB-RN-130a.1 (1) Energia totală consumată, (2) procentul de grilă energie electrică, (3) procent din surse regenerabile	55, 56				
GRI 303: Apă 2016	303-1 Interacțiunile cu apa ca resursă comună	61, 62				
	303-2 Gestionarea impactului evacuărilor de apă.	61				
	303-5 Consumul de apă	61				
Transport eficient și livrare în timp						
GRI 3: Subiecte materiale 2021	3-3 Gestionarea subiectelor materiale	58				
GRI 302: Energie 2016	302-1 Consumul de energie în cadrul organizației	59				
	302-4 Reducerea consumului de energie	59				
Economia circulară, valorificarea și reciclarea deșeurilor						
GRI 3: Subiecte materiale 2021	3-3 Gestionarea subiectelor materiale	63				
GRI 306: Deșeuri 2020	306-1 Generarea de deșeuri și impacturi semnificative legate de deșeuri	63				
	306-2 Gestionarea impacturilor semnificative legate de deșeuri	63				
	306-3 Deșeuri generate	64, 65				
	306-4 Deșeurile îndepărtate de la eliminare	66				
	306-5 Deșeuri direcționate către eliminare	66				
GRI 301: Materiale 2016	301-1 Materiale folosite - greutate sau volum	67				
	301-3 Produse recuperate și materialele lor de ambalare	68				
SASB - Restaurante - Gestionarea deșeurilor alimentare și de ambalaje	FB-RN-150a.1 (1) Cantitatea totală de deșeuri, (3) procentul returnat de la eliminare	66				
	FB-RN-150a.2 (1) Greutatea totală a ambalajelor, (2) procentul obținut din materiale reciclate și/sau regenerabile și (3) procentul care este reciclabil, reutilizabil și/sau compostabil	67, 68				

Referință standard GRI / Sursă alternativă	Număr element de informare GRI și denumire	Pagină	OMISIUNE*			Standard Sectorial GRI nr. ref.*
			Cerință(e) Omisă(e)	Motiv	Explicație	
Risipa alimentară						
GRI 3: Subiecte materiale 2021	3-3 Gestionarea subiectelor materiale	69				
GRI 306: Deșeuri 2020	306-1 Generarea de deșeuri și impacturi semnificative legate de deșeuri	69				
	306-2 Gestionarea impacturilor semnificative legate de deșeuri	69				
SASB - Restaurante - Gestionarea deșeurilor alimentare și de ambalaje	FB-RN-150a.1 (2) Procentul de deșeuri alimentare din cantitatea totală de deșeuri generate	69				
Emisiile de carbon și impactul asupra climei						
GRI 3: Subiecte materiale 2021	3-3 Gestionarea subiectelor materiale	70				
GRI 305: Emisii 2016	305-1 Emisii GES directe (Scope 1)	70				
	305-2 Emisii GES indirecte generate de energie (Scope 2)	70				
	305-3 Alte emisii indirecte de GES (Scope 3)	70				
	305-4 Intensitatea emisiilor GES	71				
	305-5 Reducere emisiilor GES	71				
OAMENI ȘI COMUNITATE						
Diversitatea și Drepturile omului						
GRI 3: Subiecte materiale 2021	3-3 Gestionarea subiectelor materiale	77				
GRI 202: Prezența pe piață	202-1 Raportul dintre salariul entry level și salariul minim	78				
	202-2 Procentul de manageri din locații semnificative de operare care au fost angajați din comunitatea locală	80				
GRI 405: Diversitate și șanse egale 2016	405-1 Diversitatea organelor de conducere și a angajaților	79, 80				
	405-2 Raportul dintre salariul de bază și remunerația femeilor și cea a bărbaților	77				
GRI 406: Nediscriminare 2016	406-1 Incidente de discriminare și măsuri corective întreprinse	78				

Referință standard GRI / Sursă alternativă	Număr element de informare GRI și denumire	Pagină	OMISIUNE*			Standard Sectorial GRI nr. ref.*
			Cerință(e) Omisă(e)	Motiv	Explicație	
Sănătatea și Siguranța Angajaților						
GRI 3: Subiecte materiale 2021	3-3 Gestionarea subiectelor materiale	80				
GRI 403: Sănătate și securitate la locul de muncă 2018	403-1 Sistem de management al sănătății și securității în munca	81				
	403-2 Identificarea pericolelor, evaluarea riscurilor și investigarea incidentelor	81				
	403-3 Servicii de sănătate a muncii	81				
	403-4 Participarea, consultarea și comunicarea lucrătorilor privind sănătatea și securitatea în muncă	81				
	403-5 Instruirea lucrătorilor privind sănătatea și securitatea în muncă	81				
	403-6 Promovarea sănătății angajaților	82				
	403-7 Prevenirea și atenuarea efectelor asupra sănătății și securității la locul de muncă legate direct de relațiile de afaceri	82				
	403-9 Accidente de muncă	82				
	403-10 Probleme de sănătate legate de locul de muncă	82				
	Dezvoltarea și creșterea competențelor angajaților					
GRI 3: Subiecte materiale 2021	3-3 Gestionarea subiectelor materiale	83				
GRI 401: Angajarea 2016	401-2 Beneficii oferite angajaților cu normă întreagă care nu sunt oferite angajaților temporari sau cu fracțiune de normă	83				
	404-1 - Media orelor de formare per angajat pe an	85, 86				
GRI 404: Instruire și educație 2016	404-2 Programe pentru îmbunătățirea competențelor angajaților și programe de asistență pentru tranziție	83, 84				
	404-3 Procentul de angajați care primesc o evaluare regulată a performanței și a dezvoltării carierei	86				
Satisfacția și starea de bine a angajaților						
GRI 3: Subiecte materiale 2021	3-3 Gestionarea subiectelor materiale	87				
GRI 401: Angajare 2016	401-1 Recrutarea de noi angajați și rotația personalului	88				
	401-3 Concediul pentru creșterea copilului	90				

