



Original Gerovital
by Prof. Dr. A. Călinescu

DECLARAȚIA NEFINANCIARĂ 2023

CUPRINS

DECLARAȚIA NEFINANCIARĂ 2023	1
1. MODELUL DE AFACERI	2
2. MANAGEMENTUL SUBSTANTELOR ȘI AMESTECURILOR PERICULOASE	4-6
3. ASPECTE TEMATICE/ PROBLEME DE MEDIU	7-10
4. ASPECTE TEMATICE/ FORȚA DE MUNCĂ	10-17
4.1. OCUPAREA FORȚEI DE MUNCĂ.....	10-11
4.2. MANAGEMENTUL CAPITALULUI UMAN	11-12
4.3. RESPECTAREA DREPTURILOR OMULUI	13-14
4.4 SANATATEA ȘI SECURITATEA MUNCII.....	14
4.5. POLITICA ÎN DOMENIUL CALITĂȚII, MEDIULUI, SĂNĂTĂȚII ȘI SECURITĂȚII OCUPAȚIONALE.....	15-17
5. STRATEGIA DE MARKETING, CUMPĂRARI ȘI VÂNZĂRI	17-18
6. CERCETARE DEZVOLTARE	18-19
7. LANȚUL DE APROVIZIONARE.....	19-20
8. COMBATEREA CORUPȚIEI ȘI A DĂRII DE MITĂ.....	20
9.DISPOZIȚII FINALE.....	20



Original Gerovital
by Prof. Dr. A. Aslan

DECLARAȚIA NEFINANCIARĂ

Declarația nefinanciară pentru anul 2023 cuprinde informații prin care conducerea Farmec S.A. comunică în mod transparent acțiunile întreprinse tuturor părților interesate, reprezentate de parteneri de afaceri, angajați, comunitatea locală, instituții.

Societatea Farmec S.A. a acționat în scopul îmbunătățirii continue a calității produselor și serviciilor, a protecției mediului, sănătății și securității ocupaționale, în domeniul resurselor umane, a responsabilității sociale, a eticii și integrității în afaceri și prevenirii/combaterii corupției.

1. MODELUL DE AFACERI

Farmec S.A. este cel mai mare producător român de cosmetice, având o tradiție de peste 130 de ani și care a pus bazele industriei cosmetice moderne din România. Este o societate pe acțiuni cu acționari persoane fizice române.

Profesorul Doctor Ana Aslan a înființat în anul 1952, la București, primul Institut de Geriatrie din lume și a dezvoltat Gerovital H3, formula anti-îmbătrânire unică în lume. În anul 1967 începe producția primelor creme Gerovital H3 în laboratoarele Farmec. Societatea este deținătoarea exclusivă a mărcii de cosmetice Gerovital H3 Prof. Dr. Ana Aslan. Portofoliul companiei însumând 34 de game pentru îngrijirea tenului, a părului, a corpului, precum și produse pentru curățenia și îngrijirea locuinței.

Avem un număr de 703 de angajați, care se regăsesc în 2 secții și un atelier de producție și într-o rețea proprie de distribuție. Compania este în continuă dezvoltare datorită unei strategii coerente pe mai multe direcții: inovație, cercetare, producție, precum și de dezvoltare a lanțului de magazine de brand, a comerțului on-line și a relațiilor cu partenerii interni și externi.

Cu un laborator propriu de cercetare, Farmec S.A. dezvoltă noi formule de îngrijire, le îmbunătățește pe cele tradiționale și rescrie, continuu, standardele industriei de frumusețe, continuând activitatea Anei Aslan împotriva îmbătrânirii tenului.

Compania are parteneriate cu laboratoarele clinice de testare din Franța: DermScan, Laboratoarele Evic, T.E.C. Laboratory, Cosmeservice-Cosmetic Safety and Regulation Spania, QACS Ltd. - Quality Assurance & Control Systems Greece, precum și cu instituții, universități și laboratoare din România.

Una dintre prioritățile companiei sunt investițiile în tehnologizarea și modernizarea linilor de producție conform regulilor de bună practică de fabricație.

De asemenea, compania deține următoarele certificări:

- Certificare ISO 9001 : 2015 (Sistemul de Management al Calității)
- Certificare ISO 14001 : 2015 (Sistemul de Management al Mediului)
 - Certificat ISO 22716 : 2007 (Bună Practică de Fabricație)



Original Gerovital
by Prof. Dr. A. Calan

Farmec S.A. are un portofoliu impresionant de peste 800 de produse, cele mai importante branduri fiind Gerovital, Farmec, Aslavital, Doina, Nufăr și Triumf, care se bucură de o mare popularitate în rândul românilor.

