



PHILIP MORRIS
BULGARIA FOOD

SHARING FUTURE

Устойчивото развитие във Филип Морис България

СПОДЕЛЯМЕ НАПРЕДЪК

2022 г.



Съдържание

Въведение	2
Обръщение от нашия генерален мениджър	3
Нашата дейност	4
Филип Морис Интернешънъл	4
Филип Морис България	5
Нашият подход за устойчиво развитие	7
Стратегия и цели	7
Какво означава „устойчиво развитие“ за нас	8
Анализ на значимите теми	9
Акценти	14
Нашият фокус за устойчиво развитие	15
1. Въздействие на продуктите върху здравето	15
2. Отпадъци след потреблението	17
3. Икономически принос	21
4. Бизнес почтеност	23
5. Продажби, маркетинг и комуникация към потребителите	24
6. Привличане и развитие на човешкия капитал	26
Приложения	28
GRI индекс и индикатори	28
Най-съществени ESG теми	31



Въведение

Филип Морис България представя своя първи¹ Доклад „Устойчиво развитие: споделяме напредък 2022 г.“, който очертава стратегията на компанията в България и акцентира върху конкретни дейности в контекста на дефинираните ESG² направления за периода 1 януари – 31 декември 2022 г.

Докладът е съобразен с методологията на доброволните GRI стандарти (Глобалната инициатива за отчитане) от 2021 г. (опция „с позоваване на GRI“³). Въпреки че дружеството понастоящем не е обект на задължителни изисквания за отчитане, Докладът взема предвид изискванията на нововъведената Директива 2022/2464/ЕС по отношение на отчитането на предприятията във връзка с устойчивостта (CSRD),

като нашият ангажимент за устойчивост отчита принципа и оценката за „двойна същественост“⁴.

Докладът цели да представи обща информация за основните бизнес дейности на компанията, спецификите на местния контекст, принципите, на които се базират управлението и действията на компанията, както и стратегическите цели и мерки за устойчивото развитие. Напредъкът и стратегическото развитие на Филип Морис България са представени през призмата на екологичното, социално и корпоративно управление. Тези области оказват въздействие върху всички наши дейности, служители, клиенти и бизнес партньори, и ние полагаме целенасочени усилия за тяхното постоянно подобрене.

1. Филип Морис Интернешънъл (ФМИ) изготвя доклади за устойчиво развитие на компанията на групово ниво, като Филип Морис България (ФМБ) ежегодно предоставя данни за тях.

2. ESG (Environmental, Social, Governance) – екологично, социално и корпоративно управление.

3. Организацията имат избор от две възможности за изготвяне на доклад, съгласно GRI – или „с позоваване на“, или „в съответствие със“ стандартите на GRI. При отчитане „с позоваване на GRI“ организацията могат да изготвят Доклад за устойчивост по GRI при специални условия, които не изискват съответствие с всички изисквания. Този подход осигурява гъвкавост, като същевременно се гарантира съгласуваност със стандартите по GRI. Отчитането „в съответствие със“ стандартите на GRI изисква задължително съответствие с всички изисквания на GRI. Настоящият документ има за цел да представи стратегията и практиките по устойчиво развитие на ФМБ. Той не претендира да покрива всички изисквания на GRI и не следва да се третира по смисъла на пълнен „доклад за устойчиво развитие“. Не е верифициран от трета страна.

4. Принципът на двойна същественост изисква отчитането да показва как въпросите на устойчивостта засягат предприятието и как предприятието оказва въздействие върху устойчивостта.

Обръщение от нашия генерален мениджър



Скъпи читатели,

Докато прелиствате страниците на първия Доклад, свързан с устойчивото развитие на Филип Морис България за 2022 г., замислете се каква всъщност е нашата роля в кардиналната промяна на начина, по който обществото гледа на една дълголетна индустрия с дълбоко вкоренени традиции, а именно тютюневата, в която нашата компания преобръща нагласите по отношение на употребата на тютюн.

Филип Морис Интернешънъл (ФМИ) преминава през цялостна трансформация в глобален мащаб, на каквата не сме били свидетели в цялата история на традиционната тютюнева индустрия, с ясната мисия да ускорим прехода към свят без тютюнев дим. Водени от тази амбициозна цел, от 2017 г. ние във Филип Морис България отбелязваме значителен и безпрецедентен напредък, развивайки изцяло нов, по-устойчив бизнес модел с важен фокус и принос за намаляване на вредата от тютюна, ангажирайки се с изпълнение на целта ни все повече пълнолетни пушачи да преминават към нашите бездимни алтернативи и да откажат цигарите. За да постигнем тази цел, въведохме нови начини на работа и подобно на стартър компания подхождаме с гъвкавост и откликваме на потребностите на потребителите, предизвикваме обществен дебат, разрушаваме непрекъснато статуквото, демонстрираме способност да създаваме иновации за промяна към по-добро. Горди сме, че Филип Морис България се превърна в двигател на трансформацията на индустрията в страната, като поема лидерството в изграждане на бъдеще без дим в България.

Тази мисия на компанията ни е интегрирана като основен приоритет в стратегията ни за устойчиво развитие: Научно доказаните ни бездимни продукти осигуряват по-добра алтернатива на пълнолетните пушачи, които иначе биха продължили да пушат цигари. При употребата на бездимните ни продукти няма процес на горене, което води до значително намаление на вредните вещества в аерозолните емисии в сравнение с дима от конвенционалните цигари, където тютюнът изгаря. Всички пълнолетни пушачи имат право да получат цялата налична научна информация за подходите за намаляване на вредата от тютюна. Най-добрият избор за всички пълнолетни пушачи е да спрат напълно употребата на тютюн и никотин, но в случай че не го направят, тогава могат да намалят вредата от тютюна, като преминават изцяло на бездимни алтернативи, вместо да продължават да пушат конвенционални цигари.

Към днешна дата инвестициите на ФМИ в научни изследвания, технологично развитие и разработка на бездимни алтернативи надвишават 10,5 млрд. долара и България е една от държавите, която отчита устойчив напредък в реализирането на мисията на компанията за изграждане на бъдеще без дим. С цел да ускорим прехода към бъдеще без цигари ние насочваме търговските си разходи предимно към бездимните ни алтернативи. Вярваме, че вървим в правилната посока, предвид факта, че към края на 2022 г. пълнолетните потребители на нашата водеща бездимна система за нагриване на тютюн IQOS наброяват 260 000, а към днешна дата (месец ноември 2023 г.) те достигат до над 300 000.

Знаем също така, че ключовият фактор за успешното изпълнение на нашата мисия е наличието на многообразна и приобщаваща работна среда, в която талантите могат да се развиват с усещането за принадлежност и сплотеност. Горди сме, че нашите постижения по отношение на мотивацията, поощряването и благосъстоянието на служителите получават признание в България и в международен план. Компанията е отличена като най-добър работодател от Top Employers Institute за 7-а поредна година и е призната като „предпочитан работодател“ от редица други външни организации с призната репутация (Career Show Awards, b2b медия).

Ангажиментът ни за устойчиво развитие във всички аспекти на нашата дейност ни тласка напред и ни стимулира да управляваме социалното въздействие от продуктите ни по начин, който гарантира, че те няма да достигнат до хора, за които не са предназначени. В този смисъл предотвратяване на достъпа на непълнолетни до нашите продукти е сред първостепенните ни приоритети. Също така сме решени да положим всички усилия за намаляване на отпадъците след потреблението на продуктите ни, като бележим напредък в изпълнението на програми за събиране и рециклиране на електронните ни устройства. Горди сме, че развихме и нашата информационна кампания срещу замърсяването с цигарени фасове – #ПромениКартинката, като една от най-разпознаваемите в редица градове на страната.

И не на последно място, вярваме, че този доклад ще предизвика открит и честен диалог със заинтересованите страни, защото единствено ако работим заедно, ще можем да допринесем за постигането на значима и ефективна промяна в посока устойчиво развитие.



Демиан Пинтос

Генерален мениджър, Филип Морис България

Демиан Пинтос поема позицията генерален мениджър на Филип Морис България през 2023 г. Преди това той е работил в централния офис на компанията в Лозана, Швейцария. В работата си за Филип Морис Интернешънъл и други големи международни компании той придобива опит от различни региони, който допринася съществено за ръководството на местния филиал на Филип Морис Интернешънъл в изпълнение на мисията за изграждане на бъдеще без дим в България.

Нашата дейност

Филип Морис Интернешънъл



1854

Историята на глобалната днес компания датира от 1854 г., когато англичанинът г-н Филип Морис отваря магазин за продажба на тютюн и фабрично направени цигари на Бонд Стрийт в Лондон.



1950

В следващите 100 години магазинът се разраства и се преобразува в компания, впоследствие придобита от американски акционери, като в средата на 50-те години на миналия век компанията става неразделна част от американската култура.



1961

През 1961 г. е създадена Филип Морис Интернешънъл (ФМИ) – компания, която произвежда и предлага своите продукти на 180 пазара и е притежател на пет от водещите 15 международни марки тютюневи изделия в света.

Трансформация

Днес Филип Морис Интернешънъл е лидер в най-голямата трансформация на традиционната тютюнева индустрия, поемайки ангажимент да се преориентира напълно към бездимни продукти с потенциално намален риск, като постепенно, но ускорено се превръща в нещо повече от тютюнева компания. Нашата мисия е ясна – да изградим бъдеще без дим чрез насърчаване на пълнолетните пушачи да преминат към научно доказани по-добри алтернативи на традиционните цигари.

За да постигнем това, през последните 15 години ние инвестирахме над 10,5 млрд. долара в разработването, научната оценка и търговската реализация на иновативни бездимни изделия за всички пълнолетни пушачи, които иначе биха продължили да пушат. Това включва прилагането на много-степенна програма за научна оценка по световно признати стандарти – лабораторни изследвания, предклиничната

токсикология, клинични изпитвания и поведенчески проучвания, включително и след пускане на продуктите на пазара.

Към 31 декември 2022 г. бездимните изделия на ФМИ се предлагат на 73 пазара, като близо 17,8 млн. пълнолетни пушачи по света са преминали на водещата ни бездимна алтернатива и са спрели напълно тютюнопушенето. Нетните приходи от бездимни продукти формират около 32% от общите нетни приходи на ФМИ за 2022 г.⁵

Дългосрочната ни визия обхваща и стратегия за развитие в области отвъд тютюна и никотина („Beyond Nicotine“), чрез която разширяваме портфолиото чрез разработки на иновативни продукти.



5. Към 30 септември 2023 г. нашите бездимни изделия се предлагат на 82 пазара, като близо 27,4 млн. пълнолетни пушачи по света са се преориентирали към водещата ни бездимна алтернатива, а около 72% (19,7 млн.) от тях са преминали изцяло към нея и са отказали напълно тютюнопушенето. Нетните приходи от бездимни изделия формират около 36% от общите нетни приходи на ФМИ за третото тримесечие на 2023 г.

