

• ГЛАВА 6 •

Ответственные источники продукции

Ответственные источники продукции

Устойчивая цепочка поставок

Существенные темы

Устойчивая цепочка поставок

Приоритетные ЦУР

12 ОТВЕТСТВЕННОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ И ПРОИЗВОДСТВО

17 ПАРТНЕРСТВО В ИНТЕРЕСАХ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Ключевые события за 2021 г.

- Разработан пилотный проект по ESG-сертификации поставщиков.
- Расширение сотрудничества с локальными и фермерскими производствами.
- В 2021 г. прошло около 50 товарно-закупочных сессий с поставщиками из разных регионов.
- Начало тестирования в 2021 г. системы Vendor Managed Inventory, которая передает крупным поставщикам информацию о текущих запасах.



Ключевые документы

Политики и документы «Магнита»

- Политика в области обеспечения ответственной цепочки поставок ПАО «Магнит»
- Порядок отбора компаний Поставщиков с помощью Системы взаимодействия с внешними партнерами
- Порядок отбора компаний Поставщиков по категориям свежие овощи, свежие плоды и ягоды, свежие грибы, зелень с помощью Системы взаимодействия с внешними партнерами

Внешние документы

- Кодекс добросовестных практик и взаимоотношений между торговыми сетями и поставщиками потребительских товаров

Система управления



→ административное подчинение
-----> координация в рамках реализации Стратегии по устойчивому развитию, консультационная поддержка

Прогресс достижения целей

Стратегическая цель 2025	Прогресс в 2021 г.
100% ответственных закупок социально значимых товаров	<ul style="list-style-type: none">Разработка пилотного проекта по ESG-сертификации поставщиков социально значимых товаров, который будет масштабирован на всех поставщиков «Магнита».
Обеспечение системы ответственного подбора поставщиков товаров и услуг	<ul style="list-style-type: none">Получена сертификация на соответствие международной системе менеджмента пищевой безопасности по FSSC 22000-2018Начало инициативы по переводу товаров собственной торговой марки на экологичную упаковкуОткрытие первой вертикальной экологичной теплицыПолучено более 100 наград за качество продукции собственного производства в различных конкурсах по качеству в 2021 г.
Партнерство Программы по развитию местных поставщиков и фермеров	<ul style="list-style-type: none">Общий объем закупок товаров местного производства вырос на 16%.

Устойчивая цепочка поставок

(продолжение)

GRI 2-6

Подход к управлению

Цепочка поставок «Магнита» охватывает более 6 000 поставщиков в России и за рубежом. Мы выстраиваем честные и открытые отношения с поставщиками и подрядчиками, что позволяет нам эффективно управлять экологическими, социальными и экономическими рисками по всей цепочке поставок.

Выстраивая сотрудничество с целью обеспечить население страны продовольствием, мы полагаемся на партнеров, которые придерживаются таких же высоких стандартов, что и мы.

Политика в области обеспечения ответственной цепочки поставок регулирует деятельность «Магнита» в данной сфере и определяет перечень критериев, соблюдения которых мы ожидаем от наших поставщиков.



> 6 000 поставщиков охватывает цепочка поставок «Магнита» России и за рубежом

Наши основные принципы

- **Ответственный выбор** источников продукции и сырья.
- **Обеспечение высочайших стандартов** на собственных производственных и сельскохозяйственных предприятиях.
- **Развитие и оптимизация** собственной инфраструктуры логистики и доставки с целью повышения эффективности.
- **Поддержка** небольших и местных производителей.

Ключевые поставщики «Магнита» в 2021 году

Более 50% закупок мы совершаем у крупнейших российских и международных FMCG-компаний, которые, в свою очередь, имеют высокий уровень проработки вопросов в области устойчивого развития в своих практиках, а также сертифицированы независимой стороной. Большинство поставщиков публикуют нефинансовые отчеты, а также предоставляют информацию о деятельности в области устойчивого развития на официальных сайтах.



Ключевой составляющей нашего процесса взаимодействия с поставщиками является открытый и непрерывный диалог. «Магнит» взаимодействует с поставщиками посредством следующих механизмов:

- совместные проекты по разработке и производству новой продукции, в том числе экотоваров и товаров СТМ;
- развитие и поддержка местных поставщиков и фермеров;
- возможность обучения поставщиков с целью лучшего понимания ими требований и ожиданий «Магнита»;
- реализация совместных социальных благотворительных проектов;
- проведение регулярных закупочных сессий.

Последние несколько лет «Магнит» осуществляет перевод своего текущего взаимодействия с поставщиками в цифровой формат, повышая оперативность передачи информации и принятия решений. Наш специальный аналитический портал RetailService.Magnit, ориентированный на крупнейших поставщиков Компании, обеспечивает отслеживание товаров по всей стране и актуальную аналитику. Поставщики, работающие с «Магнитом» на условиях отсрочки платежа, имеют доступ к быстрому финансированию, предоставляемому крупными банками и факторинговыми компаниями. Автоматизация взаимодействия между специалистами по закупкам, поставщиками и факторинговыми компаниями помогает минимизировать бумажный документооборот и обеспечивает оперативный доступ к информации, данным и средствам.

В 2021 г. мы протестировали систему Vendor Managed Inventory, которая передает крупным поставщикам информацию о текущих запасах. Новая система позволяет таким поставщикам самостоятельно пополнять запасы своих товаров, обеспечивая их постоянное наличие на полках магазинов.

В рамках одной из целей по развитию ответственной цепочки поставок «100% ответственных закупок социально значимых товаров» в 2021 г. мы дали старт проекту по независимой ESG-оценке и сертификации наших поставщиков. В качестве пилотного проекта мы сфокусируемся на оценке поставщиков социально значимых товаров.

В отчетном году мы провели встречи с 15 поставщиками «Магнита», включая как представителей крупного бизнеса, так и локальных производителей. В рамках проведенных совместных мероприятий мы определили подход к оценке поставщиков по критериям в области устойчивого развития. Мы находимся в поиске партнера по проведению независимой оценки и намерены продолжить реализацию проекта в 2022 г.

Социально значимые товары

Согласно российскому законодательству, в перечень социально значимых товаров входят крупы, мясо, молоко, яйца, хлеб, некоторые овощи и фрукты, что составляет некий необходимый перечень продуктов для питания населения. Цены на данные категории товаров контролируются государством.