Acest lucru este confirmat de palmaresul de premii și distincții primite de Farmec S.A.:

- Gerovital – Superbrand 2021
- Gerovital H3 Evolution Perfect Look - Best New Non-Food Product, Gala Progresiv 2021
- Gerovital - Brand of the Year, Gala Progresiv 2021
- Compania Farmec - Best local FMCG Supplier, Gala Progresiv 2021
- Compania Farmec - Trofeul pentru excelență pentru contribuția la dezvoltarea regională, Forbes
- Farmec Brand no. 7 - Top 100 Romanian Brands 2021, BrandRo
- Gerovital Brand no. 3 - Top 100 Romanian Brands 2021, BrandRo
- Gerovital no. 11 - Top Social Brands
- Campania "Nufăr și Triumf, experții tăi în curățenie", Gala Premiilor Piața 2021
- Gerovital – Cel mai puternic brand în grupa produselor de îngrijire personală, Gala Premiilor Piața 2022
- Gerovital Măști – Premiu pentru cel mai bun produs nou, Gala Premiilor Piața 2022
- Gerovital – Superbrand 2022
- Gerovital H3 Hyaluron C – BEST NEW NON-FOOD PRODUCT, Progresiv Awards 2022
- Gerovital Must Have – BEST NEW NON-FOOD PRODUCT, Progresiv Awards 2023
- Farmec – Brand de România, „Branduri cu buletin de România”, Revista Piața, 2023
- Premiul pentru „Cea mai eficientă promoție, grupa produse de îngrijire personală”, acordat campaniei naționale Gerovital & Teilor, Gala Premiilor Piața, 2023
- Premiul pentru „Cel mai bun program de mediu sau economie circulară”, acordat campaniei de responsabilitate socială „Ai grijă de natură așa cum ai grijă de tine!”, Gala Premiilor Piața, 2023
- Gerovital – Brand no. 10 – Top 100 Romanian Brands 2023, BrandRo
- Gerovital – Locul 16 la Top Social Brands 2023, Revista Biz
- Farmec – Locul 90 – Top 100 companii FMCG 2023
- Farmec – Top 300 companii din România 2023

Compania a dezvoltat propria rețea de magazine de brand, ajungând la 30 de unități deschise (28 de magazine proprii și 2 în sistem Franciză) în 14 orașe din țară, din care 2 se desfășoară în sistemul de francizare Gerovital, sistem care oferă soluția completă de implementare a unui business în domeniul cosmetic, introdusă începând cu anul 2019. În prezent, există magazine Gerovital în franciză, la Pitești și Baia Mare, și în curs de finalizare a francizei la un magazin în Cipru.

Gerovital ne reprezintă cu succes și peste hotare, concurând cu branduri de renume mondial. Compania Farmec S.A. exportă produse cosmetice în peste 30 de țări din America de Nord, Asia, Orientul Mijlociu și Europa. Prin parteneri strategici, dorim să ne poziționăm tot mai puternic pe piețele cheie.



Original Gerovital

by Prof. Dr. A. Călinescu

Conducerea Societatii a avut și are în continuare, (chiar dacă din data de 9 martie 2022 starea de alertă pentru COVID-19 a fost ridicată) în vedere aplicarea unor măsuri suplimentare în măsura în care acestea sunt și vor fi necesare, precum:

- ajustarea volumului operațiunilor Societății pentru a răspunde posibilei scăderi a cererii pentru produsele oferite de entitate;
- reanalizarea proiectelor de investiții în capacități de producție și alte imobilizări în funcție de gradul de urgență și necesitate al respectivelor investiții, în vederea reducerii nivelului de investiții spre minimumul necesar precum și regândirea investițiilor și concentrarea acestora și pentru producția de dezinfectanți, produse care au deschis o nouă oportunitate de vânzare pentru Societate;
- reducerea cheltuielilor în toate sectoarele de activitate și renegocierea contractelor cu furnizorii de utilități, materii prime și materiale de bază;
- ajustarea bugetelor de marketing și publicitate la necesitățile date de contextul actual.

2. MANAGEMENTUL SUBSTANȚELOR ȘI AMESTECURILOR PERICULOASE

Compania noastră este conștientă de obligația de a respecta legislația în domeniul substanțelor și amestecurilor periculoase, respectiv Regulamentele REACH, CLP, BPR. Acest lucru diminuează riscul de introducere pe piață a unor produse chimice neconforme și nesigure pentru sănătate și pentru mediu.