Филип Морис България

История

Дъщерната компания на ФМИ в България е открита през 1994 г., като през 2006 г. след кратко спиране на дейността си, дружеството възобновява активната си работа като „Филип Морис България“ ЕООД (ФМБ) с предмет на дейност внос, търговия и маркетинг на тютюневи изделия.

Със старта на нашата мисия за изграждане на бъдеще без дим, през 2017 г. започнахме да трансформираме дейността си и вътрешната структура на организацията в България. Основните бизнес функции на Филип Морис България са определени по такъв начин, че да отговарят на стратегическата посока на развитие (представена по-долу).

Бизнес функции на ФМБ



За нас устойчивият растеж се постига чрез комбинация от прилагане на отговорен маркетинг и предлагане на научно доказани бездимни алтернативи с намалено образуване на вредни вещества на пълнолетните потребители при спазване на принципите и практиките на ФМИ. Това е възможно най-вече благодарение на всеотдайните усилия и систематична работа на нашите служители.

Към края на 2022 г. в компанията в България работят 115 служители, които са отдадени на изпълнението на общата ни мисия за ускоряване изграждането на бъдеще без дим и които споделят общи ценности. Ангажирани сме с това да насърчаваме култура на приобщаване и чувство за принадлежност на работното място, да задържаме и развиваме талантите и да създаваме възможности за тяхното развитие и професионално израстване.

Нашите продукти

Днес продуктовото портфолио на Филип Морис България включва нагреваеми тютюневи изделия и конвенционални цигари.

Водещата ни бездимна система за нагряване на тютюн, предлагана на пазара с марка IQOS се използва в комбинация с консумативите HEETS, а най-новата серия устройства IQOS ILUMA – с консумативи TEREА®. Нашата система за нагряване на тютюн осигурява намалено излагане на вредни емисии в сравнение с конвенционалните цигари и е подкрепена от множество собствени и външни независими научни данни.

В допълнение, по силата на сключено споразумение между ФМИ и KT&G Корпорейшън (водещата компания за тютюневи и никотинови изделия в Южна Корея) за реализация на бездимните алтернативи на корейската компания на пазарите, на които оперираме, извън Южна Корея, предлагаме на българския пазар и електронното устройство за нагряване на тютюн *lil* SOLID, както и консумативите за него с марка *Fiit*.

На българския пазар предлагаме и някои от водещите световни марки цигари на ФМИ – Marlboro, L&M, Parliament, Muratti и Philip Morris.



6. IQOS Iluma и консумативите TEREА бяха пуснати на българския пазар през м. септември 2023 г.

Нашият подход за устойчиво развитие

Стратегия и цели

ESG рамка

ФМИ е посветила своите усилия на постигането на бъдеще без дим, като нашето разбиране за устойчивото развитие е не просто част от бизнес стратегията ни, то е нашата бизнес стратегия.

Подходът на ФМИ за устойчиво развитие се основава на задълбочена оценка на значимите теми за компанията, на базата на която са определени приоритети в обхвата на ESG (екологично, социално и корпоративно управление).

В резултат на оценката е разработена структурирана ESG рамка, която извежда фокуса на ФМИ и необходимото разпределение на ресурси. ESG рамката е изградена в две основни направления: едното е свързано с нашите продукти („Въздействие на продуктите“), другото е обвързано с нашите бизнес дейности („Въздействие на дейността“).



Пътна карта до 2025 г. и приоритети за устойчиво развитие

ESG рамката е надградена от ФМИ с изготвянето на Пътна карта до 2025 г. Пътната карта обхваща 11 водещи цели, всяка от които е обвързана с осем специфични стратегии, адресиращи ключовите области на въздействие и приоритетните ESG теми за ФМИ. Определени са 19 показателя, на базата на които се измерва напредъкът посредством Индекс на устойчиво развитие⁷. Можете да се запознаете в детайли с Пътната карта до 2025 г. в [Интегрирания доклад на ФМИ за 2022 г.](#) (който може да намерите на www.pmi.com)

Стратегията за устойчиво развитие на ФМИ е фокусирана върху два основни приоритета, обхващащи теми от трите основни ESG стълба.



Адресиране на социалното въздействие от нашите продукти чрез подход в три направления:

- Целенасочено поетапно спиране на цигарите.
- Максимално използване на предимствата на бездимните изделия.
- Положително нетно въздействие в областта на здравето и подобряване качеството на живот.



Намаляване на екологичния отпечатък от нашите продукти чрез прилагане на принципите на екодизайна при тяхната разработка и кръговата икономика при управление на

отпадъците от тези продукти. Това включва и намаляване на екологичния отпечатък от всички наши дейности чрез изпълнение на Плана за нисковъглероден преход.

Какво означава „устойчиво развитие“ за нас

Стратегия за устойчиво развитие на Филип Морис България

Стратегическите приоритети на Филип Морис България (ФМБ) са определени така, че да отговарят на дейностите на компанията в страната и да съответстват на ключовите приоритети на глобално ниво. Дейността на ФМБ обхваща

основни пазарни дейности, включително офис и пазарни операции, както и дейности „надолу по веригата“, които включват дистрибуция на продукти и управление на отпадъците след потребление. Съобразно този подход и идентифицираните теми с висока степен на значимост (виж Анализ на значимите теми) ФМБ формулира своята стратегия за устойчиво развитие и разработва програми и инициативи за нейното изпълнение.



Филип Морис България изпълнява дейността си в съответствие с глобалните стратегически приоритети и Пътната карта до 2025 г. на Филип Морис Интернешънъл. Адаптирайки тези цели към местния контекст и подбирайки нашите специални програми така, че те да отразяват специфичното въздействие на компанията в България, ние прецизираме подхода си с цел да отговорим на потребностите на българската среда и общество. Каузите, които избираме и популяризираме, винаги отчитат националните специфики и ефективността на програмите за постигане на значимо въздействие върху целевите групи и обществото като цяло.

Дилиана Якова,
мениджър регулации и устойчиво развитие във Филип Морис България



7. Индексът за устойчиво развитие, разработен от ФМИ през 2021 г., се състои от точно формулирани и проследими индикатори, обвързани с Пътната карта до 2025 г. Индексът за устойчиво развитие интегрира обвързването на ESG индикатор за ефективност с дългосрочните възнаграждения на служителите на ръководни длъжности във ФМИ.

Как управляваме устойчивото развитие във Филип Морис България

ФМБ се стреми да осигури интегрирането на стратегията за устойчиво развитие на ФМИ и прилагането на конкретни действия в тази посока на местно ниво. Затова и създадохме вътрешна ESG работна група с представители на различни отдели на компанията. В рамките на този форум се обсъждат и очертават много от темите, свързани с прилагането и управлението на ESG въздействието на компанията, допринасяйки за прилагането на нашата стратегия за устойчиво развитие.

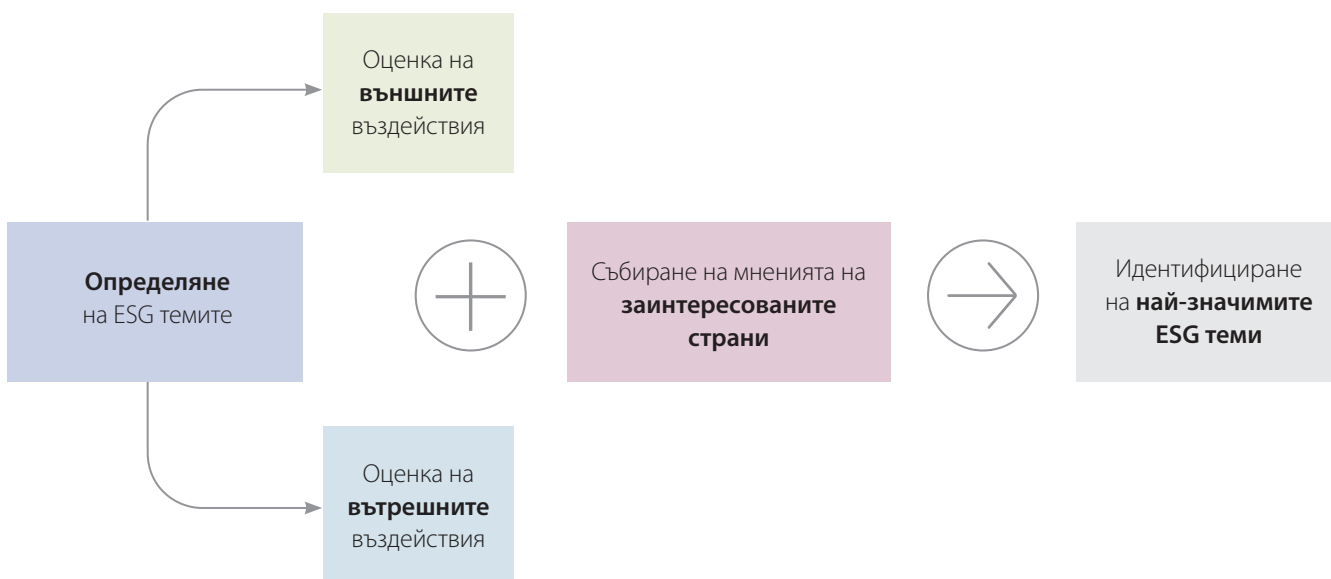
Анализ на значимите теми

В основата на нашата стратегия за устойчиво развитие е залегнал анализът на значимите теми за ФМБ. Процесът по идентифицирането на значимите теми ни дава възможност да придобием по-добро разбиране за екологичното и социално въздействие на компанията и да насочим усилията си в областите, в които ФМБ може да има най-голямо влияние.

Методологията за извършване на анализа е в съответствие с насоките на ФМИ. В нея също така е включена и „оценката за двойна същественост“, въведена през новите изисквания в доброволните стандарти за корпоративно отчетане (GRI) и съобразена с предстоящите задължения, произтичащи от Директива 2022/2464/ЕС по отношение на отчетането на предприятията във връзка с устойчивостта (CSRD).

Оценката за „двойна същественост“ отчита, от една страна въздействието на ФМБ върху околната среда и обществото, също и обратното – външни фактори, които оказват въздействие върху компанията, включително рискове, възможности и финансови аспекти. Тази оценка обхваща въздействието на дейностите на ФМБ по цялата верига за създаване на добавена стойност, като включва пазарни операции и дейности надолу по веригата (съобразно бизнес функциите във ФМБ). Част от оценката се дължи и на проучвания и интервюта, които бяха проведени с нашите заинтересовани страни – клиенти, партньори, представители на държавни институции и неправителствения сектор. Това ни даде възможност да се запознаем с различни гледни точки и да отчетем значението на някои теми, определени като съществени от външни за компанията страни.

Процес на оценка на съществеността в пет стъпки



1. Определяне на ESG теми

Оценката обхваща 22 предварително зададени от ФМИ теми ([дълъг списък на темите](#)), идентифицирани като значими за бизнеса като цяло. Тези теми са категоризирани в три области – екологично, социално и корпоративно управление (ESG).