Устойчивая цепочка поставок (продолжение)

GRI 204-1, 205-1

Поддержка местных поставщиков

Компания стремится поддерживать небольших и локальных производителей для расширения присутствия их продукции на полках наших магазинов. Работа с местными производителями помогает «Магниту» расширять ассортимент товаров, оказывать поддержку предпринимательству и содействовать развитию местной экономики. Кроме того, присутствие на полках магазинов местной продукции позволяет сократить объемы выбросов при транспортировке необходимых товаров и предлагать покупателям самые свежие продукты.

Местная продукция предлагается в двух форматах: «Фермерский дворик», в рамках которого ритейлер реализует фермерскую продукцию на собственных полках, а также «Фермерская лавка», где «Магнит» предоставляет локальным производителям в аренду помещение на территории торгового объекта, а предприниматель уже самостоятельно реализует свою фермерскую продукцию.

Для расширения возможностей взаимодействия с местными производителями Компания разработала упрощенный вариант стандартного договора поставки для мелких сельхозпроизводителей, которым бывает трудно выполнить все требования, предъявляемые нами к более крупным поставщикам. Новая форма договора ориентирована на производителей, годовой доход которых составляет менее 150 млн руб., а также на производство и переработку конкретных видов сельскохозяйственной продукции: молока, мяса, яиц, рыбы. Мы готовы работать с небольшими хозяйствами, начинать первые отгрузки с 500–1000 кг, чтобы отработать процесс поставок до перехода к более крупным партиям.

Для оптимизации и поддержки процесса взаимодействия с небольшими производителями «Магнит» ввел ряд мер, таких как упрощенные договоры, сокращенный документооборот и уменьшение времени ожидания благодаря применению цифровых технологий, а также более короткие сроки оплаты поставленного товара. При этом «Магнит» строго отслеживает соблюдение договорных обязательств со стороны контрагентов, чтобы обеспечить доступность и высокое качество фермерских товаров на полке.

Доля российской продукции в ассортименте социально значимых товаров составила:

95%

хлеб и хлебобулочные изделия

59%

молочная продукция

59%

птица



14% доля закупок
у местных поставщиков
в общем объеме

Розничная сеть «Магнит» сотрудничает с более чем 6 тыс. партнеров, около половины из которых являются региональными. По сравнению с 2020 г. Компания увеличила число отечественных поставщиков на 19%. Доля российской продукции в ассортименте социально значимых товаров составила: хлеб и хлебобулочные изделия — 95%, молочная продукция — 59%, птица — 59%. «Магнит» постоянно расширяет географию продаж российских производителей: порядка 250 партнеров ритейлера в 2021 г. начали реализовывать свои товары за пределами родного региона и смогли значительно увеличить собственные продажи.

Доля закупок у местных поставщиков в общем объеме составила около 14% и сохранилась на том же уровне, что в прошлом году. При этом объем закупок у местных сообществ в денежном выражении вырос на 16%. За годы такого сотрудничества «Магнит» помогал местным предприятиям расширить их бизнес, содействовал созданию рабочих мест, некоторые производители смогли перейти с регионального на федеральный уровень.

250 партнеров ритейлера
в 2021 г. начали
реализовывать свои товары
за пределами родного региона

Качество и безопасность продукции

Существенные темы

Качество и безопасность продукции

Приоритетные ЦУР

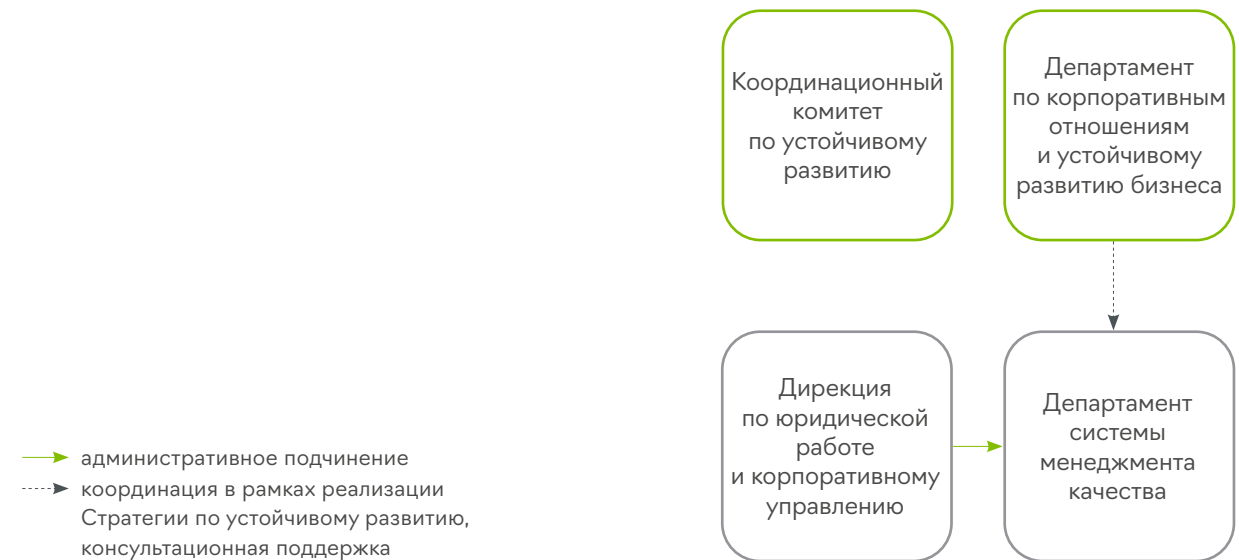
12
ОТВЕТСТВЕННОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ И ПРОИЗВОДСТВО

3
ХОРОШЕЕ ЗДОРОВЬЕ И БЛАГОПОЛУЧИЕ

Ключевые события за 2021 г.

- Проведено более 32 тыс. лабораторных проверок образцов товаров, предоставленных поставщиками, и нашей собственной продукции, а также более 1,5 тыс. проверок образцов продукции производственно-промышленных комбинатов.
- В 2021 г. был проведен масштабный анализ нормативной базы документов в области качества товаров, реализуемых в сети магазинов «Магнит».