Scopul comun al Regulamentelor REACH, CLP și BPR este de a asigura un nivel ridicat de protecție a sănătății umane și a mediului, prin responsabilizarea noastră în ceea ce privește siguranța produselor chimice introduse pe piața UE. Aceste regulamente răspund unor nevoi antreprenoriale și sociale importante legate de buna gestionare a substanțelor chimice și de utilizarea acestora în condiții de siguranță.

Suntem conștienți că **Securitatea chimică poate** aduce beneficii consumatorului, cât și pe plan economic.

Prin respectarea regulamentelor REACH, CLP și BPR, clienții noștri, cât și angajații, se pot bucura de următoarele avantaje:

- respectarea cerințelor legale;
- asigurarea furnizării, utilizării și gestionării substanțelor chimice în condiții de siguranță;
- creșterea gradului de siguranță al mediului de lucru;
- reducerea costurilor prin diminuarea impactului asupra sănătății la locul de muncă și asupra mediului;
- îmbunătățirea reputației față de clienți, consumatori, investitori și membri comunității, care devin tot mai preocupați de sustenabilitate și utilizarea responsabilă a substanțelor chimice.



Original Gerovital

by Prof. Dr. A. Călin

Referitor la lista substanțelor/amestecurilor periculoase (materii prime) achiziționate

Pentru a ne asigura de utilizarea în condiții de siguranță a materiilor prime și a amestecurilor periculoase, avem următoarele obligații, pe care Societatea le îndeplinește:

- Identificarea substanțelor și amestecurilor periculoase cu care se lucrează;
- Identificarea și aplicarea măsurilor corespunzătoare cuprinse în fișele privind datele de securitate ale acestora;
- Aplicarea măsurilor de control al riscurilor la locul de utilizare;
- Selectarea furnizorilor care oferă materii prime cu impact negativ minim asupra mediului prin impunerea unor cerințe contractuale.

Lista cu substanțele/amestecurile din categoria materii prime, clasificate ca periculoase, se actualizează semestrial în funcție de intrările noi. Toate aceste materii prime sunt achiziționate de la furnizori agreați care respectă legislația europeană referitoare la înregistrarea și etichetarea acestora. Fiecare livrare cu materii prime periculoase, este etichetată respectând regulamentul (CE) NR. 1272/2008 al Parlamentului European privind clasificarea, etichetarea și ambalarea substanțelor și a amestecurilor (CLP), este verificată și însoțită de Fișele cu Date de Securitate (FDS). Câte un exemplar din aceste fișe se află la Depozitul de Materii Prime, la Secțiile de Producție, la Departamentul Cercetare, la Departamentul Calitate, la Departament Transport și la Birou SSM. Toate substanțele sunt depozitate cu respectarea regulilor de bună practică la depozitare, manipulare și transport.

Personalul care manipulează și lucrează cu aceste materii prime periculoase este instruit periodic pentru a cunoaște proprietățile acestora, pericolele, riscurile și regulile de manipulare, depozitare și transport, astfel încât să fie evitate accidente de muncă sau poluări accidentale.

În anul 2023, nu au fost înregistrate incidente de mediu în manipularea materiilor prime periculoase.

Referitor la lista produselor finite periculoase fabricate (produse de curățenie)

Astfel, avem stabilită lista produselor finite din categoria “detergenți - produse de curățenie casnică” și “**Biocide**” clasificate ca periculoase conform cu CLP, care se actualizează periodic în funcție de produsele noi care se industrializează.

Toate produsele sunt concepute, ambalate și etichetate cu respectarea legislației europene și naționale aplicabile detergenților, produselor biocide și amestecurilor clasificate drept periculoase. Toate ambalajele acestora sunt sigilate, au sisteme de închidere cu siguranță pentru copii și semnul tactil pentru nevăzători.



Original Gerovital
by Prof. Dr. A. Călin

Întreprinderile care introduc pe piață amestecuri periculoase trebuie să depună informații despre aceste amestecuri la organismele specifice desemnate de statele membre. Centrele toxicologice folosesc aceste informații pentru a oferi sfaturi medicale în cazuri de urgență.

Obligația de notificare a intrat în vigoare în 1 ianuarie 2021. Este întemeiată pe anexa VIII la regulamentul privind clasificarea, etichetarea și ambalarea substanțelor și a amestecurilor (CLP). Obligația privește amestecurile pentru consumatori, pentru uz profesional și industrial.

