

Гид поставщиков АШАН Ритейл Россия в области устойчивого развития

Как ключевой игрок на рынке ритейла компания АШАН Ритейл Россия (далее- АРР) демонстрирует ответственную позицию, планомерно внедряя обязательства в области корпоративной социальной ответственности и последовательно выстраивая свою стратегию устойчивого развития.

Сбалансированное управление экономическими, экологическими и социальными ресурсами позволяет компании сохранять финансовую стабильность, снижать негативное влияние на окружающую среду, повышать уровень социального благополучия.

Принципы ответственного ведения бизнеса, а также высокие стандарты корпоративного управления на основе этического кодекса и требований комплаенса, компания распространяет на отношения со своими партнерами и поставщиками.

Для решения актуальных экономических, экологических и социальных задач АРР сосредоточился на восьми Целях Устойчивого Развития (ЦУР), которые были объединены в ключевые направления деятельности:



Для продвижения стратегии по корпоративной социальной ответственности (КСО) в цепочке поставок АРР разработан Гид для поставщиков – свод базовых принципов устойчивого развития, являющихся неотъемлемой частью системы ценностей компании.

Настоящий Гид для поставщиков разработан на основе корпоративной стратегии АШАН и соответствует современным практикам в области устойчивого развития.

Документ предназначен для следующих партнеров АРР:

- товарные поставщики (в т.ч. основного ассортимента, собственных торговых марок СТМ, ингредиентов)
- некоммерческие закупки (например, упаковка, услуги и т.п.)

Мы верим, что наши партнеры разделяют цели компании в области корпоративной социальной ответственности, серьезно подойдут к ознакомлению с данным гидом и учтут содержащиеся в нем рекомендации для дальнейшего плодотворного сотрудничества.

Здоровое питание и борьба с продуктовым расточительством

В АШАН разработана Хартия по качеству, которая включает в себя 10 обязательств по качеству продукции.



Выбирая честное и ответственное предложение, АРР поддерживает потребителей на их пути к здоровому питанию. АРР развивает линейки товаров, соответствующих принципам рационального питания, в том числе, органических продуктов. Данные линейки включают в себя товары:

- без ГМО;
- без сои, пальмового масла;
- без азокрасителей;
- без соли;
- без сахара (продукты для людей с диабетом);
- без глютена и без лактозы;
- продукты для вегетарианцев;
- без аллергенов

Также из состава продуктов СТМ и собственного производства мы стремимся исключить содержание ингредиентов из «Списка не рекомендованных к использованию в составе веществ», чтобы сделать нашу продукцию более здоровой и «устойчивой».

Борьба с продуктовым расточительством — еще одно ключевое направление работы АРР. Для достижения успеха по данному направлению в компании реализован проект «Zero Gachis» или «Ноль отходов». Проект запущен в магазинах Ашан, где в специальных зонах можно приобрести качественные продукты со скидкой, срок годности которых подходит к концу, но еще не истек. Покупатели имеют возможность приобретать продукты со специальными этикетками, помогая таким образом сокращать объемы пищевых отходов.

Борьба с загрязнением пластиком

АРР принял на себя обязательство по борьбе с загрязнением пластиком и поэтому работает над уменьшением использования пластиковой упаковки и поиском вариантов по вторичной переработке. Например, картон, стрейч-пленка, пластиковые ящики, деревянные поддоны отправляются подрядчикам для вторичного использования или переработки.

В своей политике АРР выделяет 5 основных направлений в качестве приоритетных для сокращения загрязнения пластиком:



В отношении дизайна упаковки товаров под собственной торговой маркой АРР стремится соответствовать следующим критериям:

- ✓ *Возможность повторного использования*
- ✓ *Включение в состав переработанных материалов*
- ✓ *Возможность вторичной переработки*
- ✓ *Легкая: максимально ограниченный вес упаковки (на 100 г продукта).*
- ✓ *Оптимизация: ограничение количества пустого места в упаковке/оптимизация размеров.*

Мы стараемся избегать

Для всех типов упаковки:

- *Избыточной упаковки товаров*
- *Упаковки, не подлежащей вторичной переработке, например: керамика, керамогранит, фарфор и т. д.*

Для вторичной и третичной упаковки:

- *Цветных/окрашенных пленок и крышек для лотков, если этого не требуется с технологической точки зрения, например, для защиты продукта от света*
- *Вкладышей для лотков из пластика или прессованного волокна, если этого не требуется с технологической точки зрения, например, в случае впитывающих вкладышей для мяса кур.*