С цел темите да отразяват спецификите в дейността на ФМБ (пазарни дейности и дейности „надолу по веригата за създаване на добавена стойност“) техните дефиниции и обхват бяха прецизирани по време на проведена стратегическа работна среща на ръководителите на отдели. На работната среща бе направена предварителна оценка на значимите теми както по отношение на външното въздействие (оценка „отвътре навън“), така и по отношение на вътрешното (оценка „отвън навътре“).

Дълъг списък с ESG теми

ЕКОЛОГИЧНИ	СОЦИАЛНИ	УПРАВЛЕНСКИ
Хуманно отношение към животните	Многообразие и приобщаване	Бизнес почтеност
Биоразнообразие	Икономически принос	Взаимоотношения с регулаторни органи
Климат	Благосъстояние на служителите	Закони и регулации
Производствени отпадъци	Здравословни и безопасни условия на труд	Поверителност
Отпадъци след потреблението на продукти	Привличане и развитие на човешки капитал	
Материали и екодизайн на продукта	Иновации за подобряване качеството на живот	
Вода	Трудови норми	
	Благотворителност	
	Въздействие на продуктите върху здравето	
	Продажби, маркетинг и комуникация към потребителите	
	Социално-икономическо благосъстояние на общностите, отглеждащи тютюн	

2. Външно въздействие (оценка „отвътре навън“)

- Оценка на **значимостта на въздействието на ФМБ върху социалната и околната среда**.
- Разгледани са теми, по които ФМБ има най-значимо външно въздействие.
- Обхванати са различни етапи по веригата на създаване на стойност, които са относими към дейността в България (пазарни операции и дейности надолу по веригата).
- Оценката е базирана на 5 критерия (като мащаб, обхват и ефект на въздействието).

3. Вътрешно въздействие (оценка „отвън навътре“)

- Оценка на **значимостта на ESG въздействието върху дейността на ФМБ**.
- Потенциални въздействия на темите, свързани с устойчиво развитие, върху резултатите на ФМБ и бизнеса като цяло.
- Оценката е базирана на международни политики, законодателни изисквания и инициативи, както и на оценка на рисковете и възможностите, осъществена от работната група по устойчиво развитие на ФМБ.
- Оценка на всяка отделна ESG тема (от дългия списък на ФМИ) от гледна точка на рискове и възможности.

4. Гледната точка на заинтересованите страни

Бяха идентифицирани ключови вътрешни и външни заинтересовани страни, като тяхното мнение бе взето предвид при оценката на значимите теми.

- Вътрешни заинтересовани страни: проведени бяха срещи и интервюта с мениджърския екип на компанията, ръководителите на отдели и ESG комитета на ФМБ, с цел идентифициране и приоритизиране на ESG темите.
- Външни заинтересовани страни: проведено проучване с 40 участници – представители на неправителствени организации, бизнес партньори, регулаторни органи и медии. Допълнително бяха идентифицирани потребителските нагласи чрез по-широко неспециализирано проучване с фокус върху по-обща теми.

5. Идентифициране на ESG теми, които са съществени за ФМБ

Матрицата на значимите теми, изготвена след оценката, бе утвърдена от ръководството на ФМБ и в нея са описани приоритетните за компанията области, свързани с устойчивото развитие.



Най-съществени ESG теми

В резултат от процеса на оценка бе изготвена матрица на значимите теми, в която са изведени приоритетните области с най-голямо въздействие от и върху компанията предвид местния контекст и бизнес дейностите на компанията в България. Оценката обхваща всички 22 ESG теми, дефинирани от ФМИ, като са взети предвид техният обхват и дефиниции ([виж Доклад за значимите аспекти на устойчивост на www.pmi.com](#)).

Определихме праг на значимост, който открии три нива на приоритетност и с помощта на който бяха изведени общо 6 теми с най-голяма значимост за ФМБ. Това са и темите, които са обект на преглед в настоящия Доклад.

Трите най-значими теми за нашите заинтересовани страни са:

- Управление на отпадъците, включително намаляване на замърсяването, събиране и рециклиране на електронни устройства.
- Обществено здраве, включително повишаване на информираността относно вредата от тютюнопушенето и предоставяне на информация за бездимните алтернативи.
- Иновации и бездимни алтернативи, включително темата, засягаща общественото здраве, но насочена по-специално към промяната в навиците на потребителите и премахването на тютюневия дим за околните.

Ниво	Теми	
1 Най-съществени теми	Въздействие на продуктите върху здравето	●
	Отпадъци след потреблението на продукта	●
	Икономически принос	●
	Бизнес почтеност	●
	Продажби, маркетинг и комуникация към потребителите	●
	Привличане и развитие на човешкия капитал	●
2 Средно ниво на същественост	Благосъстояние на служителите	●
	Поверителност	●
	Трудови норми	●
	Климат	●
	Благотворителност	●
	Взаимоотношения с регулаторни органи	●
	Многообразие и приобщаване	●
	Здравословни и безопасни условия на труд	●
3 Ниско ниво на същественост	Социално-икономическо благосъстояние на общностите, отглеждащи тютюн	●
	Закони и регулации	●
	Производствени отпадъци	●
	Биоразнообразие	●
	Води	●
	Материали и екодизайн на продуктите	●
	Хуманно отношение към животните	●
Инвестиции в иновативни продукти, несвързани с тютюна или никотина	●	

Най-важните сред значимите теми за нас

(ниво 1 в Матрицата на значимите теми)

ESG	Тема	Обхват
S	<p>Въздействие на продуктите върху здравето</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Болести, свързани с тютюнопушенето • Научнообосновани алтернативи на тютюнопушенето • Намаляване на риска от тютюнопушенето чрез бездимни продукти • Никотин • Иновации в тютюневите и никотиновите изделия • Надеждност и качество на продуктите
E	<p>Отпадъци след потреблението на продукта</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Намаляване на отпадъците • Третиране и изхвърляне на отпадъци • Намаляване на замърсяването на околната среда • Рециклиране
S	<p>Икономически принос</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Принос към БВП • Приходи от данъци • Заетост (пряка и непряка) • Социален просперитет • Икономически растеж в местния контекст • Предотвратяване на незаконната търговия с тютюневи изделия
G	<p>Бизнес почтеност</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Управленски и ръководни структури • Ефективност на управителния орган • Политики и насоки • Управление на риска • Ангажиране на заинтересованите страни • Бизнес отношения и партньорства • Конфликт на интереси • Кодекс за бизнес поведение • Механизми за подаване на оплаквания
S	<p>Продажби, маркетинг и комуникация към потребителите</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Предотвратяване на достъпа на непълнолетни до продуктите на компанията • Информация за потребителите/етикетиране • Стойност на марката (Brand equity) • Поведение на потребителите • Регулация на продуктите
S	<p>Привличане и развиване на човешкия капитал</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Развитие на служителите и работната среда • Пазар на труда • Привличане и задържане на таланти • Обучение през целия живот

Акценти

ЕКОЛОГИЧНИ

- Над **87%** от върнатите от потребителите IQOS устройства са рециклирани.
- **84%** от отпадъците от опаковки са рециклирани.
- Информационната кампания **#ПромениКартинката** мобилизира над **120 доброволци** в почистващи акции.



СОЦИАЛНИ

- Над **75%** от нашите доставчици са български компании.
- Над **9900 търговски обекта** са включени в програмата ни за предотвратяване на достъпа на непълнолетни до тютюневи изделия.
- **38%** от служителите ни се възползваха от възможност за кариерно развитие в компанията.
- Програмата „**Забавно лято, грижовна есен**“ подкрепи над **2500 души** в 43 села и градове в 5-те тютюнопроизводителни региона



УПРАВЛЕНИЕ

- През 2022 г. отбелязахме **5 години от началото на нашата мисия за бъдеще без дим в България** с представянето на нашата водеща бездимна алтернатива IQOS.
- Ускоряваме прехода към бъдеще без дим – мрежата от търговски обекти, предлагащи IQOS устройства, **се разшири с 50% спрямо 2021 г. и включва 750 търговци.**
- **Интегриране на ESG** в оперативните дейности на компанията и в стратегията за устойчиво развитие на местно равнище.



НАГРАДИ ЗА 2022 г.:

Награда „Бизнес хонорис кауза“ на в-к „24 часа“ за подкрепата, оказана от ФМБ на тютюнопроизводителните общности в България в рамките на Програмата „Забавно лято, грижовна есен“, изпълнявана от Фондация „Бикоуз: В помощ на благотворителността“.

Награда за най-добър работодател в България, присъдена от Top Employer Institute за 6-а поредна година.

Награда за Employer Brand Leader от годишните награди Employer Branding Awards на b2b медия.

Награда за „Бизнес лидер на годината“ и „Зелена инициатива“ за информационната кампания #ПромениКартинката от b2b медия.

Нашият фокус за устойчиво развитие

Приоритети на Стратегията за устойчиво развитие на ФМБ		
1. Въздействие на продуктите върху здравето	 Максимално използване на предимствата на бездимните изделия и целенасочена работа за поетапно премахване на цигарите.	Съобразени с глобалните приоритети
2. Отпадъци след потреблението на продукта	 Намаляване на отпадъците след потребление.	
3. Икономически принос	 Добавяне на стойност за местната икономика чрез изграждане и поддържане на устойчиви партньорства и общности.	На база оценката на значимите теми
4. Бизнес почтеност	 Отговорно ангажиране на заинтересованите страни при спазване на всички политики на ФМИ и приложимото законодателство.	
5. Продажби, маркетинг и комуникация към потребителите	 Прилагане на практиките на ФМИ за отговорен маркетинг и търговска дейност.	
6. Привличане и развитие на човешкия капитал	 Привличане, развитие и задържане на таланти, осигуряване на ангажираност на служителите и изграждане на чувство за принадлежност.	

ESG теми, съгласно оценката на значимите теми.

1. Въздействие на продуктите върху здравето

Цели на ФМИ:

Разработка и реализация на научно доказани бездимни алтернативи, които да се предлагат на 100 пазара по света до 2025 г., и продължаване на тенденцията за увеличаване на общия брой пълнолетни потребители.



Въздействието на нашите продукти върху здравето е приоритетна тема за нашата компания. През последното десетилетие ФМИ се фокусира върху научните изследвания и разработки на бездимни алтернативи на конвенционалните цигари, които имат потенциала да намалят вредата спрямо това да се продължи с тютюнопушенето. Нашата визия за изграждане на бъдеще без дим се основава на научни доказателства, експертни становища и независима верификация на научните ни данни, както и убеждението ни, че пълнолетните пушачи, които иначе биха продължили да пушат, заслужават да имат достъп до по-добри алтернативи с намален риск в сравнение с конвенционалните цигари.

