

Миналата година светът е изял 70 хил. тона повече какао, отколкото са произведени; до 2020 г. тази разлика може да нарасне до 1 млн. тона

Глобалното потребление на шоколад се е увеличило до рекордните 7,1 млн. тона през миналата година и изпреварва значително добива на какао. Това става ясно от доклада на "Монделийз Интернешънъл" за напредъка през 2015 г. на тема „Призив за благоденствие“ (Call For Well-being). Докладът разглежда в детайли множество глобални проблеми, сред които и проблемът с намаления добив на какао в световен мащаб. Една от водещите програми на компанията – „Какао Лайф“ е насочена именно към дългосрочното разрешаване на този проблем чрез осигуряване на устойчиво развитие на какаовите ферми. Към момента в нея участват близо 80 000 фермери, в повече от 795 общности.

Докладът разглежда също в детайли как световната водеща компания за здравословни закуски надхвърля почти всички свои цели да оставя минимално поражение върху околната среда през 2015 г. и набелязва още по-амбициозни цели за борба с въздействието на климатичните промени през периода до 2020 г.

Компанията напредва и в амбицията си да се превърне в световен лидер в здравословните закуски – само във Великобритания употребата на сол в производството е намалена със 117 тона за последните 4 години. А само от напитките си компанията е спестила 70 000 тона захар за същия период в глобален мащаб.

„Растежът ни е директно свързан с подобряването на благосъстоянието на планетата ни, на живота на хората, които произвеждат и консумират продуктите ни, както и на общностите, които обслужваме,“ заяви Айрийн Розенфелд, председател и главен изпълнителен директор на компанията. *„През годините, откакто стартирахме платформата си ‘Призив за благоденствие’, ние постигнахме стабилен напредък в работата си за постигане на поетите ангажменти. Значителните ни успехи през 2015 г., заедно с новите ни цели за устойчиво развитие до 2020 г., повишават нашата отдаденост и подкрепят амбицията ни да се превърнем в световен лидер в здравословните закуски“.*

Стартирала през 2013 г., кампанията „Призив за благоденствие“ се концентрира върху четири сфери, жизненоважни за световното благоденствие, и в които "Монделийз Интернешънъл" може да упражни най-голямо въздействие: устойчивото развитие, здравословните закуски, партньорствата в общностите и безопасността.

Можете да видите ключовите сфери от доклада за напредък на [страница #2](#) .

УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ



21%

от какаото, използвано от компанията, е било от устойчиво развиван източник (Цел за използване на устойчиво развиван източник на цялото количество използвано какао)



76 700 земеделски производители и **795** общности участват в програмата Cocoa Life

100%

анализиране на палмовото масло през 2013 г



90%

от палмовото масло, което е използвала компанията, е проследимо обратно до фабриката производител.



75%

обем на западноевропейските бисквити, направени с брашно тип Хармъни (Harmony wheat) - ключова за компанията програма за устойчиво поддържане на пшеницата.



17%

на тон намалено потребление на чиста вода - надвишаване на първоначалната цел от 15 процента.



70%

на тон намаляване на нетните загуби в съоръженията на компанията по цял свят - близо



19%

на тон намаляване емисиите на



ОБЩНОСТИ



78%

от общо предвидените **\$50 милиона** са инвестирани в комунални сдружения за здравословен начин на живот, разпределени между програми в 13 страни.



БЕЗОПАСНОСТ



Поставена е целта да се постигне
**изпълнение за безопасност от световна
величина**

13% намаление намаление в
честотата на ощетяващата
загуба на време

21% намаление в цялостния
процент на произшествия при
всички работници



100%

от производствените мощности
собственост на компанията са
сертифицирани съобразно
изискванията на FSSC 22000
(Фондацията за сертифициране
на безопасност на храните
22000)

the call for well-being)))

Mondelez
International

Монделийз – доклад за напредъка 2015

☒ Постигната

ЗДРАВΟΣЛОВНИ ЗАКУСКИ



Цел: 25% от
приходите
до 2020



25.5%

от приходите на
компанията са от
продукти „По-добър
избор“ (цел: 25% от
приходите до 2020)



25.5%

увеличаване съдържанието
на пълнозърнести съставки в
цялото портфолио на
компанията – 5 г. преди
крайната цел



68%

или близо 2/3 от асортимента на
компанията е етикетиран от
предната страна на пакета (при
заложена цел 100% до края 2016 г.)



+26%

увеличение на индивидуално
опакowanите контролирани
порции