Система управления



Ключевые документы

Политики и документы «Магнита»

- Политика по качеству и безопасности пищевых и непищевых продуктов ПАО «Магнит»

Внешние документы

- Государственные требования по обеспечению качества и маркировки товара (ГОСТ)

GRI 416-1

Наш подход к управлению

Обеспечение качества и безопасности продукции является одним из важнейших приоритетов для «Магнита», наша Компания ежедневно обслуживает более 15 млн покупателей в 3 898 населенных пунктах России.

> 15
млн покупателей

в 3 898
населенных пунктах России

ежедневно обслуживает компания «Магнит»

Вся продукция в наших магазинах должна соответствовать нормативно-правовым требованиям Евразийского экономического союза и Российской Федерации, корпоративным стандартам, техническим регламентам и условиям, согласованным с поставщиками. В нашей Компании действует Департамент системы менеджмента качества (ДСМК), который отвечает за управление качеством и безопасностью товаров, продаваемых в розничной сети. Качество и безопасность обеспечиваются за счет строгих стандартов как для собственной продукции, так и для продукции поставщиков, регулярного тестирования образцов, применения передовых технологий и анализа больших данных, а также обучения персонала и регулярных аудитов.

На протяжении всего 2021 г. департамент продолжал совершенствовать методы контроля качества и обеспечения безопасности, чтобы поддерживать высокие стандарты, соблюдения которых ожидают от нас покупатели.

Качество и безопасность продукции (продолжение)

Стандарты качества и безопасности

В течение года мы продолжали актуализировать и разрабатывать стандарты качества и безопасности продукции во всей розничной сети, совершенствовать и расширять соответствующую внутреннюю нормативную базу, включая документы, касающиеся приемки, транспортировки и хранения товаров разных категорий. Также были обновлены и доведены до сведения поставщиков требования к качеству их продукции.

В каждой из наших торговых точек работает дежурный по качеству, в обязанности которого входит проведение ежедневных проверок качества товаров и соответствия стандартам, контроль за поддержанием чистоты в магазинах, а также за выкладкой товара на полку и наличием маркировки и ценников.

Мы регулярно проводим проверки образцов продукции с привлечением сторонних аккредитованных организаций. В 2021 г. было проведено более 32 тыс. лабораторных проверок образцов товаров, как предоставленных поставщиками, так и нашей собственной продукции, а также более 1,5 тыс. проверок образцов продукции производственно-промышленных комбинатов.

> 32 тыс.
 лабораторных проверок образцов товаров было проведено в 2021 году

GRI 417-1

Маркировка товаров

Чтобы быть уверенными в продукции, которую мы предлагаем потребителям, мы присоединились к национальной системе маркировки и прослеживания товаров «Честный ЗНАК». Нанесение цифрового кода на этикетку товара гарантирует подлинность и качество товара, а сама маркировка соответствует требованиям законодательства России.

В 2020 г. «Магнит» запустил собственную информационную площадку для учета маркированных товаров, в которой будут содержаться сведения о кодах маркировки товаров, которые поступают в распределительные центры и реализуются в магазинах розничной сети.



Интеграция «Дикси»: Контроль качества товаров

«Дикси» регулярно проводит контроль качества продукции в несколько этапов, включая контроль упаковки и маркировки на этапе поступления продукции в торговые точки и контроль товара при выкладке в торговом зале. Кроме того, Компания проводит выборочный контроль параметров технологического процесса по производству продукции поставщика.

«Дикси» проводит оценку воздействия товаров на здоровье и безопасность путем лабораторных испытаний продукции на соответствие законодательным требованиям. Лабораторным контролем охватываются все категории товаров.

Обучение

В этом году «Магнит» продолжил проводить обучение персонала, сосредоточившись на доведении актуализированных стандартов и требований до сведения сотрудников магазинов «Магнит Семейный», «Магнит Косметик» и «Магнит у дома», а также на обучении сотрудников магазинов крупных форматов и формата «у дома» вопросам безопасности продуктов питания, санитарии и гигиены.

Наши программы используют самые разные формы обучения для повышения вовлеченности сотрудников, в том числе документы, презентации, шпаргалки, электронные курсы и видеоматериалы, и предназначены для должностей любого уровня — от рядовых сотрудников до высшего руководства.

400 аудитов
 производственных объектов было проведено в 2021 году

Аудиты

Аудиты — неотъемлемый элемент системы контроля качества и безопасности. ДСМК проводит аудиты на всех этапах: от производства поставщиков до торговых точек. В 2021 г. ДСМК организовано проведение около 400 аудитов производственных объектов поставщиков и около 18 тыс. дистанционных и выездных аудитов торговых точек. Результаты этих проверок обеспечивают поддержание объектов на уровне установленных стандартов, а также помогают получить сведения для внесения корректировок в соответствующие политики и программы обучения.

Чтобы сотрудники лучше понимали важность и роль таких аудитов в деятельности сети, были сняты обучающие видео, проведены тренинги, а также организованы вебинары по основным темам: «Личная гигиена», «Контроль качества», «Санитарные требования к помещениям торговых объектов», «Ведение журналов собственного производства», «Правила обработки скорлупы», «Технологии производства».

Совместно с Департаментом по импорту продукции реализуется пилотный проект по привлечению сторонних организаций для аудита производственных мощностей поставщиков с целью получения достоверной информации об их состоянии и предотвращения риска принятия «Магнитом» к реализации некачественной и небезопасной продукции.