Ирена Костова,
ръководител отдел „Връзки с научната общност“



Заболявания, свързани с тютюнопушенето

Известно е, че тютюнопушенето е причина за някои от най-разпространените социално значими заболявания и за повишен риск от преждевременна смърт. Независимо че за никотина, който е естествена съставка на тютюна, се знае, че води до пристрастяване, експертите, включително и Главният лекар на САЩ⁸ и Кралската колегия на лекарите в Обединеното кралство⁹, са единодушни, че никотинът сам по себе си не е основната причина за заболяванията, свързани с тютюнопушенето. Поради пристрастяващите си свойства никотинът е една от причините, поради които хората пушат, наред с други причини, като самия вкус на тютюна и „ритуала“.

Заболяванията, свързани с тютюнопушене, като рак на белите дробове, сърдечносъдови заболявания и емфизем, се причиняват основно от вдишването на вредни вещества, които се генерират в тютюневия дим при изгарянето на тютюна. В процеса на горене се образуват над 6000 вредни или потенциално вредни вещества. Около 100 от тези токсични вещества са свързани с развитието на различни заболявания, дължащи се на тютюнопушене.

Стратегии за ограничаване на тютюнопушенето

В много държави стратегиите за ограничаване на тютюнопушенето наблягат основно върху прилагането на ограничителни продуктови регулации и фискални мерки спрямо тютюневите изделия. Такива политики са повишаването на акцизните ставки, с което да се намали търсенето, регулиране на съдържанието и емисиите на тютюневите изделия, стриктни изисквания за етикетирането, забрани за тютюнопушене на обществени места и др. Тези мерки имат за цел превенция и насърчаване отказа от цигарите, но резултатът от тях през последните три десетилетия сочи, че целите за значително намаляване на тютюнопушенето не са постигнати. Към 2020–2022 г. пушачите по света са над 1 млрд. души и въпреки тези мерки, според прогнозни данни

на Световната здравна организация (СЗО) този брой ще се запази и през 2025 г.

В България делът на пушачите е сред най-високите в Европа и според данни на Евробарометър за 2021 г. той възлиза на 38% – дял, който остава почти непроменен през последните 12 години.

Предвид незначителната ефективност от въведените рестриктивни мерки през последните десет години за ограничаване на тютюнопушенето и намаляване процента на пушачите в България, прилагането на модерни подходи за намаляване на вредата от тютюна може да има значима роля и да се разглежда като допълнение към традиционните политики и стратегии за превенция и отказ от тютюнопушене. Такива политики целят намаляване на вредата от тютюна за отделните индивиди при липса на отказ от употребата му, а така също и за обществото като цяло.

Науката и намалената вреда при бездимните алтернативи

Предвид прогнозните данни на СЗО за броя на пълнолетните пушачи, които биха продължили да пушат, би било логично на тези хора да бъде осигурен достъп и информация за наличните научнообосновани по-малко вредни бездимни алтернативи. За да доведат до ефективно намаляване на вредата и действителна полза за общественото здраве, тези алтернативи следва да отговарят на два критерия:

- Намалената вреда да е научно доказана.
- Настоящите пълнолетни пушачи, които иначе не биха спрели да пушат, да ги приемат и да преминават на тях.

Постигането на никотинов профил, който е сходен с този на конвенционалните цигари, е също толкова важно за приемането на продукта от пълнолетните пушачи, колкото са вкусът и сетивните аспекти. През 2020 г. Американската агенция по храни и лекарства (FDA) издаде разрешение за предлагането на системата за нагриване на тютюн в категорията „тютюнево изделие с модифициран риск“¹⁰ със следните твърдения:

- IQOS нагрива тютюна, а не го гори.
- Това значително намалява образуването на вредни и потенциално вредни вещества.
- Научните изследвания показват, че пълното преминаване от конвенционални цигари към системата IQOS намалява излагането на организма към вредни и потенциално вредни вещества¹¹.



8. [A Report of the Surgeon General](#) on How Tobacco Smoke Causes Disease: The Biology and Behavioral Basis for Smoking-Attributable Disease, 2010.

9. A report of the Tobacco Advisory Group of the Royal College of Physicians: Nicotine Addiction in Britain, February 2000.

10. U.S. Food and Drug Administration, Center for Tobacco Products, [Modified Risk Granted Orders](#).

11. [FDA Authorizes Marketing of IQOS Tobacco Heating System with 'Reduced Exposure' Information](#), FDA

Регулации, насърчаващи иновациите, науката и технологиите

Модерните технологии и научни решения дават възможност за създаването и прилагането на нови, прогресивни регулаторни подходи. Именно така може да бъдат постигнати значителни ползи за общественото здраве. Обществени здравни организации, здравните експерти и хората, създаващи политики за общественото здраве, могат да надградят настоящите усилия за превенция и спиране на тютюнопушенето, като вземат предвид намаленото образуване на вредни вещества при бездимните алтернативи. Такива регулации трябва да гарантират, че бездимните ал-

тернативи отговарят на определени стандарти за качество и ефективност и че техният потенциално по-нискорисков профил е подкрепен с научни доказателства. Но те следва да насърчат иновациите и да осигурят диференцирано третиране на тези продукти на база нивото на риска спрямо риска от конвенционалните цигари, именно предвид потенциала им да намалят вредата от тютюна.

Смятаме за много ценна подкрепата от експерти и медии при разпространението на ясна, коректна и проверена информация, основана на факти и научни доказателства. Така може да бъде гарантирано, че пълнолетните пушачи, които продължават да пушат и не се отказват, имат достъп до ясна, обективна и точна информация, която да им помогне да направят информиран избор по отношение на наличните бездимни алтернативи на тютюнопушенето.

Приносът ни до момента

Амбицията на ФМИ е конвенционалните цигари да бъдат напълно заменени от научно доказани бездимни изделия възможно най-скоро. Това може да бъде от полза както за пълнолетните пушачи, така и за постигането на позитивно въздействие върху общественото здраве. Този извод е подкрепен от многобройни научни доказателства относно нашата водеща бездимна алтернатива – системата за нагряване на тютюн IQOS. Всички данни от научни изследвания на компанията са представени на Европейската комисия, на регулаторните органи в държавите – членки на Европейския съюз (ЕС), на Агенцията по храни и лекарства на САЩ (FDA) и на редица други държавни органи по света.

През юли 2020 г. FDA издаде разрешение за предлагане на устройствата IQOS с консумативите за тях на па-

зара в САЩ като „тютюнево изделие с модифициран риск“ с информация за намалено излагане на вредни вещества. Становището на Агенцията потвърждава, че това разрешение е в съответствие с целта то да допринесе за промотиране на общественото здраве.



С усилията си да осигурим достъп до нашите бездимни изделия оценихме, че:

Към края на 2022 г. близо 260 000 пълнолетни пушачи в България са преминали на бездимната алтернатива, а около 195 000 от тях изцяло са прекратили тютюнопушенето. Компанията продължава да ускорява прехода към бъдеще без дим, като нетните приходи от бездимните продукти на ФМБ са вече по-голяма част от общите годишни нетни приходи на компанията.

2. Отпадъци след потреблението

Цели на ФМИ:

Прилагане принципите на екодизайна и кръговата икономика за всички бездимни електронни устройства.



Нашите усилия за намаляване на негативното въздействие от дейността на ФМБ са съсредоточени върху повишаване на информираността на потребителите относно неправилното изхвърляне на отпадъци и замърсяването на околната среда с филтри от тютюневи изделия, като провеждаме кампании, с които да провокираме промяна в поведението на потребителите.

Анелия Иванова,
мениджър връзки с обществеността





Като компания без производствени мощности в страната, за нас приоритет са инициативите, насочени към управление на отпадъците от нашите електронни устройства за нагриване на тютюн. Активно прилагаме програми за намаляване образуването на отпадъци от нашите продукти и правилното им третиране.

Радостина Нонова,
мениджър логистика



Целенасочените действия на ФМБ включват повишаване на информираността за глобалния проблем със замърсяването с филтри от тютюневи изделия, като започналата през 2021 г. кампания #ПромениКартинката обхваща разнообразни дейности и партньорства с местни организации, градски арт фестивали, медии и общини в България с цел предоставяне на данни за глобалния проблем и стимулиране на отговорно поведение сред потребителите.

По отношение на електронните ни устройства, използвани за нагриване на тютюн, ние работим за изпълнението на широкообхватна програма за събиране на излезли от употреба или повредени устройства, включително за увеличаване на дела на рециклираните устройства.

Практиките ни за управление на отпадъците обхващат още осигуряването на правилно третиране на отпадъци от опаковки, излязло от употреба електрическо и електронно оборудване, отпадъци от батерии и други рециклируеми отпадъци. За да изпълним екологичните си задължения, ние взимаме участие в колективни системи за управление на отпадъците, чрез сключени договори с организации по оползотворяване на отпадъци, притежаващи разрешение от Министерството на околната среда и водите. Опаковъчните материали за транспортиране на всички наши продукти, устройства и аксесоари се събират отделно и се рециклират по силата на сключен договор с организация за оползотворяване (ЕкоПак).

Свидетелство за нашия ангажимент за рециклиране е, че 100% от опаковките на нашите продукти са направени от рециклируеми материали, като към момента 83,86% от тях се рециклират.

Вътрешно в компанията също прилагаме и насърчаваме екологосъобразно поведение – пример за това е премахването изцяло на употребата на пластмасови бутилки в офиса.

Рециклиране на електронни устройства

През 2018 г. ФМИ стартира проекта CIRCLE (Central Inspection and Recycling for a Closed Loop Economy), който осигурява централизирани решения за проверка, обработка и сортиране на материалите от нашите електронни устройства с цел последващо рециклиране. Тези усилия съответстват на принципите на ФМИ за прилагане на екодизайн и кръгова икономика, според които основен приоритет е използването на устойчиви материали, намаляването на въглеродния отпечатък, оптимизирането на експлоатационния срок на продуктите и осигуряване на тяхната кръговост през целия им жизнен цикъл.

Като част от глобалната инициатива на ФМИ, ФМБ организира инициативи в България, целящи да подкрепят нашите ангажименти за отговорно третиране и рециклиране на отпадъци. ФМБ осигурява и насърчава връщането на значителна част от пуснатите на пазара и излезли от употреба устройства и замяна с нови, като събраните стари устройства се транспортират до центъра за рециклиране на електронни устройства на ФМИ в Унгария.

Резултати за 2022 г.

20,5%
от продадените електронни устройства в България са включени в Програмата CIRCLE и изпратени към центъра за рециклиране в Унгария.

87,78%
от върнатите от пълнолетни потребители устройства IQOS са рециклирани.

Информационна кампания и инициативи за справяне със замърсяването

Филтрите на тютюневите изделия са сред най-големите замърсители на околната среда и са най-често срещаният отпадък в природата и в океаните. Следвайки глобалните цели и насоки на ФМИ, ФМБ предприема инициативи на

местно ниво, свързани с предотвратяване на замърсяването с тютюневи филтри.