Începând cu anul 2021, pe etichetele produselor periculoase este obligatoriu un nou element de etichetare – un cod format din 16 caractere, numit identificator unic de formulă (UFI). Până în 2025, va fi obligatorie menționarea codului UFI pe eticheta tuturor produselor clasificate ca prezentând pericole fizice sau pentru sănătate. Societatea Farmec S.A., în calitate **de utilizator din aval și formulator de amestecuri**, care introduce astfel de produse pe piață, trebuie să furnizeze pentru centrele de informare toxicologică, informații specifice referitoare la produs, inclusiv codul UFI. Asistența și instrumentele necesare pentru generarea codului UFI sunt disponibile pe pagina web a ECHA dedicată centrelor de informare toxicologică.

Noi am notificat produsele la Centrul de Informare Toxicologică din România – ReTOX din subordinea Institutului Național de Sănătate Publică și pe portalul european de pe site-ul ECHA (Agenția Europeană pentru produse chimice).

Toate produsele companiei clasificate conform CLP au codul UFI pe etichetă și sunt notificate pe portalul european al ECHA.

Toate produsele din categoria detergenți și biocizi clasificate conform CLP, au Fișe cu Date de Securitate (FDS) conform modificărilor impuse de Regulamentul 878/2020 care se găsesc la Secția de Produse de Curățenie, la Depozite și Departament Transport și la dispoziția publicului larg pe site-ul Farmec. Totodată, pe site-ul companiei, pentru fiecare produs clasificat periculos, se găsesc toate informațiile de care au nevoie consumatorii pentru a folosi produsele în siguranță, inclusiv ingredientele care pot genera pericol.

Personalul care manipulează și lucrează cu aceste produse periculoase este instruit periodic pentru a cunoaște proprietățile, pericolele, riscurile și regulile de manipulare, depozitare și transport, astfel încât să fie evitate accidentele și/sau poluările accidentale.

În anul 2023, nu au fost înregistrate incidente de mediu în manipularea produselor finite clasificate periculoase și nu ne-au fost sesizate incidente din partea consumatorilor care utilizează produsele de curățenie din gamele Nufăr și Triumf și produsele biocide de tip dezinfectanți din gama Nufăr, Farmec și Dermofarm.



Original Gerovital
by Prof. Dr. A. Colan

3. ASPECTE TEMATICE/ PROBLEME DE MEDIU OBIECTIVE DE MEDIU 2024

1. Gradul de valorificare/reciclare a deșeurilor de ambalaje este de 65%;
 2. Realizarea unui grad de valorificare a deșeurilor proprii, prin implicarea întregului personal al firmei în colectarea selectivă a deșeurilor, realizând un grad de valorificare al acestora de 90%;
 3. Realizarea unui consum de utilități, astfel încât procentul costurilor cu utilitățile la 1000 lei cifra de afaceri să fie de 15,0 %;
 4. Proporția din cifra de afaceri obținută din produse asociate cu activități economice durabile din punct de vedere al mediului să fie de minim 75%;
1. Proporția dintre cheltuielile de capital și proporția dintre cheltuielile de exploatare legate de active sau procese asociate cu activități economice durabile din punct de vedere al mediului:
- a. Proporția cheltuielilor de capital aferente activităților durabile din punct de vedere al mediului în total cheltuieli de capital să fie de cca. 97%.
 - b. Proporția cheltuielilor de exploatare aferente activităților durabile din punct de vedere al mediului în total cheltuieli de exploatare să fie de cca. 81%. Indicatori de performanță ai mediului

Indicatori de performanță ai managementului (MPI)

Indicator de performanță	Rezultat
Mentținerea certificării de mediu	se menține certificarea de mediu în urma auditului de recertificare din anul 2023
Conformarea la legislația de mediu și la actele de reglementare (nicio penalitate)	nu există penalități la legislația de mediu în vigoare sau la actele de reglementare valabile în urma controalelor realizate în anul 2023 de autoritățile competente de mediu, nu sunt autorizații de mediu suspendate
Fără taxe neplătite la Fondul de Mediu	nu există datorii înregistrate la Fondul de Mediu pentru 2023

Toți indicatorii operaționali de performanță propuși (reducerea consumului de apă, gaz, energie electrică și gradul de valorificare a deșeurilor) pentru anul 2023 au fost atinși.

În conformitate cu cerințele Regulamentului European nr. 852/2020, în urma analizei activității economice a companiei în legătură cu cele două obiective:

- a) Atenuarea schimbărilor climatice



Original Gerovital

by Prof. Dr. A. Călugăreanu

b) Adaptarea la schimbările climatice,

s-au stabilit următorii indicatori-cheie de performanță în domeniul climei:

- Proporția din cifra de afaceri obținută din produse asociate cu activități economice durabile din punct de vedere al mediului;
- Proporția dintre cheltuielile de capital și proporția din cheltuielile de exploatare legate de active sau procese asociate cu activități economice durabile din punct de vedere al mediului.