Качество и безопасность продукции

(продолжение)

Коммуникация с покупателями по вопросам качества

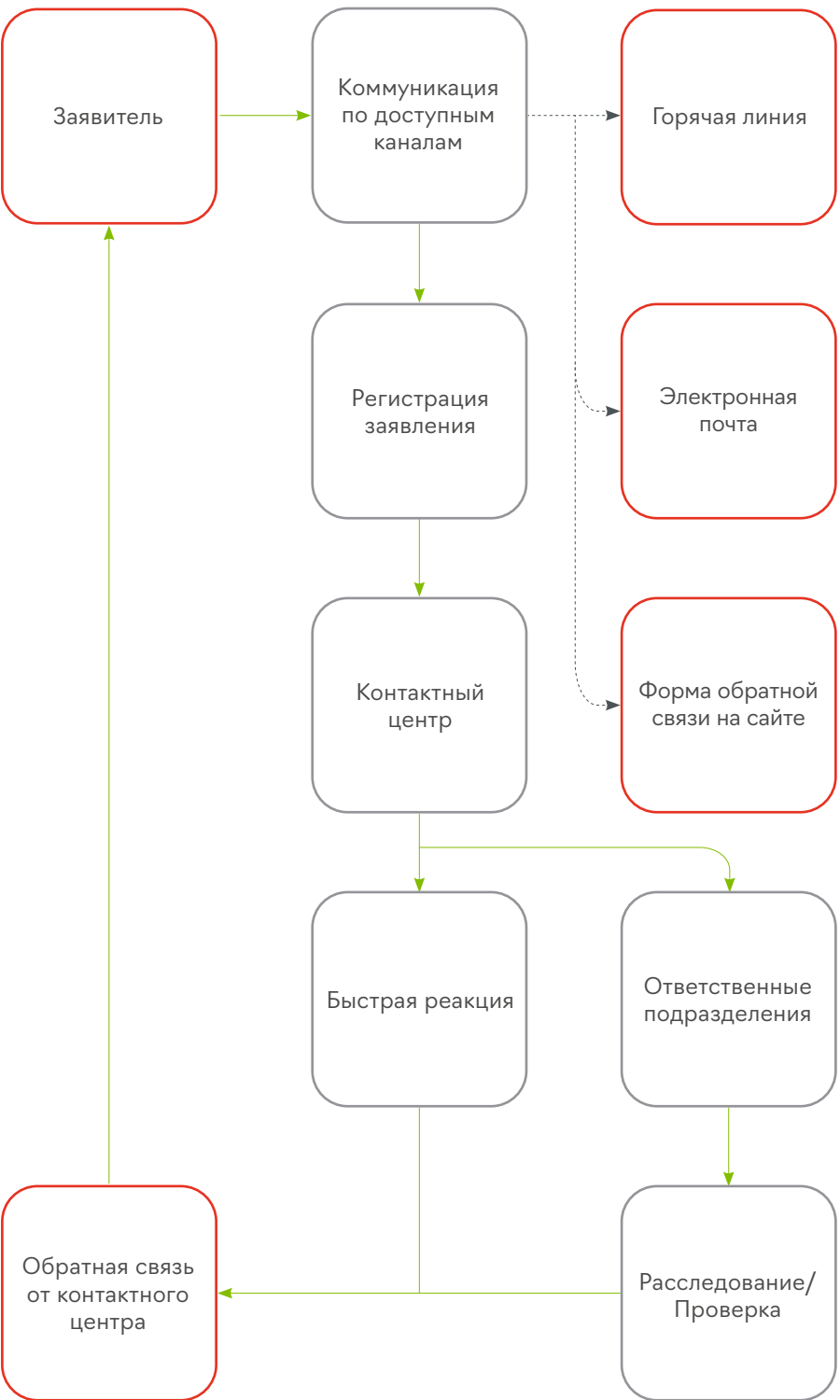
В Компании функционирует контактный центр, который фиксирует все полученные обращения с помощью автоматизированной системы, в том числе по качеству, маркировке и упаковке товаров. Все обращения тщательно исследуются сотрудниками «Магнита» с целью отправки обратной связи нашим покупателям. Мы внимательно прислушиваемся к отзывам покупателей, изучаем ситуацию, проводим расследования и принимаем корректирующие меры по всем полученным обращениям.

В 2021 г. «Магнит» получил около 335,6 тыс. обращений от покупателей. Рост количества обращений с 2019 г. связан с открытием новых магазинов, а также с улучшением качества работы сотрудников с автоматизированной системой по обработке обращений. По каждому обращению мы проводим расследование и предоставляем обратную связь согласно нашему процессу обработки обращений. Уровень удовлетворенности клиентов предоставленными ответами в 2021 г. повысился и составил 80% (в 2020 г. — 75%).

В случае если товар не соответствует требуемым стандартам и является браком, мы проводим работу со своим поставщиком для исправления ситуации. Единицы продукции, которые уже были проданы, отзываются, а оставшиеся снимаются с продажи. Кроме того, «Магнит» вместе со своими поставщиками ведет работу над повышением качества товаров и недопущением некачественной продукции в торговую сеть.

около 335,6 тыс. обращений от покупателей получил «Магнит» в 2021 г.

Процесс обработки обращений от покупателей «Магнита»



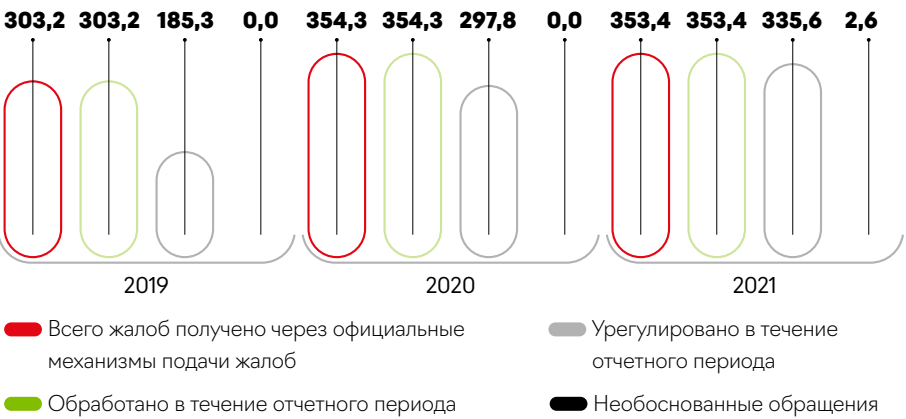
Опрос потребителей

Нам крайне важно учитывать мнение клиентов при подборе ассортимента магазинов, подготовке рекламных кампаний, установке цен и планировании промоакций. Мы регулярно проводим исследования удовлетворенности клиентов в онлайн-формате, а также в формате интервью с целью получения результатов по индексу NPS. В 2021 г. индекс потребительской лояльности NPS продемонстрировал положительную динамику во всех форматах. В 2022 г. мы планируем запустить проект по измерению удовлетворенности визитами в торговые точки сети.