През 2021 г. Филип Морис България стартира национална информационна кампания [#ПромениКартинката](#), целяща да насочи вниманието на потребителите и на обществото към проблема със замърсяването на обществените пространства и околната среда с фасове. Кампанията се осъществява чрез въздействащи форми на комуникация, каквото е изкуството. През 2021 г. поставихме множество креативни пана по черноморските плажове, които да насочат вниманието към проблема и към необходимостта от промяна в навиците на потребителите. Чрез атрактивни послания кампанията насърчава отговорното поведение, наблягайки на това колко е важно цигарените фасове да бъдат изхвърляни в предназначените за това места, тъй като те са едни от най-често срещаните замърсители в природата.

По време на различни регионални събития и форуми бяха раздадени джобни пепелници, с което да се адресира една от причините за замърсяването в страната – липсата на достатъчно кошчета на много открити пространства. В рамките на кампанията проведохме и пазарно проучване с външна агенция, за да оценим степента на информираност и вероятността различни демографски групи да използват портативните пепелници, измервайки по този начин практическата приложимост и отзвук от цялостната концепция. За радост, резултатите от проучването показаха силно положителна реакция, като 90% от интервюираните дават висока оценка на идеята за джобните пепелници от гледна



точка на удобство, възможност за многократна употреба и лесна поддръжка.

Към края на 2022 г. в кампанията [#ПромениКартинката](#) са участвали над 300 доброволци, сътрудничим си с различни неправителствени и творчески организации, работещи за създаването на информационни кампании, свързани с проблема със замърсяването на околната среда в България.

#ПромениКартинката през 2022 г.

Организирахме доброволчески **акции за почистване** в София, Добрич, Стара Загора, Велико Търново и Сандански. В събитията участваха общо 120 души – служители на ФМБ, търговски партньори, представители на медии, както и местни посланици на кампанията [#ПромениКартинката](#).



#ПромениКартинката през 2022 г.



Поставихме **арт инсталации и информационни пана с подкрепата на медийни партньори** в Пловдив и София, илюстриращи замърсяването на градски и извънградски пространства, провокиращи към промяна на поведението.



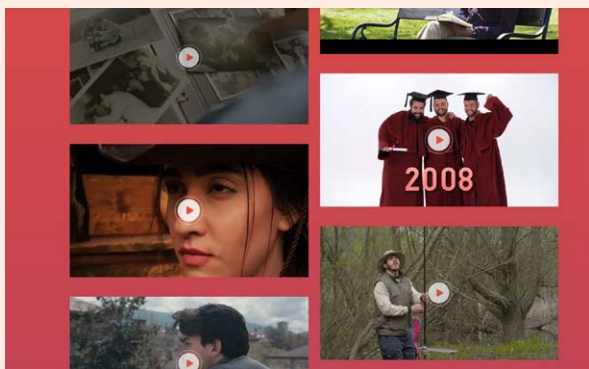
Организирахме в партньорство с неправителствена организация, работеща за подобряването на градската среда, **пътуваща изложба, която посети** Варна, Добрич, Стара Загора и Пловдив.



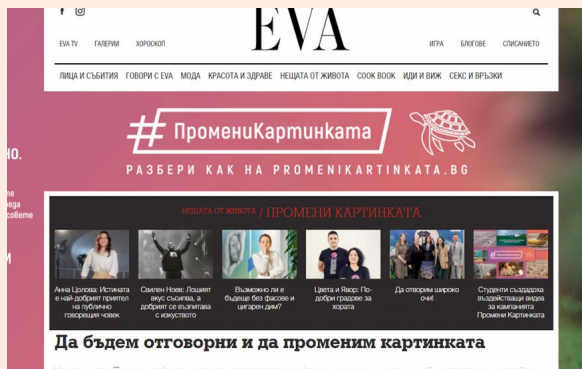
Активно участвахме с подкрепа на местни **арт фестивали** и събития в общо седем града в страната.



Работихме съвместно с регионални и национални медийни партньори, както и с лидери на общественото мнение, които се превърнаха в **посланици на кампанията**, за да достигнат посланията до по-широка аудитория.



Стартирахме уникален съвместен проект с Националната академия за театрално и филмово изкуство (НАТФИЗ), в рамките на който бяха създадени **седем кратки видео клипа** с посланията на кампанията, като част от модул „Социална реклама“ от студентите във 2-ри курс на факултет „Екранни изкуства“.



Кампанията бе широко отразена от медиите с **над 115 публикации** в национални и регионални печатни и онлайн медии, включително националната обществена телевизия и националното радио.

3. Икономически принос



Създаването на добавена стойност за икономиката чрез изграждане на партньорства и подкрепа за местните общности е приоритет за ФМБ. Нашият ангажимент обхваща развиване на ползотворно сътрудничество с всички наши доставчици и партньори за съвместен отговорен бизнес, като стимулираме пазара на труда и предоставяме специализирано обучение за търговските ни партньори. Ние участваме и подпомагаме благотворителни инициативи, спазваме стриктно данъчното законодателство и активно сътрудничим на правоохранителните органи в страната и Европа в борбата с незаконната търговия с тютюневи изделия.

Вержиния Джевелекова,
ръководител на отдел „Връзки с обществеността“ във Филип Морис България



Доставчици на материали и услуги от България

Въпреки че нито във ФМИ, нито във ФМБ са въведени задължителни изисквания за използване на местни компании като доставчици и партньори, важно е да се отбележи, че по-голямата част от нашите доставчици в страната са български компании. Желанието ни да избираме доставчици на услуги и материали от България е провокирано от факта, че именно те познават най-добре местния контекст и могат да отговорят на специфичните нужди на ФМБ.

Доставчици на ФМБ през 2022 г.

125 от България

41 от чужбина



За да гарантира първокласна грижа и качествено обслужване на клиентите си, ФМБ работи със специално създаден център за обслужване на клиенти. Той се управлява от нашия търговски партньор Concentrix, чиито служители отговарят на запитвания и оплаквания от нашите пълнолетни потребители, решават конкретни проблеми и събират обратна връзка от тях.

ФМБ предоставя обучения за:

- Спецификите на продуктите
- Техническите системи
- Придобиване на меки умения
- Потребителско преживяване
- Седмични практически обучения (менторство, 1-2-1 обучения)
- Месечни брифинги за цикъла на продажби



Дългогодишната работа с нашия дистрибутор „Орбико България“ ни дава възможност да фокусираме търговската си дейност върху важни за нас ангажименти и цели. Компанията е част от „Орбико Груп“ – европейски дистрибутор, опериращ на територията на 20 страни на континента, който си сътрудничи с ФМИ и в Румъния, Словения и Хърватия. „Орбико България“ управлява и специализираните IQOS магазини в страната. Ние изискваме от дистрибутора на нашите продукти добро познаване на нуждите и очакванията на потребителите, безкомпромисно осигуряване на предотвратяване на достъпа на непълнолетни до нашите продукти и до лица, за които нашите продукти не са предназначени, както и спазване на правилата за отговорен маркетинг и комуникация. Именно заради тези изисквания редовно осигуряваме обучения на служителите на „Орбико България“ по важните за нас теми.

В „Орбико България“ работят **повече от 100 служители** в специализирана дивизия, ангажирана с продукти на ФМБ.

ФМБ предоставя обучителни курсове за:

- Спецификите на продуктите
- Разбиране на категорията „нагряване без горене“
- Основи на търговията
- Подобрения при продажбите
- Управление на стоките
- Електронни поръчки
- Преговори
- Презентационни умения

Заедно със служителите на основните ни търговски партньори, нашата компания осигурява близо 240 работни места.

Социално въздействие върху общностите

Стратегията за устойчиво развитие на ФМИ набляга на социалното въздействие върху общности в отдалечени региони на страната. Програмата „Забавно лято, грижовна есен“, която се изпълнява от Фондация „Бикоуз: В помощ на благотворителността“ в тютюнопроизводителните региони на страната и се финансира изцяло от ФМБ, отразява усилията на нашата компания в тази посока.



През 2022 г. програмата се проведе за осма поредна година, като въпреки трудностите, породени от пандемията

с COVID-19, организаторите и изпълнителите съумяха да запазят програмата и да разширят нейния обхват с нашата подкрепа. Тя е структурирана в четири основни области: летни образователни академии за деца; академия за учители с фокус върху иновативни, интерактивни методи на обучение; подкрепа за местни предприемачи за стартиране или развитие на собствен бизнес; специализирани медицински прегледи за възрастни хора. От стартирането на програмата до края на 2022 г. сме инвестирали общо над 1,7 млн. лв.

За осем години от нейното изпълнение програмата е подпомогнала: пет тютюнопроизводителни региона; над 3500 деца, участвали в образователните академии; общо 130 учители, получили обучение; провели са се над 9000 медицински прегледа от специалисти в различни области; предоставена е безвъзмездна финансова помощ за развитие на общо 19 бизнес идеи.

„Забавно лято, грижовна есен“ през 2022 г.

Летни приключенско-образователни академии за деца:

- **19 петдневни** академии.
- В **17** села и малки градове.
- **416 включили се деца** от 1-ви до 7-и клас.
- **244 учебни модула** на теми като емоционална интелигентност, културно многообразие в света, работа в екип, комуникационни умения, умения за учене и наблюдение и основна грамотност.

Специализирани медицински прегледи за възрастни хора:

- **1992 души**, преминали медицински прегледи.
- В **26 села**.
- **8 вида медицински прегледи** от специалисти, включително гастроентеролози, ортопеди, невролози, кардиолози, офталмолози, ендокринолози, съдови хирурзи и специалисти по вътрешни болести.

Академия за учители:

- **62-ма учители**, обучени в Програмата „Учи с любов“.
- Допълнителни материали, включително разработени сугестопедични уроци по история за 1-ви клас и 10 сугестопедични истории за обобщаване на материала за 1-ви клас.
- **28 урока по български език** за ученици, чийто майчин език не е български.

Академия за местни предприемачи:

- **6 срещи** в регионите със **70 участници**.
- **2 уебинара с 25 участници**.
- **26 предприемачески екипа**, избрани от общо 57 кандидати за онлайн интервю.
- **13 одобрени кандидатури** за участие в обучителната програма.
- **6 избрани проекта**, на които е предоставена безвъзмездна финансова помощ за стартиране и развитие на собствен бизнес.

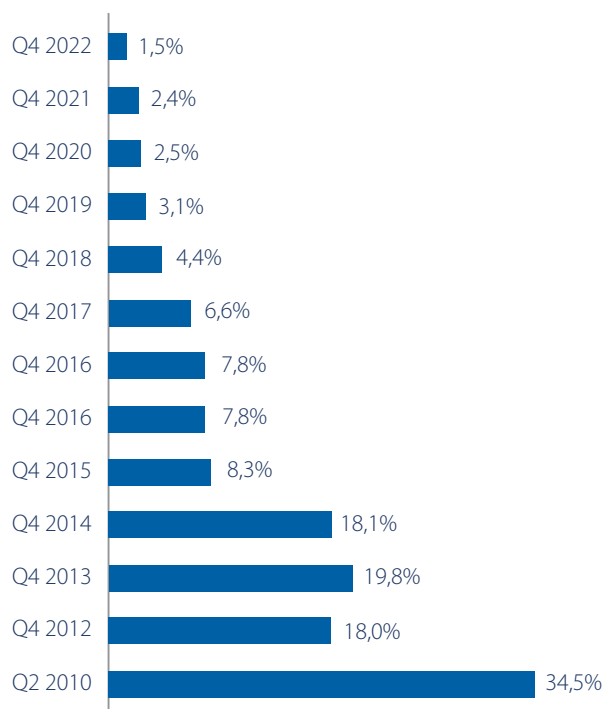


Превенция на незаконната търговия с тютюневи изделия

От 2009 г. насам ФМБ заедно с други три международни тютюневи компании възлагат на независимата агенция Nielsen да провежда регулярно т.нар. „Проучване на празните опаковки“ (EPS). Проучването дава информация за нивата и тенденциите в потреблението на непредназначени за българския пазар цигари (т. нар. „незаконни цигари“).