3.1. Sistemul de Management de mediu

1. Aspecte de mediu semnificative

Compania deține informații documentate despre:

- aspectele de mediu și impactul acestora asupra mediului;
- criteriile utilizate pentru a determina aspectele sale de mediu semnificative;

Lista aspectelor de mediu semnificative și efectele asociate sunt menținute sub control de către echipa responsabililor de mediu desemnați din fiecare departament.

2. Managementul riscurilor de mediu

a. Modul în care principalele riscuri pot afecta modelul de afaceri, operațiunile, rezultatele financiare și impactul activității desfășurate

Riscul de mediu rezultă în urma interacțiunii dintre activitatea curentă a companiei și mediul inconjurător. Riscurile de mediu sunt: riscuri pentru mediu și riscul pentru companie din punct de vedere al problematicii de mediu. Compania Farmec S.A. întocmește Registrul Riscurilor de Mediu, document care conține și măsuri de minimizare și ținerea sub control a riscurilor, astfel încât să fie evitate incidentele de mediu și toate procesele să se desfășoare în condiții de securitate și siguranță pentru personal și pentru mediul inconjurător.

b. Modul în care se realizează managementul și minimizarea riscurilor

Pentru fiecare categorie de riscuri de mediu sunt stabilite persoanele responsabile, responsabilitățile, resursele necesare și modul de acțiune pentru gestionarea și minimizarea riscurilor.

În anul 2023, nu au fost înregistrate incidente de mediu (poluări accidentale pentru apă, aer, sol, etc.), nu există avize sau autorizații de mediu suspendate, nu există litigii pe probleme de mediu sau pierderi financiare datorate riscurilor de mediu, ceea ce înseamnă că activitatea de management al riscurilor de mediu s-a desfășurat în acord cu legislația și procedurile interne aprobate.

Farmec S.A. a stabilit, documentat, menținut și îmbunătățit sistemul de management de mediu în conformitate cu cerințele standardului SR EN ISO 14001:2015 și decide asupra modului în care îndeplinește aceste cerințe. Sistemul de Management al Mediului a fost implementat în cursul anul 2011, iar data certificării inițiale a



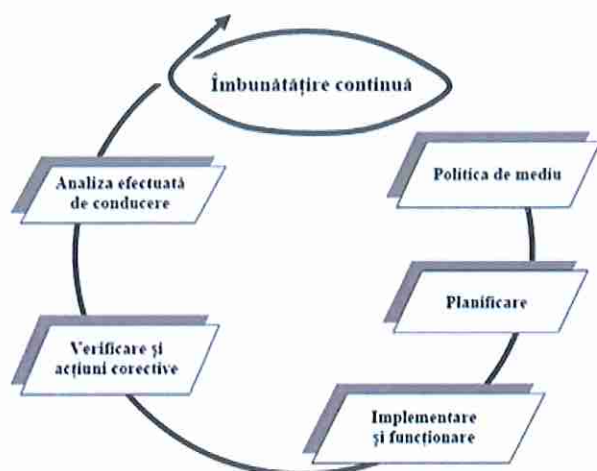
Original Gerovital

by Prof. Dr. A. Călin

standardului de mediu este 20 decembrie 2011. De atunci, Sistemul de Management de Mediu a fost recertificat din 3 în 3 ani. Ultimul audit de recertificare a avut loc în iunie 2023, certificatul emis având valabilitate până în 2026.

Sistemul de management de mediu (SMM) este structurat și adaptat la domeniile de activitate ale societății Farmec S.A.

Baza SMM o reprezintă ciclul prezentat în figura de mai jos:



Sistemul de Management de Mediu este un instrument de lucru care permite organizației să atingă și să controleze în mod continuu nivelul performanței de mediu pe care și-l fixează. SMM al Farmec S.A. este documentat, având Manualul de Management al Mediului, proceduri și instrucțiuni de lucru.

Procesele reglementate prin acest sistem sunt menținute și continuu îmbunătățite, fiind verificate semestrial prin audit intern și anual, prin audit de către organismul de certificare SGS.

Programele de acțiuni sunt stabilite în urma auditurilor interne, externe și a analizelor efectuate de management.

Managementul Calității și al Mediului la Farmec S.A., reprezintă un model de conducere, concentrat asupra calității produselor și proceselor de inovare, dezvoltare, producere și comercializare a produselor cosmetice, produselor biocide din categoria dezinfectanți și de curățenie casnică de înaltă calitate, sigure pentru om și mediul înconjurător, a calității serviciilor, precum și reducerea impactului produselor și activităților sale asupra mediului. Se bazează pe implicarea totală a fiecărui angajat și vizează succesul pe termen lung, prin satisfacerea cerințelor clienților interni, externi, satisfacția acționarilor și angajaților firmei, precum și crearea de avantaje pentru organizație și pentru parteneri.