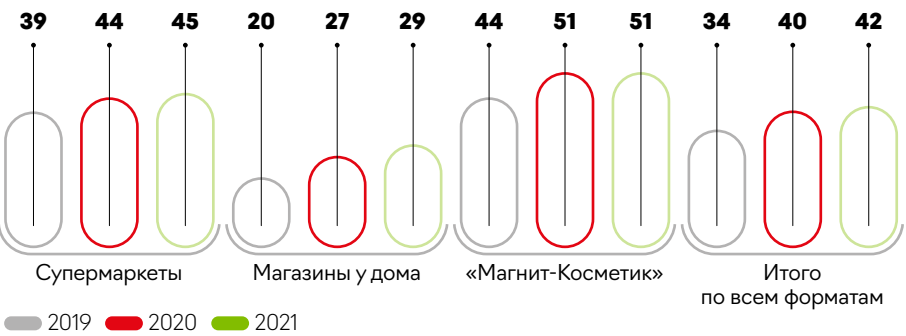
Мы ежегодно проводим опрос удовлетворенности покупателей, в том числе касательно работы Компании в области устойчивого развития. Результаты опроса, проведенного в 2021 г., продемонстрировали растущий интерес наших клиентов к теме устойчивого развития. Согласно результатам опроса:

- Подавляющее большинство опрошенных (96%) согласились с тем, что «Магнит» тщательно контролирует качество продаваемой продукции.
- Большая часть респондентов (90%) отметила ответственный подход Компании к собственному сельскохозяйственному и пищевому производству.
- 88% согласились с тем, что «Магнит» сотрудничает с компаниями, соблюдающими трудовые, экологические, этические и социальные стандарты.

Динамика обращений от покупателей



Динамика индекса NPS в разбивке по форматам «Магнита»



- В среднем 75% респондентов согласились с утверждением, что Компания ведет точный учет выбрасываемых пищевых и пластиковых отходов.
- Только 64% опрошенных считают, что Компания ведет точный учет объемов потребления воды и энергии.
- Чуть больше половины (57%) респондентов считают, что «Магнит» ведет точный учет выбросов парниковых газов.

Несмотря на то, что результаты опроса свидетельствуют о положительной оценке качества нашей продукции и подхода к производству, они также показывают, что следует вести более активную работу по борьбе с изменением климата, а также более широко освещать наши достижения в этой области.

Собственное производство

Существенные темы

Качество и безопасность продукции

Экологическая ответственность

Приоритетные ЦУР

2

ликвидация голода

6

чистая вода и санитария

7

недорогостоящая и чистая энергия

12

Ключевые события за 2021 г.

«Магнит» выпустил 362 тыс. тонн продукции собственного производства, что на 17% больше, чем годом ранее.

Начало инициативы по переводу товаров собственной торговой марки на экологичную упаковку.

Открытие первой вертикальной экологичной теплицы рядом с суперstoreм в Краснодаре совместно с израильской компанией Vertical Field.

«Магнит» получил сертификаты на соответствие международной системе менеджмента пищевой безопасности по FSSC 22000-2018.

Продукция собственного производства «Магнита» получила 22 золотые медали, 15 серебряных и 62 диплома в результате участия в различных конкурсах по качеству в 2021 г.



Прогресс достижения целей	
Стратегическая цель 2025	Прогресс в 2021 г.
<div>100% ответственный подход в собственном производстве и сельском хозяйстве</div>	<div>«Магнит» анализирует как собственные упаковочные материалы, так и материалы поставщиков с целью приблизиться к максимально устойчивому составу упаковки.</div> <div>«Магнит» провел оценку возможности перевода продукции собственных торговых марок на экоупаковку. На конец 2021 г. 38,5% наименований продукции подходили для оперативного перехода, 24,5% наименований могут быть заменены с учетом инвестирования в сырье, из которого производится упаковка, 37% наименований требуют дальнейшего поиска и проработки лучших решений.</div>

Наш подход к управлению

Мы обеспечиваем наших покупателей продукцией с лучшим соотношением цены и качества благодаря собственному производству, поскольку оно дает нам возможность контролировать качество продукции на всех этапах производственного цикла, а также избежать дополнительной наценки на товары.

Мы единственный продуктовый ритейлер в России, самостоятельно производящий продукты питания. Наша Компания контролирует 13 пищевых и 4 агропромышленных производства, расположенных в 7 регионах страны. Пищевые комбинаты «Магнита» поставляют на полки магазинов кондитерскую продукцию, макаронные и мучные изделия, замороженные полуфабрикаты и др., тогда как агропромышленное производство предоставляет покупателям доступ к свежим овощам, зелени и грибам круглый год. Совокупно предприятия «Магнита» выпускают более 360 тыс. тонн продукции ежегодно.

Собственное производство (продолжение)

Производства «Магнита» выпускают продукцию под собственными торговыми марками Компании — «Моя цена», «Магнит», «Магнит Свежесть». В общей сложности пищевые комбинаты поставляют на полки сети около 760 товарных позиций.

Крупнейшие предприятия нашей Компании расположены в Краснодарском крае. Среди таких предприятий — тепличный комплекс «Зеленая Линия», площадь которого составляет более 86 га и на котором выращиваются экологически чистые овощи и зеленные культуры. На территории собственного индустриального парка «Магнита» в Краснодаре расположены «Кубанский комбинат хлебопродуктов» и «Кондитер Кубани» — два крупнейших пищевых производства Компании, оснащенные современными производственными линиями и отвечающие высоким стандартам контроля качества. Предприятия выпускают мучные, макаронные и кондитерские изделия. В Компании действует один из крупнейших в России грибных комплексов, который практически полностью закрывает потребности «Магнита» в свежих шампиньонах.

В конце 2020 г. был запущен Тихорецкий тепличный комплекс, который вышел на проектную мощность в 2021 г. Он стал самым крупным тепличным комплексом, принадлежащим Компании, расположился на 247 га земли. На территории комплекса в 2022 г. планируется начать строительство предприятия по производству ягод, что позволит «Магниту» заместить отечественным продуктом значительную долю импортных поставок ягод, особенно вне сезона. Мы планируем открыть комбинат в 2023 г.

> 360 тыс. тонн
продукции ежегодно

совокупно выпускают предприятия «Магнита»

около **760** товарных позиций
пищевые комбинаты поставляют на полки сети

Тепличное производство

У «Магнита» есть два собственных тепличных комплекса, на которых выращиваются овощи, а также один из крупнейших грибных комплексов страны.