Резултатите от 2022 г. показват ниво на потребление на незаконни цигари от 1,5%. Данните сочат тенденция на трайно ниско ниво на потреблението на незаконни цигари в сравнение с нивата от преди 12 години.

Четири компании, възложители на проучването, представят регулярно резултатите на представители на правителството и правоприлагащите органи. Тази информация подпомага техните усилия в борбата с незаконната търговия с тютюневи изделия и допринася за това България да е една от държавите в ЕС с най-ниски нива на потребление на незаконни цигари.



Survey conducted by ACNielsen – following assignment from BAT, IB, JTI, PMI

4. Бизнес почтеност



Поемайки ангажимент за постигане на бъдеще без дим с почтеност както на нашите работни места, така и в обществените взаимоотношения, всеки от нас във ФМИ има роля за спазването на законовите изисквания и етичните стандарти на компанията. Това означава, че ние винаги следваме стриктно всички приложими закони и действаме спрямо етичните норми, строгите правила, процедури и политики на ФМИ и ФМБ.

Лиляна Георгиева,
юрисконсулт на Филип Морис България



Постигане на бъдеще без дим с бизнес почтеност

ФМБ следва стриктно законите, както и политиките и практиките на ФМИ, които обхващат различни области на нашия бизнес и начина, по който работим. Това често означава прилагане на много по-строги и стриктни изисквания от тези, произтичащи от националното законодателство. ФМБ се съобразява и с Глобалния кодекс за поведение на ФМИ, който е приложим за всички служители на компанията.

Кодексът съдържа основните насоки за етично поведение в ежедневноста ни работа. Той представя добрите практики за работа както вътре в компанията, така и с трети страни. Въпреки че в него не са предвидени всички възможни житейски ситуации, той съдържа богат набор от материали, примери и информация относно вътрешни ни политики, организирани в документи и обучителни модули по отделни теми и функции. Предвид естеството на нашия бизнес ние се фокусираме върху антикорупционните политики, предотвратяването на незаконната търговия с тютюневи изделия и отговорния маркетинг.

Нашият подход по отношение на доставчиците

Принципите на подбор на доставчици, прилагани от компанията, се основават на стремежа да се осигури най-добрата оферта. Вземат се предвид фактори като качество на услугата, време за изпълнение, цена, срокове на плащане, финансова стабилност на кандидатите и принципите на устойчиво управление. Конкретните критерии за подбор се определят предварително от екипа по снабдяването заедно с прекия отговорник за съответните услуги или стоки от бизнес функциите. ФМБ използва единна методология, политика и работни принципи за подбор на доставчици, без оглед на това дали доставчикът е регистриран в България или в друга страна. Ние прилагаме всички правила равнопоставено, последователно и прозрачно за всички.

Нашите **Принципи за отговорно предоставяне на стоки и услуги** са неразделна част от всяка наша тържна процедура, която обхваща задължение за доставчиците да потвърдят съответствието си с нормативните изисквания. Разчитаме както на самооценка и потвърждение от самите участници в процедурата, така и при необходимост изискваме допълнителна верификация и извършваме собствени проверки и мониторинг.

Антикорупционни политики

ФМБ се придържа строго към Политиката за противодействие на корупцията на ФМИ, която цели предотвратяване и разкриване на корупционни практики и спазване на приложимите закони, включително и американския Закон срещу чуждестранните корупционни практики (FCPA).

Политиката ни изисква задължителна комплексна проверка и получаване на предварително одобрение за предоставянето на обичайни подаръци, покриването на пътни разходи и други общоприети жестове на гостоприемност, насочени към трети лица, особено ако получателят попада в категорията на държавните служители или е представител на държавно учреждение. Тази политика урежда и договорите с бизнес посредници, както и предоставянето на безвъзмездна финансова помощ, дарения, спонсорство, членство в различни организации и др. Този тип взаимодействия, макар и да представляват възможности, са съпроводени с корупционен риск, което налага извършването на внимателен преглед, за да се гарантира, че те съответстват на правните и етични стандарти на компанията.

Нашата **Политика за противодействие на корупцията** установява фундаменталните принципи и насоки във връзка с контактите ни с трети лица, държавни служители и представители на държавни учреждения.

100% от нашите служители преминават през периодични обучения за изискванията на антикорупционните ни политики.

5. Продажби, маркетинг и комуникация към потребителите

Цели на ФМИ: Изпълнение на надеждни програми за предотвратяване на достъпа на непълнолетни до нашите продукти в търговските канали и гарантиране, че нашите продукти се продават в съответствие с Кодексите за маркетинг на компанията.





Ние се стремим да изградим бъдеще без дим, като предлагаме нашите бездимни алтернативи само на пълнолетни пушачи. Нашите продукти и дейности не целят да насърчат непушачите или да попречат на усилията на пушачите да спрат да пушат. Ние сме поели ангажимент да не допускаме непълнолетни да употребяват каквито и да било тютюневи или никотинови изделия и следим строго те да не достигат до непълнолетни.

Димитър Костов,
ръководител на отдел „Потребителско изживяване, маркетинг и дигитални комуникации“
във Филип Морис България



Мерки за предотвратяване на достъпа на непълнолетни

Нашата позиция във ФМИ е ясна и недвусмислена: непълнолетните не трябва да имат достъп до тютюневи или никотинови изделия под никаква форма. Ние сме поели този ангажимент и го изпълняваме по няколко начина:

- Следвайки стриктно Кодекса за маркетинг на ФМИ.
- Изпълнявайки Програмата за предотвратяване на достъпа на непълнолетни във всички търговски обекти, в които се предлагат наши продукти. Програмата включва подробни насоки, начини за изпълнение и обучение за търговските ни партньори, насочени към това да не се допуска продажба на наши продукти на непълнолетни.
- Налагане на строги правила по отношение на представянето и етикетиранието на продуктите ни, така че ясно да е посочено, че те не са предназначени за непълнолетни. Включително и когато не е налице законово изискване, ние поставяме надписи на опаковките и на всички комуникационни материали и на нашите бездимни алтернативи, че не са без риск и съдържат никотин, който води до пристрастяване.

През 2022 г. предоставихме обучителни и информационни материали във връзка с предотвратяване на достъпа на непълнолетни на **90% от търговските обекти, които предлагат наши продукти.**



Отговорен маркетинг

Строгото спазване на изискванията на Кодексите за маркетинг на ФМИ относно дизайна, продажбите и маркетинга на бездимни алтернативи и конвенционални цигари е от ключово значение за нас.

В някои държави местното законодателство може да предвижда по-строги изисквания от тези, предвидени в Кодекса на ФМИ, и ние спазваме стриктно тези изисквания. В други случаи вътрешните изисквания за маркетинг на ФМИ са по-строги от тези, предвидени в местното законодателство, както в някои отношения е и примерът в България. Нашите вътрешни политики например въвеждат задължение да поставяме здравни предупреждения върху рекламните материали, които следва да заемат поне 10% от рекламната площ. Тези изисквания липсват в нашето законодателство.

Спазването на закона и на принципите, практиките и процедурите, предвидени в Кодекса за маркетинг, е не само правилно, то спомага за това нашите продукти и дейности да допринасят за изграждането на марките ни по отговорен начин и демонстрира ангажимента на компанията за отговорен бизнес и устойчивост.

Нашият **Кодекс за маркетинг** гарантира отговорно предлагане на нашите продукти чрез въвеждане на ясни правила и задължения за предварителен преглед и задължително обучение за служителите и партньорите и за пълно съответствие с приложимите законови изисквания. За нас спазването на закона винаги е основен приоритет.

Обратна връзка от потребителите

Обратната връзка от потребителите е водещ приоритет за нас и ние използваме специализираната система за измерване на удовлетвореността NPS (Net Promoter Score

– нетна оценка на предпочитанията), за да следим ежедневно обратната връзка от нашите пълнолетни потребители на бездимни изделия (доколко са запознати с бранда и с предимствата на бездимните продукти).

6. Привличане и развитие на човешкия капитал

Цели на ФМИ: Насърчаване на многообразна култура на принадлежност, която благоприятства равнопоставеността и приобщаването чрез осигуряване на достъп до обучение през целия живот за нашите служители, постигане на балансирано представителство на половете, както и местно представителство във висшето ръководство навсякъде по света.



Хората стоят в основата на прогреса ни при изпълнението на визията за бъдеще без дим. Те са двигателят за положителното въздействие и наш дълг е да осигурим тяхното благосъстояние и да развиваме уменията им. Посветили сме усилията си да изградим стратегия, която да осигурява възможности за развитие на всички служители, здравословна и безопасна и същевременно приобщаваща работа среда, в която нашите служители могат да развият талантите си. Въз основа на редовни количествени и качествени проучвания, провеждани на тримесечна база, ние определихме като приоритет на нашата стратегия по отношение на служителите тяхното благосъстояние и кариерно развитие.

Анна Габровска,
ръководител на отдел „Култура и човешки капитал“



Подпомагаме кариерното израстване

Ние във ФМБ сме се посветили на това да се грижим за талантите и да създаваме нови възможности за развитие за всички наши служители. За да структурираме пътя им към постигане на професионалните им амбиции, провеждаме редовни срещи и разговори по темата, чрез които подпомагаме изграждането на индивидуални планове за развитие на всеки служител. През 2022 г. 38% от служителите ни бяха повишени или преминаха на нови длъжности, което е свидетелство за нашия ангажимент да осигуряваме нови кариерни перспективи.

Обучителните ни програми са разработени така, че да отговорят на изискванията за подобряване на уменията на нашите служители. Те обхващат:

- глобални обучителни програми;
- местни обучителни програми по функции;
- местни обучения за лидерски умения;
- разнообразни обучения, свързани с организационната култура;
- менторство;
- други обучения, адаптирани за конкретните нужди (като например управление на проекти и успешни презентации).

100% от нашите служители преминават през процеса за кариерно развитие и имат достъп до обучителните ни програми.



Подкрепа за пазара на труда

В днешната динамична професионална среда напредъкът в кариерата не се свежда единствено до изкачване по йерархичната стълбица. Той включва и придобиване на нови умения и натрупване на ценен опит. За бизнеси, ориентирани към бъдещето, какъвто е нашият, привличането на нови таланти е от ключово значение.