Ключевые определения

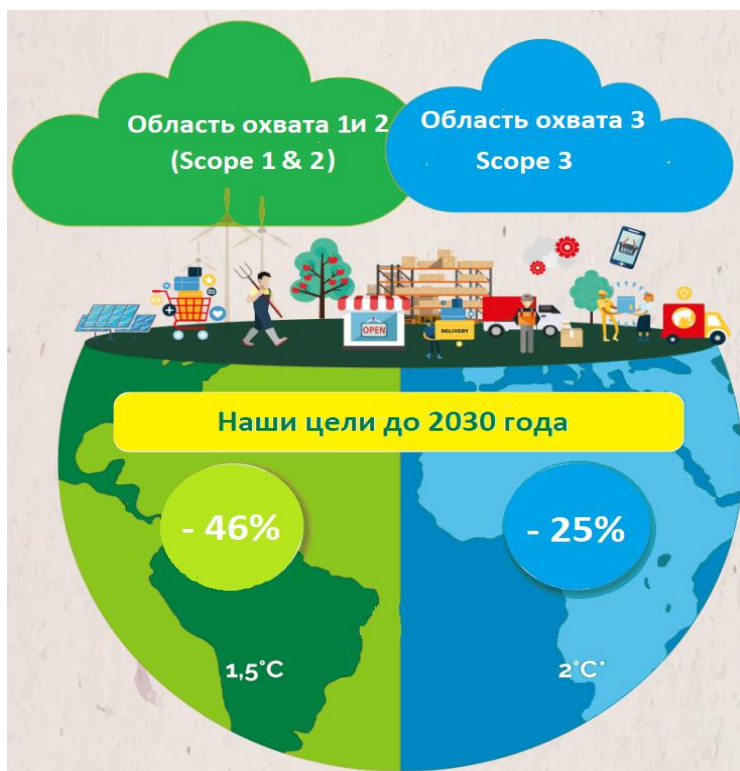
- *Первичная упаковка: упаковка, предназначенная для продажи конечному потребителю в месте покупки.*
- *Вторичная упаковка: упаковка, содержащая в себе одну или более первичных упаковок вместе с другими защитными материалами.*

- Третичная упаковка: упаковка, предназначенная для облегчения транспортировки нескольких единиц товара или группы товаров, чтобы предотвратить повреждение при транспортировке. Не включает автомобильные, железнодорожные, морские и воздушные контейнеры.
- Компонент- легко идентифицируемая часть упаковки. Например, бутылка для воды состоит из бутылки, этикетки и крышки (3 компонента).

Наиболее предпочтительные материалы упаковки:	Материалы упаковки, которых следует избегать	Наименее предпочтительные материалы
Полимеры		
– Полиэтилентерефталат (ПЭТ, ПЭТФ / PET / 01); – полиэтилен высокой плотности (ПВП, ПНД / HDPE / 02); – полиэтилен низкой плотности (ПНП, ПВД / LDPE / 04); – полипропилен (ПП / PP / 05).	– Сложная упаковка или состоящая из других полимеров (исключая жесткую ПЭТ, жесткий ПЭ, жесткий ПП и мягкий ПЭ), например: PLA, PEF и т.д.; – упаковка из полиэтилена или темного полипропилена (темно-коричневая, темно-зеленая и т.д. Обычно содержащий технический углерод); – полиэтиленовая или полипропиленовая упаковка с элементами металла (сталь, алюминий), дерева или стекла; – упаковка из полиэтилена или ПП с элементами из ПЭТГ, ПВХ или ПП; – металлические или токсичные чернила; – Несмываемые в воде комнатной температуры клеи, акриловые или ультраадгезивные клеи.	– Полиэтиленовая или полипропиленовая упаковка с наполнителями, что приводит к плотности > 1; – поливинилхлорид (ПВХ); – полистирол (ПС / PS / 06); – другие виды пластика или сочетания нескольких видов (OTHER / 07); – технический углерод в составе полимеров; – сложная упаковка или состоящая из других полимеров например: PLA, PEF и т.д.; – PETG, XPET.
Бумага, картон, гофрокартон, древесина из ответственных источников:		
– Бумага сертифицированная на соответствие стандартам, подтверждающим прослеживаемость (например, “Лесной эталон”) и/или бумага из переработанного сырья; – использование красок из растительных материалов, если упаковка непосредственно контактирует с пищевым продуктом; – бумажная упаковка, содержащая максимальное количество бумаги	– Отбеленная бумага/картон; – бумажная/картонная упаковка, содержащая в составе менее 50% бумаги/картона; – нерастворимые в воде виды клея.	– Армированная бумага/картон; – клеевые составы, содержащие минеральные масла; – краски на основе минеральных масел.

(минимизация веса других комбинированных материалов); – использование клеев и красок без добавления минеральных масел; – использование клеев, которые могут быть удалены; – упаковка из бумаги с эко-краской; – водостойкая упаковочная бумага.		
Стекло		
– Содокальциевое стекло; – смывающиеся (не ультраклеящие) клеи для этикеток; – стеклянная упаковка с магнитной системой укупорки или из алюминия.	– Этикетки, которые невозможно удалить; – упаковки из непрозрачного стекла; – элементы содержащие тяжелые металлы; – стеклянная упаковка с элементами, связанными с ПВХ или PVDC - ПВХ поливинилиденхлорид.	– Техническое стекло, то есть не содокальциевое (например, боросиликатное стекло, хрусталь и т.д.); – стеклянная упаковка с керамическими элементами, песчаником, фарфором; – стеклянная упаковка с немагнитными металлическими элементами (олово, латунь, нержавеющая сталь и т.д.).
Сталь/алюминий		
– Упаковка из мономатериала.	– Стальная/алюминиевая упаковка с элементами PVC (ПВХ) или PVDC (ПВДХ).	