В тепличных комплексах применяется гидропонная технология, позволяющая получать стабильные урожаи и повышать производительность, при этом сокращая потребление воды и удобрений и уменьшая периметр земель, подвергающихся интенсивной обработке. Этот высокоэффективный метод позволяет поставлять сезонную продукцию круглый год, уменьшая тем самым углеродный след от импорта.

В комплексе по выращиванию шампиньонов для приготовления компоста «Магнит» использует дождевую воду, аккумулируя ее в резервуаре. Такой подход позволяет уменьшить забор воды из артезианских скважин комплекса и сократить стоимость технологического процесса. За 2021 г. данная технология позволила сэкономить 4,2 тыс. м³ питьевой воды, за 2020 г. — 4,5 м³, что в общем итоге сопоставимо с площадью от трех до четырех олимпийских бассейнов.

Мы находимся в непрерывном поиске новых технологий, которые позволят обеспечить большую устойчивость и органичность сельскохозяйственного производства. Например, вместо пестицидов мы активно используем применение энтомофагов (насекомых-хищников), что является экологически безопасным и одним из наиболее эффективных способов для борьбы с вредителями. Также мы рассматриваем возможности использования робототехники с целью минимизации взаимодействия человека с посевами.

Овощи и зерновые культуры выращиваются на 3 566 га пахотных земель, где используется технология глубокой обработки, защищающая почву от эрозии. Мы делаем все, чтобы свести химическое воздействие на растения и почву к минимуму, и по возможности используем альтернативные сельскохозяйственные решения.

«Магнит» из года в год реализует инициативу по снижению углеродного следа собственных производств — использование подкормки растений углекислым газом. Данная инициатива предполагает использование отходящих газов от котельных для подкормки углекислым газом растений, что помимо снижения углеродного следа дает прибавку к урожайности овощей до 15%. Реализованная система позволила сократить величину выбросов CO₂ на 15% по теплице ст. Пластуновской и на 18% по тепличному комплексу в г. Тихорецк. Данная инициатива эквивалентна высадке более 165 тыс. деревьев в год.

Вертикальная теплица

Осенью 2021 г. совместно с израильской компанией Vertical Field мы открыли первую вертикальную теплицу рядом с суперстором в Краснодаре и начали выращивать четыре вида зелени. Благодаря подобной городской ферме мы можем быть уверены, что сумеем обеспечить стабильные круглогодичные поставки свежей продукции без сезонных ограничений в магазины. Кроме того, такая технология выращивания зелени исключает затраты на логистику продукции в магазин и потребляет примерно на 90% меньше воды, чем требуется для выращивания зелени в традиционных теплицах.



«Магнит» уделяет значительное внимание сокращению выбросов парниковых газов от холодильного оборудования, используемого в собственном производстве. Для этого «Магнит» сокращает объемы потребления фреона R22 и заменяет его экологически чистым природно-разлагаемым хладагентом для холодоснабжения систем кондиционирования воздуха и технологических нужд собственных производств.

На территории Индустриального парка «Краснодар» для поддержания климата и обеспечения работы технологического оборудования ООО «Кубанский комбинат хлебопродуктов» и ООО «Кондитер Кубани» выполнено строительство и ввод в работу (в 2018 г.) двух хладоцентров с применением аммиачных холодильных установок.

Ответственное собственное производство действует на упреждение возможных негативных влияний и учитывает требования в области устойчивого развития в направлении снижения выбросов парниковых газов.

Качество продукции

На собственных производствах «Магнита» внедрена Система менеджмента пищевой безопасности пищевых продуктов, основанная на принципах HACCP¹. Собственные предприятия «Магнита» сертифицированы в соответствии с требованиями ГОСТ Р ИСО 22000–2007 и в международной системе сертификации пищевой безопасности FSSC 22000 v.5.

В 2021 г. сертификаты на соответствие международной системе менеджмента пищевой безопасности по FSSC 22000–2018 получили два крупнейших производственных предприятия «Магнита» — ООО «Кубанский комбинат хлебопродуктов» и ООО «Кондитер Кубани», а также Тверское ОП, подразделение ООО «ТД-холдинг».

Кейс: Бережливое производство

В Дирекции по собственным производствам с 2019 г. системно функционирует блок бережливого производства.

Бережливое производство — это подход к управлению, основанный на повышении качества продукции при одновременном сокращении всех видов потерь, а также нацеленный на оптимизацию производственного процесса с целью снижения стоимости для покупателя.

На собственных производствах используются такие элементы и технологии бережливого производства, как 5С, система рационализаторства и непрерывных улучшений, SMED и элементы TPM.

Данное направление неразрывно связано с экономикой, развитием сотрудников, защитой окружающей среды и энергоэффективностью.

Результаты работы по бережливому производству отмечены на всероссийском уровне: в 2021 г. команда ООО «Кондитер Кубани» заняла 2-е место на конкурсе первого Кубка по рационализации и производительности — «Фабрика процессов», организуемого АНО «Агентство развития профессионального мастерства (Ворлд-скиллс Россия)».

На региональном уровне (Краснодарский край) ООО «ТД-холдинг» отмечен серебряным призом в Конкурсе технологий бережливого производства «Путь к совершенству».

¹ HACCP (англ. HAZARD ANALYSIS AND CRITICAL CONTROL POINTS) — это система, предназначенная для выявления, анализа, контроля и управления рисками при изготовлении пищевой продукции.

Собственное производство

(продолжение)

Внедрение экологичной упаковки

С каждым годом мы стремимся увеличивать долю экологичной упаковки, используемой для товаров собственной торговой марки и для собственного производства. Параллельно мы изучаем инновации, помогающие сократить общее количество используемой упаковки, и ищем способы увеличить долю используемых нами разлагаемых материалов.

Мы анализируем упаковочные материалы наших поставщиков с целью приблизиться к максимально устойчивому составу упаковки наших товаров.

Наши контрагенты, поставляющие пластиковую упаковку для производственных нужд «Магнита», перешли к использованию переработанного пластика в термоусадочной пленке и поставляют Компании термопласты для большей части нашей пластиковой упаковки, которая может быть переработана.