Екипът на ФМБ се увеличи с 20 нови служители през 2022 г.

Ние вярваме в това, че трябва да се поощрява културата на взаимопомощ и сътрудничество в организацията, и това бе потвърдено миналата година с нашата нова Стажантска програма за професионалисти.

Програмата има за цел да даде възможност на служители да придобият разнообразен опит в различни сектори, обогатявайки познанията си за нашата индустрия и допринасяйки за запазване на нашата лидерска позиция. В рамките на програмата през 2022 г. наехме трима нови служители, които станаха част от програмата и преминават през различни длъжности в основните функционални звена на Филип Морис България, свързани с търговската ни дейност. Така те получават стратегически поглед върху целия ни бизнес – от дълбоко познаване на потребителите до работа с пазарни данни, планиране на кампании и реализация на продукти.

Като част от ангажимента ни за поддържане на многообразие, ФМИ изпълни целта си за 2022 г. 40% от мениджърските позиции да бъдат заети от жени. Вследствие на това беше подновен световният сертификат EQUAL-SALARY до 2025 г. ФМБ отчита своя принос за това постижение, предвид това, че през 2022 г. 66% от мениджърските позиции в местната компания са били заети от жени и 75% от висшия ръководен екип се състои от жени.

Разнообразието от идеи и опит се дължи и на различната възраст на служителите ни. Във ФМИ ценим възможността да работим с различни поколения, което позволява те да се учат едни от други. Макар че и предишните поколения възприемат устойчивото развитие като положително допълнение към репутацията на компанията, представителите на поколение Z отдават особено значение на ESG политиките и практиките за отговорно поведение на компанията.

Те се идентифицират с организации, за които устойчивото развитие е единственият правилен път. Осъзнавайки това, ФМБ организира „Месец на устойчивото развитие“ с цел да повиши информираността по тези теми сред служителите си и да насърчи добри практики в офиса. Осъществихме информационни кампании по темата със замърсяването на водите и почвите с отпадъци от пластмасата, представихме идеи за опазване на околната среда и подхода на трите R – Reduce (намаляване), Reuse (повторна употреба) и Recycle (рециклиране), проведохме уебинар Be Zero Waste (Живот без отпадъци) за всички служители.

Грижа за нашите служители

Програмата на ФМБ за подобряване качеството на живот на служителите предоставя подкрепа за тяхното психично и физическо здраве, както и предоставя финансови съвети под формата на различни дейности, семинари, работни срещи, допълнителни придобивки и възможност за консултации по всяко време. В рамките на програмата през 2022 г. въведохме хибриден модел на работа („Smart Work“), който дава възможност на служителите да работят дистанционно през 60% от работното време на месечна база. Близо 89% от нашите служители дадоха положителна обратна връзка за този модел.

Получихме два вида признание за ефективността на нашите практики:

- вътрешно, чрез ежегодното проучване за ангажираност на служителите, което за 2022 г. показва изключително високо ниво на ангажираност от 84% (по скала от -1 до 100) и
- външно, под формата на сертификат Top Employer, издаден за шеста поредна година от Top Employers Institute.

Това признание идва след строга оценка на различни аспекти на нашата работа от независими одитори, включително оценка на нашата бизнес стратегия, организационни промени, привличане на таланти и приобщаващи практики, етично и почтено поведение, устойчивост, лидерство, възнаграждения, допълнителни придобивки, обучения, програми за кариерно развитие и условия на труд.

Приложения

GRI индекс и индикатори

GRI Стандарт/ Значими теми	Оповестяване	Местоположение/Коментар	Ключови показатели за ефективност	Мерна ед.	2022
GRI 2: Общи оповестявания 2021 г.	2-1 Данни за организацията	Филип Морис България, стр. 5	Неприложимо		
	2-2 Дружества, включени в докладите за устойчивост на организацията	Филип Морис България ЕООД	Неприложимо		
	2-3 Период на отчетане, честота и лице за контакт	Въведение, стр. 2; Задна корица на доклада.	Неприложимо		
	2-4 Повторно оповестяване на информация	Неприложимо	Неприложимо		
	2-5 Външен одит	Въведение, стр. 2	Неприложимо		
	2-6 Дейности, верига на стойността и други бизнес взаимоотношения	Филип Морис България, стр. 5	Неприложимо		
	2-7 Служители	Привличане и развитие на човешки капитал, стр. 26; GRI индекс и индикатори, стр. 28. Пълните данни за служителите на ФМБ ще бъдат оповестени в следващ доклад, свързан с устойчивото развитие.	Общ брой служители	бр.	115
			Общ дял на наетите лица - жени	%	55%
			Общ дял наети лица - мъже	%	45%
	2-8 Работници, които не са служители	GRI индекс и индикатори, стр. 28.	Общ брой на работниците, които не са наети	бр.	20
	2-9 Структура и състав на управлението	Филип Морис България, стр. 5	Неприложимо		
	2-10 Номинация и избор на висш орган на управление	Генералният мениджър и управленският екип се избират от регионалното ръководство на компанията майка.	Неприложимо		
	2-11 Председател на висшия орган на управление	Филип Морис България, стр. 5	Неприложимо		
	2-12 Роля на висшия орган на управление в надзора на управлението на въздействията	Генералният мениджър носи отговорността да проследява дали развитието на ФМБ е в съответствие със стратегическото развитие и целите, одобрени от компанията майка и съгласувани с управленския екип. Управленският екип носи отговорност за одобряването и прилагането на Кодекса за поведение, заедно с други ключови стратегически документи.	Неприложимо		
	2-13 Делегиране на отговорност за управление на въздействията	Генералният мениджър на ФМБ отговаря за цялостното управление, бизнес планирането и управлението на въздействието. Управленският екип одобрява и следи за спазването на стратегическите документи и ангажименти.	Неприложимо		
	2-14 Роля на висшия орган на управление в докладването за устойчивост	Генералният мениджър е отговорен за интегрирането на ESG теми във ФМБ в съответствие със стратегическото развитие и целите, одобрени от компанията майка и съгласувани с мениджърския екип.	Неприложимо		
	2-15 Конфликт на интереси	ФМБ се придържа към Глобалния кодекс за поведение на ФМИ, който се прилага за всички директори и служители и очертава поведения, свързани с избягване на конфликт на интереси.	Неприложимо		
	2-16 Комуникация на критично важни въпроси	Към момента информацията не е налична. Предстои създаването на официален процес за комуникиране на критично важни въпроси.	Неприложимо		
	2-17 Колективни знания на висшия орган на управление	Екипът на ФМБ (ESG комитетът) активно споделя с най-висшия управителен орган информация, свързана с устойчивото развитие и потенциални регулаторни промени, които засягат бизнеса.	Неприложимо		
	2-18 Оценка на представянето на висшия орган на управление	Към момента информацията не е налична. Предстои създаването на официален процес.	Неприложимо		
2-19 Политики за възнагражденията	Привличане и развитие на човешки капитал, стр. 26. ФМБ има разработена вътрешна политика за възнагражденията в съответствие с българското законодателство, както и програма за благосъстояние за служителите.	Неприложимо			
2-20 Процес за определяне на възнагражденията	Определянето на конкретни условия за компенсация и допълнителни възнаграждения на служителите се контролира от ръководителя на отдел „Култура и човешки капитал“.	Неприложимо			

GRI 2: Общи оповестявания 2021 г.	2-21 Коефициент на обща годишна компенсация	Към момента информацията не е налична. Предстои създаването на официален процес за проследяване на индикатора.	Неприложимо		
	2-22 Становище относно стратегията за устойчиво развитие	Обръщение от нашия генерален мениджър, стр. 3	Неприложимо		
	2-23 Политически ангажименти	Бизнес почтеност, стр. 23	Неприложимо		
	2-24 Внедряване на ангажименти в политиките	Бизнес почтеност, стр. 23	Неприложимо		
	2-25 Процеси за отстраняване на отрицателни въздействия	ФМБ прилага Глобалния кодекс за поведение на ФМИ, според който служителите на ФМИ могат да задават въпроси, да изразяват притеснения или да съобщават за случаи на реално или предполагаемо неправомерно поведение, както и неспазване на Кодекса за поведение. Това може да се случи като се свържат директно с Ethics & Compliance контактните лица на ФМИ, като изпратят поверителен имейл или подадат сигнал на Compliance Help Line на ФМИ (управляван от трета страна канал за докладване, достъпен 24/7, на всички езици, които се говорят във ФМИ). ФМБ предлага на пълнолетните потребители възможността да се свържат с нас, включително чрез нашия център за обслужване на клиенти, и активно ги насърчава да предоставят обратна връзка, когато имат оплаквания относно нашите продукти.	Неприложимо		
	2-26 Механизми за търсене на съвет и изразяване на опасения	От служителите на ФМИ се очаква да докладват за подозирани нарушения на закона, Кодекса за поведение или фирмените политики. Сигналите могат да се подават до надзорни органи, Ethics & Compliance контактни лица на ФМИ или чрез поверителни канали за докладване, като се гарантира анонимност в съответствие с местните закони и разпоредби.	Неприложимо		
	2-27 Съответствие със законите и разпоредбите	GRI индекс и индикатори, стр. 28. ФМБ следва стриктно законите, както и политиките и практиките на ФМИ, които обхващат различни области на нашия бизнес и начина, по който работим. Последните често са по-строги от изискванията в националното законодателство.	Общ брой случаи на неспазване на законите и разпоредбите през отчетния период: по случаи, за които са наложени глоби	бр.	0
			Общ брой случаи на неспазване на законите и разпоредбите през отчетния период: по случаи, за които са наложени непарични санкции	бр.	0
			Общ брой глоби за случаи на неспазване на закони и разпоредби, които са платени през отчетния период: по глоби за случаи на неспазване на закони и разпоредби, настъпили през текущия отчетен период	бр.	0
			Обща парична стойност на глобите за случаи на неспазване на законите и разпоредбите, които са платени през отчетния период: по глоби за случаи на неспазване на законите и разпоредбите, настъпили през текущия отчетен период	лв.	0
			Общ брой глоби за случаи на неспазване на закони и разпоредби, които са били платени през отчетния период: по глоби за случаи на неспазване на закони и разпоредби, възникнали през предходни отчетни периоди	бр.	0
			Обща парична стойност на глобите за случаи на неспазване на законите и разпоредбите, които са платени през отчетния период: по глоби за случаи на неспазване на законите и разпоредбите, настъпили през предходни отчетни периоди	лв.	0
Общият размер на глоби по екологични въпроси			лв.	0	
Общ брой нефинансови санкции по екологични въпроси			бр.	0	
Общ брой заведени дела по екологични въпроси			бр.	0	
Специфични за ФМИ: Брой получени доклади, включващи твърдения за съответствие и други опасения	бр.	0			
2-28 Членски сдружения	ФМБ е член на Българска стопанска камара, Конфедерацията на работодателите и индустриалците в България, Българска асоциация на тютюневата индустрия и Американската търговска камара.	Неприложимо			
2-29 Подход към ангажиране на заинтересованите страни	Анализ на значимите теми, стр. 9. ФМБ води конструктивен диалог с различни заинтересовани страни, включително клиенти, доставчици, партньори, държавни органи, медии и браншови организации. Това включва провеждане на срещи, дискусии, проучвания и персонализирани консултации въз основа на специфичните нужди на всяка група заинтересовани страни.	Неприложимо			
2-30 Споразумения за колективно договаряне	ФМБ няма служители с колективен трудов договор.	Процент от общия брой служители, обхванати от колективни трудови договори	%	0	