Сокращение выбросов CO₂



В рамках стратегии по устойчивому развитию компании мы стремимся к снижению негативного воздействия на окружающую среду и считаем, что изменение климата является одной из основных угроз, с которыми мы сталкиваемся. Поэтому АШАН стремится сократить свой углеродный след по всей цепочке создания стоимости с помощью программы по сокращению углеродного следа.

Глобально наша компания взяла на себя обязательство сократить на 46 % наши прямые и косвенные выбросы - области охвата 1 и 2 (Scope 1&2), а также сократить на 25 % наши выбросы по всей цепочке поставок - область охвата 3 (Scope 3) в период с 2020 по 2030 год.

Scope 1 (прямые выбросы парниковых газов) – это выбросы из собственных или контролируемых компанией источников. Например, это выбросы от собственной генерации энергии (пара, тепла), от производственных процессов, от обращения с отходами и пр.

Scope 2 («энергетические» выбросы) – это косвенные выбросы от производства энергии на сторонних энергоисточниках, приобретенной у поставщика таких услуг. Другими словами, это все выбросы парниковых газов в атмосферу в результате производства потребленной компанией электроэнергии, пара, тепла и холода (энергии для охлаждения).

Scope 3 включают в себя выбросы CO₂ по всему жизненному циклу товара, они являются косвенными для АРР и находятся в зоне влияния наших поставщиков. Эта область включает выбросы от: закупки сырья, доставки, продажи, использования, утилизации.

Мы ожидаем, что для достижения наших общих целей по сокращению негативного влияния на окружающую среду, наши поставщики поддержат данную инициативу и будут принимать активное участие в проектах по данному направлению.

В свою очередь АРР уже сейчас активно работает в направлении снижения выбросов CO₂.

На данный момент мы произвели оптимизацию складов и логистических маршрутов. Например, с 2014 года в компании действует проект по энергоэффективности, который направлен на снижение потребления энергетических ресурсов.

Социальные и общественные обязательства



В своей повседневной деятельности мы учитываем потребности и ожидания общества, нашего окружения. Мы активно участвуем в его долгосрочном развитии и поддерживаем высокий уровень корпоративной этики. Вместе с сотрудниками, клиентами и поставщиками мы участвуем в социальной жизни и вносим свой вклад в охрану окружающей среды, заботясь о будущих поколениях. Кроме того, мы содействуем развитию занятости и экономики в регионах

присутствия, развиваем предложение местных товаров и услуг.

Компания проявляет заботу о сотрудниках не только через материальные вознаграждения, но и через мотивацию, помощь в самореализации и поиск дополнительных смыслов в работе. АРР предоставляет всем равные возможности для обучения, реализации и карьерного роста.

Компания принимает на работу людей с ограниченными возможностями, уделяя особое внимание их интеграции и дальнейшему сопровождению.

Сотрудники компании имеют возможность участвовать в благотворительных проектах и мероприятиях фонда «Поколение АШАН» в качестве волонтеров.

Мы ожидаем, что наши поставщики будут принимать активное участие в благотворительных проектах, организованных нашим фондом.

В свою очередь команда АРР готова поддерживать и принимать участие в проектах наших поставщиков и партнеров.

Этический кодекс Ашан Ритейл Россия

В рамках работы сотрудники, менеджеры и руководители АРР взаимодействуют не только между собой, но и с третьими лицами и окружением компании. Мы работаем со многими секторами экономики, решаем различные задачи и выполняем важные обязательства. Мы ведем бизнес осознанно и в соответствии с нашими ценностями доверия, открытости и совершенства.

Во всех спорных ситуациях мы опираемся на Этический Кодекс АРР. Соблюдение этических норм также закреплено правилами внутреннего трудового распорядка компании АРР. Каждый сотрудник должен ознакомиться с положениями Этического Кодекса. Если возникают вопросы и спорные ситуации, сотрудник может обратиться к своему руководителю, руководителю по персоналу или на горячую линию по вопросам этики.

[Горячая линия](#) позволяет сотрудникам компании, внешним партнерам и поставщикам сообщать о любых имевших место или возможных нарушениях действующих законов, нормативно-правовых актов, профессиональных стандартов, а также принципов Этического Кодекса компании. Компания обеспечивает конфиденциальность поступающей информации, а также наличие обратной связи всем лицам, которые обратились в ее адрес.

Отношения с внешними партнерами: мы формируем честные и справедливые взаимоотношения с поставщиками и партнерами, основанные на доверии и уважении друг к другу. Для нас важно, чтобы каждая из сторон соблюдала принципы устойчивого развития в своей работе, а при принятии решений руководствовалась Кодексом коммерческой этики АРР. Действие Кодекса распространяется на всех партнеров компании и накладывает на них обязательство соблюдать правила в отношении социального законодательства, труда, качества и безопасности продукции, а также окружающей среды.