Мы продолжаем оптимизировать параметры упаковки за счет уменьшения толщины материалов на 9,5% с 2019 г. Такой подход значительно сокращает количество упаковочных отходов, которые мы используем в целом, без потери производительности.

В 2021 г. «Магнит» начал инициативу по переводу товаров собственной торговой марки на экологичную упаковку. Экологичная упаковка не содержит компонентов, опасных для человека, включая фосфаты, фталаты, активный хлор, тяжелые металлы и другие опасные вещества. Материалы не содержат красителей и ароматизаторов и нетоксичны для водных организмов. Упаковка также может быть переработана.


Данный проект требует анализа упаковки всех товаров собственной торговой марки и собственного производства. На данный момент было оценено чуть менее 2 тыс. единиц товара с учетом следующих параметров для каждого отдельного продукта:

- экологичность текущей упаковки;
- оценка сроков и стоимости перехода на экологичную упаковку;
- оценка готовности поставщиков перейти на экологичную упаковку.

К настоящему времени «Магнит» определил 38,5% единиц товара собственных торговых марок, которые подходят для немедленного перехода на экоупаковку, в то время как 24,5% единиц могут быть заменены, но требуют дальнейшей работы для поиска лучших решений. 37% единиц товара потребует более инновационного подхода, поскольку стоимость внедрения экоупаковку значительно изменяет стоимость производства продукта, делая его неконкурентоспособным.

В настоящее время мы продолжаем работу над переводом всего ассортимента продукции под собственной торговой маркой на экоупаковку. Это позволит «Магниту» отслеживать прогресс в отношении доли такой упаковки по сравнению с обычной упаковкой, используемой для товаров собственной торговой марки. Кроме того, мы участвуем в рабочей группе на платформе ECR, которая предназначена для обмена опытом между производителями и ритейлерами по улучшению качества товаров и обслуживания потребителей. В составе рабочей группы совместно с поставщиками и ритейлерами из 20 европейских стран мы участвуем в обсуждении отраслевого стандарта экологичной упаковки.

В июне 2021 г. мы запустили собственный экологически чистый бренд бытовых чистящих средств Gardenica под собственной торговой маркой. Состав ассортимента Gardenica безопасен для человека и окружающей среды, а вся упаковка изготовлена из материалов, пригодных для вторичной переработки. Развитие этой продуктовой линейки подтверждает стремление «Магнита» сделать надежные экологически чистые продукты доступными и побуждает наших поставщиков делать то же самое.

 (Подробнее о нашем бренде Gardenica читайте в главе «Ответственный маркетинг»).

Наши награды

В 2021 г. «Магнит» был удостоен ряда наград в области ответственного собственного производства и собственных торговых марок. 22 золотые, 15 серебряных медалей и 62 диплома — таков результат участия продукции собственного производстве нашей Компании в различных конкурсах по качеству в 2021 г.

Третий год подряд мы успешно принимаем участие в Международном конкурсе «Гарантия качества». В отчетном году 19 товарных позиций получили высшую награду «Золотая медаль», 10 позиций были удостоены серебра, два вида продукции получили дипломы конкурса.

В федеральном конкурсе «100 лучших товаров России» наши производства участвовали второй год подряд. По результатам регионального и федерального этапов лауреатами конкурса стали 9 представленных позиций, дипломантами — 15 позиций. Кроме того, в рамках данного конкурса мы впервые за всю историю работы собственных производств получили приз «Вкус качества».

22 золотые медали

15 серебряных медалей

результат участия продукции собственного производства нашей Компании в различных конкурсах по качеству в 2021 г.

Ответственные маркетинговые практики

Существенные темы

Ответственный маркетинг

Приоритетные ЦУР

12 ОТВЕТСТВЕННОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ И ПРОИЗВОДСТВО

17 ПАРТНЕРСТВО В ИНТЕРЕСАХ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

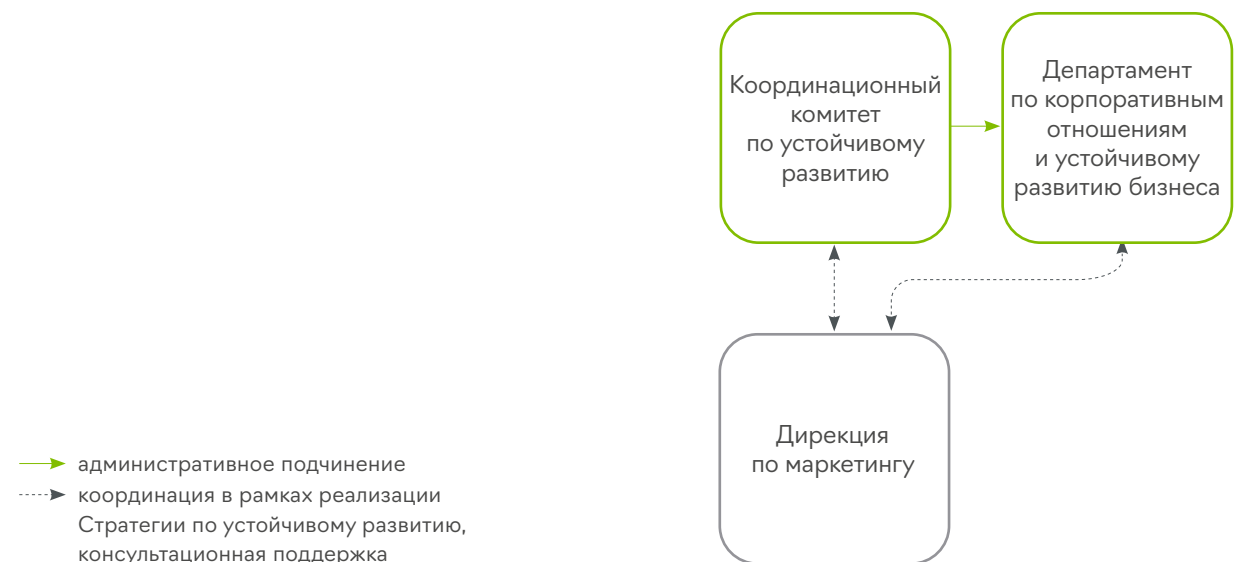
Ключевые события за 2021 г.

