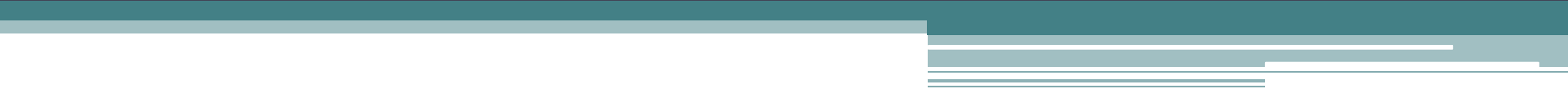


Starbucks

Корпоративная социальная
ответственность

A decorative graphic element consisting of a solid teal horizontal bar at the top, followed by a white horizontal bar, and then three thin, parallel white lines of varying lengths extending from the right side of the white bar.

Кофейная компания Starbucks -
ведущий в мире розничный
продавец кофе и лидер по
промышленному обжариванию
кофейных зерен



- Starbucks – всемирно известный бренд фирменного кофе с сетью более 16,000 кофеен, расположенных в Северной и Латинской Америке, Европе, на Ближнем Востоке и в странах Азии и Океании
- В тех странах, где Starbucks работает, активно участвуют в решении социальных вопросов и экологических проблем

Миссия Starbucks
– это не просто слов
а на листке бумаги.
Это наши
принципы и нормы
поведения, которые
определяют
характер того, как
мы ведем наш
бизнес изо дня в
день



Мы
убеждены,
что можно
делать
добрые дела
и в то же
время
преуспевать в
бизнесе

Миссия Starbucks

Утвердить Starbucks на позициях основного мирового поставщика высококачественного кофе, сохраняя по мере роста и развития приверженность нашим бескомпромиссным принципам. Изложенные ниже шесть основополагающих и руководящих принципов помогают нам взвешивать адекватность принимаемых решений:

- Обеспечивать превосходную **рабочую атмосферу** и относиться друг к другу с уважением и достоинством.
- Позитивно воспринимать разнообразие, которое является составной частью нашего бизнеса
- Применять высочайшие и самые совершенные стандарты при закупке, обжарке и подаче посетителям **свежего кофе**
- Работать с энтузиазмом, доставляя удовольствие посетителям
- Оказывать помощь и поддержку нашим местным общинам и вносить свой вклад в защиту окружающей среды
- Понимать и признавать, что прибыльность лежит в основе нашего будущего процветания.

- Активное участие в вопросах сообщества и окружающей среды
- Уважение к человеческому достоинству
- Предложение лучшего кофе в мире
- Каждый день мы следуем этим руководящим принципам, на которых основан наш бизнес
- Корпоративная социальная ответственность Starbucks имеет долгую историю и стала нашей доброй традицией

Starbucks™ Shared Planet™

Это меры, которые мы принимаем совместно с нашими потребителями и фермерскими сообществами для установления норм ответственного ведения бизнеса и создания лучшего будущего для всех нас.

Эта программа основывается на трех обязательствах:

- Добывать наш кофе с соблюдением этических норм
- Бережно относиться к окружающей среде
- Активно участвовать в жизни наших фермерских сообществ

- Начиная с 1994 Starbucks начала разрабатывать планы корпоративной социальной ответственности
- С этого времени компания вступила в партнёрские отношения с *Conservation International* для разработки планов и аудита своей программы кофейной и фермерской этики

- Эта программа основана на системе оценки 249 показателей
- Фермеры, получающие более высокий рейтинг получают и более высокие цены чем те кто получают более низкие рейтинги
- Категории рейтингов включают в себя: экономическую и социальную ответственность, экологическое лидерство при выращивании и производстве кофе
- Показатели социальной ответственности развились и включают сейчас «нулевую терпимость» что подразумевает плату рабочим наличными, чеками или прямыми депозитами, гарантия того что все рабочие получают минимальную установленную зарплату, на рабочих местах нет раздражения и злоупотреблений, дискриминации, не используется труд лиц моложе 14 лет и более

Ведущий проект в Чиапасе

- Выращенный в тени мексиканский кофе, который закупается по программе по продвижению идеи природосообразности (программа Международного Комитета по охране природы ConservationCoffee™), произрастает исключительно на плантациях, окружающих заповедник **El Triunfo** в регионе Чиапас (Chiapas), Мексика, одном из наиболее важных мест в мире по биологическому видовому разнообразию

Органический кофе



770 тонн сертифицированного органического кофе

Органический кофе выращивается без применения синтетических пестицидов, гербицидов и органических удобрений. Избегая использования этих средств, фермерам удастся сохранить здоровье окружающей среды и чистоту грунтовых вод. После сбора, кофейные зерна должны перерабатываться и обжариваться исключительно на предприятиях, сертифицированных как «органические». Только при соблюдении этих условий продукция может продаваться с маркировкой «органический кофе»

За 2002 финансовый год объем пожертвований Starbucks в различные социальные программы составил более 85 тыс. долларов

- В Никарагуа с нашей помощью построены туалеты и улучшено качество подаваемой воды в Школе, которую посещают 1200 учащихся начальных классов
- Starbucks в сотрудничестве с руководством пяти плантаций из Гватемалы построили больницы, поликлиники и школы, которые обслуживают 5000 людей из местного фермерского сообщества
- Пожертвовали 25 тысяч долларов в некоммерческую организацию Coffee Kids™, деятельность которой посвящена улучшению жизни детей в странах, где выращивается кофе

- В течение многих лет Starbucks пожертвовал из своей прибыли или помог привлечь извне более 2 млн долларов на программы CARE. Эти средства изменили жизнь к лучшему почти трех миллионов человек, живущих в странах, где произрастает кофе. Starbucks является самым крупным корпоративным спонсором CARE на территории всей Северной Америки

Тazo и Мерси Корпс (Служба Милосердия)

- В сентябре 2002 года Чайная Компания **Тazo** начала сотрудничество со Службой Милосердия) по поддержке регионов, где выращивается чай.
- Результатом этого сотрудничества, в частности, является проект по развитию региона Дарджилинг, Индия, где Тazo закупает чай лучших в мире сортов для производства своей продукции. Проект охватывает, в основном, следующие области:
- Улучшение качества и упрощение доступа населения к питьевой воде.
- Поддержка социально-экономических и экологических программ на региональном уровне.
- Помощь в развитии лидерских качеств молодежи и открытии перед ней новых возможностей.
- Starbucks, Тazo и их партнеры по бизнесу инвестируют 600 тысяч долларов в поддержку этих трехгодичных программ

Переработка отходов

- 2004 Starbucks приступила к использованию 10 % переработанной бумаги при изготовлении стаканчиков для напитков, компания заявила что её инициатива стала первым примером использования переработанного материала, который до этого находился в прямом контакте с пищей или напитками

Вода Ethos

В 2003 Starbucks приобрела компанию по производству бутилированной воды Ethos и начала распространять воду в своих точках по северной Америке. Бутылки Ethos отмечены надписями «помогает детям получать чистую воду» поскольку каждые 5 центов из цены бутылки в 1,80 доллара (10 центов в Канаде) идут на развитие проектов по обеспечению чистой водой слаборазвитых районов



Мы стараемся вносить значительный вклад в жизнь и развитие общества, в котором живут и работают наши клиенты и сотрудники