Referință standard GRI / Sursă alternativă	Număr element de informare GRI și denumire	Pagină	OMISIUNE*			Standard Sectorial GRI nr. ref.*
			Cerință(e) Omisă(e)	Motiv	Explicație	
SASB – Restaurante – Practici de muncă	FB-RN-310a.1 Rata fluctuației (1) voluntare și (2) involuntare pentru angajații restaurantelor	88				
Implicarea în comunitate						
GRI 3: Subiecte materiale 2021	3-3 Gestionarea subiectelor materiale	91				
GRI 413: Comunități locale 2016	413-1 Operațiuni cu implicarea comunității locale, evaluări de impact și programe de dezvoltare	92				
Non-GRI	Numărul total de angajați implicați în programe de voluntariat	92				
	Numărul total de ore de voluntariat	92				
Satisfacția clienților						
GRI 3: Subiecte materiale 2021	3-3 Gestionarea subiectelor materiale	93				
Non-GRI	Număr de sesizări primite din partea clienților	94				
	Număr de puncte de vedere întocmite	94				

DISCLAIMER

Acest Raport nu constituie, și nu este destinat să constituie sau să facă parte, și nu ar trebui să fie interpretat ca reprezentând sau ca făcând parte din nicio ofertă actuală de vânzare sau de emisiune de acțiuni, sau ca o solicitare de cumpărare sau subscriere pentru nicio acțiune emisă de către Sphera Franchise Group SA (Compania) sau oricare dintre subsidiarele sale în orice jurisdicție, sau ca stimulent pentru a intra în activități de investiții; acest document sau orice parte a acestuia, sau faptul că este pus la dispoziție nu poate fi invocat sau constitui o bază în orice fel pentru cele de mai sus. Nicio parte a acestui Raport, nici faptul distribuirii sale nu poate face parte din, sau poate fi invocată în conexiune cu orice contract sau decizie de investiție referitoare la acestea; nici nu constituie o recomandare privind valorile mobiliare emise de către Companie. Informațiile și opiniile conținute în acest Raport sunt furnizate la data prezentului Raport și pot face obiectul actualizării, revizuirii, modificării sau schimbării fără notificare prealabilă. În cazul în care acest Raport menționează orice informație sau statistici din orice sursă externă, aceste informații nu trebuie să fie interpretate ca fiind adoptate sau aprobate de către Companie ca fiind corecte. Oricare ar fi scopul, nu trebuie să se pună bază pe informațiile conținute în acest raport, sau de orice alt material discutat verbal. Nicio declarație sau garanție, explicită sau sugerată, nu este dată cu privire la acuratețea, corectitudinea și caracterul actual al informațiilor sau opiniilor conținute în acest document sau al caracterului complet al acestuia, și nicio responsabilitate nu este acceptată pentru aceste informații, pentru nicio pierdere rezultată oricum, direct sau indirect, în urma utilizării acestui raport sau a unei părți a acestuia. Acest raport poate conține declarații anticipative. Aceste declarații reflectă cunoștințele actuale ale Companiei, precum și așteptările și previziunile despre evenimente viitoare și

pot fi identificate în contextul unor asemenea declarații sau prin cuvinte ca „anticipează”, „crede”, „estimăm”, „investim”, „subscrie”, „așteaptă”, „intenționează”, „planifică”, „proiectează”, „țintește”, „poate”, „va fi”, „ar fi”, „ar putea” sau „ar trebui” sau terminologie similară. Prin natura lor, declarațiile anticipative sunt supuse unui număr de riscuri și incertitudini, dintre care multe sunt dincolo de controlul Companiei, care ar putea determina rezultatele și performanțele reale ale Companiei să difere semnificativ de rezultatele și performanțele exprimate sau sugerate prin orice declarații anticipative. Niciuna dintre viitoarele previziunii, așteptări, estimări sau perspective din acest raport nu ar trebui să fie considerate în special ca previziuni sau promisiuni, nici nu ar trebui considerate ca implicând un indiciu, o asigurare sau o garanție că ipotezele pe baza cărora viitoarele previziunii, așteptări, estimări sau perspective au fost elaborate sau informațiile și declarațiile conținute în acest raport sunt corecte sau complete. Ca urmare a acestor riscuri, incertitudini și ipoteze, aceste declarații anticipative nu trebuie să se considere ca fiind o predicție a rezultatelor reale sau potențiale sau altfel. Acest Raport nu își propune să conțină toate informațiile care ar putea fi necesare în ceea ce privește Compania, acțiunile sale și, în orice caz, fiecare persoană care primește acest Raport trebuie să facă o evaluare independentă. Compania nu își asumă nicio obligație de a elibera public rezultatele oricăror revizuirii ale acestor declarații anticipative conținute în acest Raport care pot apărea ca urmare a unor schimbări în așteptările sale sau să reflecte evenimente sau circumstanțe după data prezentului Raport. Acest Raport și conținutul său sunt proprietatea Companiei și nici acest document, sau o parte din el, nu poate fi reprodus sau redistribuit către altă persoană.

www.spheragroup.com