3.2. Strategii referitoare la consumurile energetice

Societatea este un important consumator de energie electrică și gaze naturale, de aceea utilizarea eficientă a tuturor formelor de energie este o prioritate în procesele de producție.



Original Gerovital

by Prof. Dr. A. Adălan

Obiectivul principal al programului de management energetic constă în utilizarea eficientă a energiei pe termen scurt și în perspectivă, prin modernizarea echipamentelor existente, pentru reducerea consumurilor energetice precum și în criteriile de selecție pentru achiziția de noi echipamente și linii tehnologice cu consumuri energetice mici și productivități mari.

În programul de dezvoltare al Societății pe termen mediu și lung, se are în vedere: modernizarea unor utilaje vechi, în vederea reducerii consumurilor energetice și anume: s-au înlocuit arzătoarele în trepte de pe cazanele de abur cu arzătoare modulante, arzătoare care urmăresc consumul de abur din procesul de producție, astfel obținându-se o economie de gaz de ~25%

- înlocuirea treptată a utilajelor vechi, cu consumuri energetice mari, cu utilaje de nouă generație cu consumuri mai mici;
- În anul 2023 s-au achiziționat linii tehnologice de ultimă generație, robotizate de mare productivitate și consumuri energetice mici, astfel s-au înlocuit liniile de producție mai puțin performante, atât din punct de vedere al consumurilor energetice, precum și al folosirii forței de muncă și a productivității;
- continuarea procesului de izolare termică a clădirilor în vederea reducerii pierderilor de căldură prin pereți;
- continuarea înlocuirii tâmplăriei vechi cu tâmplărie din termopan;
- continuarea înlocuirii corpurilor de iluminat cu tuburi fluorescente cu corpuri de iluminat cu led;
- în luna decembrie 2020, s-a înlocuit un compresor de aer de generație veche cu unul nou, cu turație variabilă, prin care se realizează o economie de energie de aproximativ 25% față de energia consumată de cel vechi;
- în luna noiembrie 2021, s-a finalizat punerea în funcțiune a unei instalații, de recuperare a căldurii, de la compresorul cu turație variabilă, care are rolul de a încălzi spațiile de producție adiacente, prin care se realizează o economie de aproximativ 25% la consumul de gaz metan necesar încălzirii acestei clădiri pentru perioada de iarnă;
- în anul 2021, s-a achiziționat un cazan de abur de ultimă generație, cu un randament ridicat prevăzut cu un degazor de căldură care reduce consumul de gaze naturale necesar preparării aburului tehnologic și a apei calde tehnologice și menajere cu aproximativ 25% comparativ cu cazanul de abur vechi.
- În anul 2023 s-a mai achiziționat un compresor de aer de ultimă generație prevăzut cu un schimbător de căldură care este integrat în sistemul de încălzire a secției Lacuri de unghii, astfel se reduce consumul de gaz necesar încălzirii spațiale a respectivei clădiri cu aproximativ 25%.

Toate aceste măsuri privind eficiența energetică au generat reduceri de consumuri energetice considerabile, de aproximativ 25 de procente, proces de reducere de costuri care va continua.

4. ASPECTE TEMATICE/ FORȚA DE MUNCĂ

4.1. Ocuparea forței de muncă

Forța de muncă reprezintă unul dintre cele mai importante elemente ce stau la baza factorilor de producție. De aceea, principiul de funcționare și organizare eficientă a activităților din cadrul departamentelor Farmec S.A.



Original Gerovital

by Prof. Dr. A. Călin

este strâns legat de problema ocupării și utilizării forței de muncă. Rezultatele companiei sunt susținute, în mare parte, prin valorificarea potențialului uman și prin atenția acordată managementului resurselor umane.

Riscurile angajării unor persoane fără calificarea sau pregătirea necesară sau, în funcție de caz, neidentificarea nevoilor de pregătire profesională pentru dobândirea competențelor necesare rolului, implică o fluctuație mare de personal și, totodată, o productivitate scăzută. În acest sens, Farmec S.A. urmărește implementarea și îmbunătățirea continuă a proceselor de recrutare și selecție, cu scopul de a atrage candidații cei mai potriviți, astfel încât aceștia să regăsească mediul de lucru propice dezvoltării și creșterii împreună cu compania.