Открытие 5 новых детских площадок, построенных полностью из переработанного пластика, в рамках совместной с Procter & Gamble инициативы «Подари пластику вторую жизнь».

Запуск собственного экологически чистого бренда бытовых чистящих средств Gardenica.

17 совместных партнерских проектов, направленных на повышение осведомленности покупателей в области устойчивого развития, охраны окружающей среды и благотворительности.

Система управления



Ключевые документы

Политики и документы «Магнит»

- Политика благотворительной, спонсорской и волонтерской деятельности ПАО «Магнит»
- Кодекс деловой этики ПАО «Магнит»
- Положение об информационной политике ПАО «Магнит»
- Политика в области здоровья и обеспечения качества жизни ПАО «Магнит»
- Политика по качеству и безопасности пищевых и непищевых продуктов ПАО «Магнит»

Внешние документы

- Федеральный закон № 38-ФЗ «О рекламе»


Наш подход к управлению

Мы высоко ценим доверие наших покупателей, поставщиков и партнеров. Разрабатывая маркетинговые инициативы, мы осознаем степень воздействия рекламы на общество и ответственно подходим к продвижению достоверной информации. Наши маркетинговые инициативы, включая рекламу, рекламные кампании и социальные проекты, всегда полностью отвечают законодательным нормам, этическим стандартам и добровольно принятым обязательствам.

«Магнит» осознает всю значимость обеспечения высокого качества и безопасности пищевых и непищевых продуктов, которые мы продаем и производим. Мы стремимся обеспечивать прозрачность информации касательно наших продуктов и предоставлять сотрудникам, потребителям и представителям других групп заинтересованных сторон информацию о безопасности и качестве пищевых и непищевых продуктов.

Будучи одним из крупнейших ритейлеров в стране, мы имеем возможность оказывать влияние на привычки широкого круга покупателей, поэтому стремимся продвигать принципы устойчивого развития как через собственные торговые марки, так и с помощью партнерства с крупными брендами, товары которых реализуются в сети.

Наша цель — улучшить качество жизни покупателей на территории всей страны. В своих маркетинговых инструментах мы популяризуем здоровый образ жизни и корзину здоровых продуктов для сбалансированного питания. Особое внимание мы уделяем контролю за маркетинговыми коммуникациями, связанными с алкогольной и табачной продукцией. Для нас критически важна защита персональных данных наших покупателей, которые могут использоваться в маркетинговых целях.

 (Подробнее о защите персональных данных читайте в разделе «Информационная безопасность»).

Ответственные маркетинговые практики (продолжение)

Зеленый маркетинг: экологичная бытовая химия Gardenica

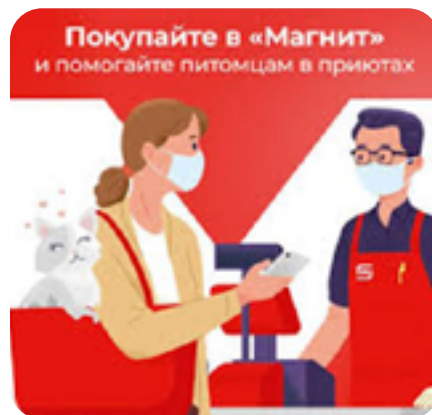
В июне 2021 г. мы запустили собственный экологически чистый бренд бытовых чистящих средств Gardenica под собственной торговой маркой. Развитие этой продуктовой линейки подтверждает стремление «Магнита» сделать надежные экологически чистые продукты доступными и побуждает наших поставщиков делать то же самое.

Состав ассортимента Gardenica безопасен для человека и окружающей среды, а вся упаковка изготовлена из материалов, пригодных для вторичной переработки. Gardenica — первая собственная торговая марка потребительских товаров в России, получившая сертификат на соответствие международному стандарту «Листок жизни».

В ассортименте Gardenica 19 позиций, в том числе товары для стирки, уборки дома, мытья посуды и ухода за детскими вещами. Продукция представлена на специальных «экополках» в магазинах «Магнит Семейный» и «Магнит Косметик».

Партнерские проекты

Мы активно продвигаем инициативы в области устойчивого развития, сотрудничая с нашими партнерами — крупными производителями продуктов и других товаров. В 2021 г. было реализовано 17 совместных партнерских проектов, направленных на повышение осведомленности покупателей в области устойчивого развития, охраны окружающей среды и благотворительности.



Помощь животным

В рамках программы взаимной лояльности с производителем кормов для животных Pedigree, мы организовали благотворительную акцию. По итогам двухмесячного проекта производитель кормов для собак «Марс» перевел 5% прибыли от всей реализованной продукции, участвующей в акции, в фонды для бездомных животных.



Охрана окружающей среды

В 2020 г. «Магнит» и Procter & Gamble стали партнерами в области устойчивого развития в России. Одной из самых крупных инициатив в области устойчивого развития в рамках партнерства стала социально-экологическая кампания «Подари пластику вторую жизнь». Результатом инициативы стал запуск 73 фандоматов для сбора бытового пластика в городах России: в Москве, Краснодаре, Адлере, Санкт-Петербурге, Нижнем Новгороде и Сочи. В 2021 г. переработанный пластик был использован для постройки 5 детских площадок.



Социальные инициативы

В апреле 2021 г. мы поддержали инициативу производителя детского питания «Агуша», в рамках которой «Вимм-Билль-Данн» перечислял в фонд «Обнаженные сердца» 1 руб. с каждого проданного творожка собственного бренда с символикой #ЗаПравоНаСчастье. При условии, что продукция «Агуша» была приобретена в магазинах нашей сети, сумма перечисляемых в фонд пожертвования удваивалась.



Образовательные проекты

«Магнит» стремится привить жителям России бережное отношение к природе, для чего организует и участвует в образовательных акциях для населения. Академия «Эко интересно» — одна из инициатив, реализованных в 2021 г. совместно с «Хенкель Рус». Выполнявшие условия акции покупатели получали доступ к онлайн-занятиям по экологии и ответственному потреблению.

Также мы приняли участие в проекте о женском здоровье совместно с производителем товаров женской гигиены Kotex. Для покупателей были организованы розыгрыши, гарантированный приз — онлайн-курс о женском здоровье.

17
совместных партнерских проектов
было реализовано в 2021 г.