GRI 3: Значими теми 2021	3-1 Процес за определяне на значимите теми	Анализ на значимите теми, стр. 9.	Неприложимо		
	3-2 Списък на значимите теми	Анализ на значимите теми, стр. 9; Приложение Най-съществени ESG теми, стр. 31	Неприложимо		
	3-3 Управление на значимите теми	В съответните раздели за значимите теми на ФМБ.	Неприложимо		
Въздействие на продуктите върху здравето	Специфичен за ФМИ	Въздействие на продуктите върху здравето, стр. 15. ФМИ провежда глобална програма за оценка на всички нейни продукти. Оценката не се извършва в България, тъй като тези дейности се извършват на глобално ниво.	Общ брой потребители на бездимни продукти на ФМБ	бр.	257 000
	Специфичен за ФМИ		Приблизителен брой потребители, които са преминали към бездимните продукти на ФМБ и са прекратили тютюнопушенето	бр.	195 000
	Специфичен за ФМИ		Коефициент на доставка на бездимни продукти (бездимни/общо) - ФМБ	%	34%
	Специфичен за ФМИ		Коригирано съотношение на нетните приходи (бездимни/общо) - ФМБ	%	68%
	Специфичен за ФМИ		Брой налични бездимни продукти - ФМБ	бр.	18
Отпадъци след потреблението на продукта	GRI 306-3 Генерирани отпадъци	Отпадъци след потреблението на продукта, стр. 17	Общо количество отпадъци от опаковки	тон	1851
	GRI 306-4 Отпадъци, отклонени от депониране		Количество рециклирани отпадъци от опаковки	тон	1552
			Степен на рециклиране на върнати IQOS устройства	%	87,78%
	Специфичен за ФМИ		Процент от обема на продажбите на устройства IQOS, обхванат от програмата CIRCLE	%	20,50%
			Брой ангажирани участници в почистваща кампания по време на Световния ден на почистването	бр.	120
Икономически принос	Специфичен за ФМИ	Икономически принос, стр. 21	Брой местни доставчици	бр.	125
	Специфичен за ФМИ		Процент на местните доставчици от общия брой доставчици	%	75,30%
Бизнес почтеност	GRI 417-2 Случаи на несъответствие, свързани с информацията и етикетирането на продукти и услуги	Бизнес почтеност, стр. 23	Общ брой случаи на неспазване на разпоредбите относно информацията за продуктите и услугите и етикетирането, довели до глоба или санкция	бр.	0
			Общ брой случаи на неспазване на разпоредбите относно информацията за продуктите и услугите и етикетирането, довели до предупреждение	бр.	0
	GRI 417-3 Случаи на несъответствие по отношение на маркетинговите комуникации		Общ брой случаи на неспазване на разпоредбите относно маркетинговите комуникации, включително реклама, промоция и спонсорство, довели до глоба или санкция	бр.	0
			Общ брой случаи на неспазване на разпоредбите относно маркетинговите комуникации, включително реклама, промоция и спонсорство, довели до предупреждение	бр.	0
			Общ брой случаи на неспазване на доброволни кодекси относно маркетингови комуникации, включително реклама, промоция и спонсорство	бр.	0
Продажби, маркетинг и комуникация към потребителите	Специфичен за ФМИ	Продажби, маркетинг и комуникация към потребителите, стр. 24	Обратна връзка на потребителите, събрана чрез NPS система	бр.	85000
			Брой търговци на дребно, прилагачи програмата Мерки за предотвратяване на достъпа на непълнолетни	бр.	9926
			Процент търговци на дребно, обучени по програмата Мерки за предотвратяване на достъпа на непълнолетни	%	90%
Привличане и развитие на човешкия капитал	GRI 404-3 Процент на служителите с редовни атестации на представянето и прегледи на кариерното развитие	Привличане и развитие на човешки капитал, стр. 26	Процент от общия брой служители, които са получили редовен преглед на представянето и кариерното развитие през отчетния период	%	100%
	Специфичен за ФМИ		Процент служители на ФМИ, които имат достъп до структурирани обучения и обучителни програми	%	100%
	Специфичен за ФМИ		% повишения и/или промяна в позицията	%	38%
	Специфичен за ФМИ		Брой новонаети служители	бр.	20
	Специфичен за ФМИ		% жени на старши или ръководни позиции	%	66%
	Специфичен за ФМИ		Общ процент на текучество на служителите	%	8,7%
	Специфичен за ФМИ		Employee Net Promoter Score (eNPS резултат)	бр.	72

Най-съществени ESG теми

ESG	Тема	Обхват	Описание
S	Въздействие на продуктите върху здравето	<ul style="list-style-type: none"> • Болести, свързани с тютюнопушенето • Научнообосновани алтернативи на тютюнопушенето • Намаляване на риска от тютюнопушенето чрез бездимни продукти • Никотин • Иновации в тютюневите и никотиновите изделия • Надеждност и качество на продуктите 	<p>Тютюнопушенето е най-опасната форма на употреба на тютюн; това е водещата причина за някои предотвратими заболявания (т.е. сърдечно-съдови заболявания, рак на белия дроб и хронична обструктивна белодробна болест). Най-добрият начин да се избегне вредата от тютюнопушенето е никога да не се започва, а за тези, които пушат, да спрат.</p> <p>В допълнение към усилията за насърчаване спирането на тютюнопушенето и предотвратяване на започването, иновациите в продуктите дават възможност на пълнолетните пушачи, които иначе не биха отказали тютюнопушенето, да преминат към по-малко вредни алтернативи. За да има смисъл за пълнолетните пушачи и положително въздействие върху общественото здраве, намаленият рисков профил на тези алтернативи (наричани също „продукти с намален риск“ или „бездимни продукти“) трябва да бъде научно-обоснован и пълнолетните пушачи, които иначе не биха се отказали от тютюнопушенето, трябва да имат достъп до тях, така че в дългосрочен план тези алтернативи да заменят напълно конвенционалните цигари.</p>
E	Отпадъци след потреблението на продукта	<ul style="list-style-type: none"> • Намаляване на отпадъците • Третиране и изхвърляне на отпадъци • Намаляване на замърсяването на околната среда • Рециклиране 	<p>Отпадъци от продуктите и техните опаковки се генерират в края на жизнения им цикъл. Третирането и изхвърляне на тези отпадъци може да бъде причина за замърсяване на околната среда, например ако са изхвърлени на земята или в морската среда. Правилното управление на жизнения цикъл на отпадъците (напр. оползотворяване, рециклиране, обновяване и т.н.) може да допринесе за намаляване на въздействието върху околната среда и оптимизация в използването на ресурси.</p>
S	Икономически принос	<ul style="list-style-type: none"> • Принос към БВП • Приходи от данъци • Заетост (пряка и непряка) • Социален просперитет • Икономически растеж в местния контекст • Предотвратяване на незаконната търговия с тютюневи изделия 	<p>Икономическият принос на компаниите към правителствата, общностите, бизнес партньорите и служителите е важен за изграждането и поддържането на устойчива инфраструктура, икономическа система и общество. Това включва местната добавена стойност от компаниите и техните местни бизнес локации, ползи за служители, бизнес партньори и доставчици, спазване на данъчното законодателство, правилно плащане на вносни и износни мита и предотвратяване на контрабандата. Икономическият ефект на една компания в определена област може да повлияе на средата на високо ниво чрез подобрения на инфраструктурата.</p>
S	Привличане и развиване на човешкия капитал	<ul style="list-style-type: none"> • Развитие на служителите и работната среда • Пазар на труда • Привличане и задържане на таланти • Обучение през целия живот 	<p>Високото професионално ниво на служителите, които компаниите са в състояние да привлекат и задържат, е важен източник на конкурентно предимство. Инвестициите в развитието и обучението на служителите водят до повишена продуктивност, качество, задържане и удовлетворение на служителите. Освен това на фона на дигитализацията се очаква технологичен скок, който ще постави нови изисквания към уменията и способностите на служителите, а от компаниите се очаква да насърчават и развиват уменията на своите служители.</p> <p>Пазарът на труда се отнася до характеристиките на работната сила въз основа на демографските особености. За компанията е важно да се съобразява с местните специфики, тъй като те служат като основа за разработване на ефективни стратегии за набиране на персонал и създаване на разнообразно и приобщаващо работно място.</p>
G	Бизнес почтеност	<ul style="list-style-type: none"> • Управленски и ръководни структури • Ефективност на управителния орган • Политики и насоки • Управление на риска • Ангажиране на заинтересованите страни • Бизнес отношения и партньорства • Конфликт на интереси • Кодекс за бизнес поведение • Механизми за подаване на оплаквания 	<p>Доброто и отговорно управление на една корпоративна организация е от основно значение и в интерес на почти всички вътрешни и външни заинтересовани страни. Това гарантира решения, базирани на правила, ясни проверки и баланси, както и цели, които са в съответствие със социалната, регулаторната и пазарната среда. Освен това се очаква поведението на организацията да се придържа към определени ценности и принципи, гарантиращи, че се действа последователно, с уважение и почтеност.</p>
S	Продажби, маркетинг и комуникация към потребителите	<ul style="list-style-type: none"> • Предотвратяване на достъпа на непълнолетни до продуктите на компанията • Информация за потребителите/етикетиране • Стойност на марката (Brand equity) • Поведение на потребителите • Регулация на продуктите 	<p>Принципите на етичната комуникация с потребители се спазват чрез неподвеждаща и базирана на факти информация за продукта или услугата (включително информация за рисковете), полагане на усилия за минимизиране на досега на чувствителни целеви групи (напр. деца и младежи) до маркетинговите дейности на компанията, отговорно използване на личната информация за маркетингови цели, вземане под внимание на спорни теми в маркетинга, (напр. идеали за красота) и повишаване информираността на потребителите с цел осъзнато потребление.</p>



Филип Морис България

Адрес: ул. „Атанас Дуков“ № 32,
1407 Промислена зона „Хладилника“, София

administration.pmbg@pmi.com

Докладът е изготвен с помощта на **denkstatt България**, консултантска компания с 16-годишен опит в изготвянето на доклади и стратегии за устойчиво развитие и пълно интегриране на ESG процеси и политики.

Оперативен център

Philip Morris Products S.A.
Авеню дьо Родани 50,
1007 Лозана, Швейцария