În cadrul companiei, eficientizarea proceselor de ocupare a forței de muncă implică o analiză atentă și continuă a pieței forței de muncă din România, a canalelor de comunicare, în funcție de grupul țintă și a identificării cât mai clare a nevoilor candidaților, atât din punct de vedere profesional, cât și social.

Atât angajații, cât și candidații externi care consideră de interes un post vacant din/în cadrul companiei pot depune, oricând, la Departamentul Resurse Umane sau prin intermediul site-ului propriu un CV, menționând postul pentru care ar dori să candideze în eventualitatea vacantării. Candidatura se poate depune indiferent de existența/lipsa unui post vacant, fiind înregistrată în baza de date drept candidatură spontană. Toate candidaturile primite care corespund cerințelor sunt luate în calcul în momentul vacantării unui post.

Pe tot parcursul procesului de recrutare și selecție, Societatea asigură, prin responsabilii alocați fiecărui proces, o comunicare transparentă și respectarea demnității umane.

Provocarile profesionale cu care ne-am confruntat în 2023

Una din cele mai mari provocări întâmpinate este reprezentată de criza forței de muncă resimțită în anul 2023. Un impediment major în recrutare, a constat și în așteptările mari/ nerealistice ale forței de muncă în ceea ce privește nivelul salarial.

În 2023 am continuat recrutările prin toate canalele de profil, am investit în burse scolare pentru a atrage tinerii absolvenți și am continuat angajările în producție și în vânzări pentru a ne menține cotele de piață și profitabilitatea.

4.2. Managementul capitalului uman

În cadrul procesului de recrutare, selecție și angajare a personalului din cadrul Societății sunt respectate toate etapele, pornind de la identificarea corectă a nevoii de recrutare/aprobarea solicitării de angajare până la angajarea și integrarea în colectiv a personalului.

Managementul performanței reprezintă un alt proces esențial în cultura Farmec S.A. al cărui scop este să maximizeze performanța individuală, dar și pe cea a organizației. Discutăm despre un proces integrat, care traduce nevoile de dezvoltare ale angajaților în acțiuni și rezultate măsurabile.

Realizarea planului de dezvoltare a angajaților prin asocierea rezultatelor și feedback-urilor primite în urma evaluărilor, cu oportunitățile și posibilitățile pe care compania le oferă, în vederea dezvoltării competențelor și comportamentelor necesare a fi deținute în realizarea sarcinilor de serviciu. Nevoile de formare și dezvoltare sunt analizate riguros, discutate cu managerul direct, respectiv cu angajatul, pentru a le



Original Gerovital

by Prof. Dr. A. Călin

clarifica și prioritiza, astfel încât Departamentul Resurse Umane să primească toate informațiile, în momentul alegerii tipului de training și furnizor, pentru nevoia de dezvoltare identificată.

Managementul carierei și planul de succesiune sunt procese derivate din managementul performanței, ele fiind strâns legate de strategia companiei pe termen lung. Managementul performanței reprezintă un aspect prețios pentru identificarea angajaților cu potențial și realizarea planului de carieră individual.

Planul de viitor al companiei Farmec S.A. "Învață să învețe". Modificările pe piața muncii, dar și cererile venite dinspre angajați pentru un proces de evaluare și dezvoltare agil și orientat spre creativitate, determină companiile să regândească întregul proces de management al performanței și al carierei. Astfel, compania Farmec S.A. recurge la digitalizarea totală a proceselor Departamentului Resurse Umane și implicit a proceselor ce țin de instruirea, dezvoltarea și evaluarea angajaților, optimizând și transformând aceste zone în prioritatea numărul unu.

Societatea este organizată pe sectoare mari de activitate, acoperind intern toate procesele implicate, de la cercetare și dezvoltare de noi produse până la punerea acestora în piață pe mai multe canale de distribuție.

Structura de beneficii

În cadrul companiei Farmec S.A. sunt create grile de salarizare pentru fiecare nivel, sector de activitate, ținându-se cont de rol (de conducere, execuție), de specificul activității și de riscurile profesionale existente, de nivelul de studii și nivelul de senioritate.

Salariul de încadrare minim lunar brut pe societate este specificat în cadrul Contractului Colectiv de Muncă, alături de alte beneficii salariale și extrasalariale, modul în care se acordă acestea și formele de salarizare aplicabile în cadrul companiei.

Anul 2023 a adus multe provocări și la fel ca și alți angajatori, Farmec s-a străduit să majoreze salariile angajaților și să le ofere beneficii care să-i ajute să traverseze cu bine un context economic delicat.

Pe lângă salariul brut de încadrare, sunt acordate salariaților o serie de beneficii: premii cu ocazia sărbătorilor de Paște, Crăciun, 1 Iunie, 8 Martie, premiu pentru 25 de ani de activitate în Farmec S.A., primă de vacanță în sumă netă sau, la alegere, vouchere de vacanță, acordarea unui bonus în luna în care angajatul își serbează ziua de naștere. În funcție de stabilitatea în Farmec, se acordă zile concediu de odihnă în plus, de la 2 la 7 zile/an, zile libere plătite cu ocazia unor evenimente familiale deosebite (căsătorie, nașterea unui copil, decesul unei rude apropiate), la schimbarea locului de muncă în cadrul aceleiași unități, cu mutarea în altă localitate și ajutoare sociale pentru situații deosebite (deces, nașterea unui copil, pensionare), ajutoare sociale în bani sau în natură pentru salariații care se află în situații dificile. Salariaților li se acordă tichete de masă pentru fiecare zi lucrată și pot beneficia de decontarea abonamentului de transport în comun și în funcție de specificul activității, pot beneficia de indemnizație de mobilitate, bonus lunar/trimestrial/anual pe proiect, conform gradului de îndeplinire a indicatorilor de performanță stabiliți prin act adițional la contractul individual de muncă.



Original Gerovital
by Prof. Dr. A. Călin

4.3. Respectarea drepturilor omului

Codul de etică profesională și conduită

Codul de etică profesională adoptat de compania Farmec S.A. reprezintă normele etice de conduită care stabilesc și reglementează valorile organizaționale, responsabilitățile, obligațiile și conduita în producție.

Codul are menirea de a promova o cultură a calității care contribuie la realizarea unor produse superioare de calitate și respectarea principiilor de etică în afaceri. Acesta urmărește prevenirea producerii actelor ilegale și ilicite care pot apărea în desfășurarea activităților companiei.

Scopul codului de etică profesională urmărește să asigure creșterea calității produselor fabricate și o bună administrare în realizarea obiectivelor Farmec S.A. prin:

- tratarea angajaților/colegilor cu respect și demnitate, netolerând nici un comportament agresiv fizic sau psihic;
- menținerea relațiilor de încredere și parteneriat cu acționarii/clientii/furnizorii;
- profesionalismul tuturor angajaților și oferirea de produse sigure, de înaltă calitate;
- respectarea mediului prin conservarea resurselor, colectarea selectivă a deșeurilor și valorificarea acestora prin unități specializate;
- prezentarea unei ținute și a unui limbaj corespunzător, atât în relația cu clienții/furnizorii/colaboratorii/instituțiile, cât și în relațiile interdepartamentale.

Dialogul social și relațiile de muncă

Societatea Farmec S.A. recunoaște libera exercitare a dreptului sindical, conform convențiilor internaționale la care România a aderat, precum și libertatea de opinie a fiecărui salariat.

Sindicatul este organul reprezentativ oficial al membrilor de sindicat, al salariaților companiei în fața administrației. Farmec S.A. recunoaște sindicatul ca organizație democratică și factor de progres și susține activitatea acestuia. Legătura cu sindicatul se bazează pe încredere, bună credință și promptitudine în informare.

În fiecare an, compania negociază împreună cu sindicatul Contractul Colectiv de Munca la nivel de unitate. Deși are cea mai mare vizibilitate în activitatea sindicală, acesta nu este unicul rol pe care organizația sindicală îl are în companie. Pe parcursul întregului an, compania colaborează cu sindicatul pe mai multe aspecte: rezolvarea unor probleme sociale ale salariaților, discutarea problemelor de interes profesional, economic, social, implicarea în procedurile de cercetare prealabilă pentru abateri disciplinare efectuate de către salariați, consultarea în întocmirea unor regulamente și norme interne, etc. De asemenea, liderul sindical are dreptul de a participa în consiliul de administrație al companiei ca observator. El primește materialele informative și documente relevante pentru salariați și are dreptul de a-și exprima opinia față de subiectele ce privesc salariații.



Original Gerovital

by Prof. Dr. A. Călin

Compania Farmec S.A. și organizația sindicală se recunosc ca parteneri de dialog social permanent. Sindicatele sunt de acord să sprijine cu mijloacele lor specifice acțiunile privind prevenirea în unitate a comportamentelor care sunt de natură să aducă prejudicii unității sau să afecteze activitatea Conducerii în exercitarea atribuțiilor acesteia, în conformitate cu legea, Regulamentul Intern, precum și cu prevederile Contractului de Muncă.

Egalitatea de șanse și de tratament în cadrul Societății

Societatea promovează o atitudine bazată pe respect reciproc și bună colaborare. Astfel, pentru a ne asigura că salariații au un comportament profesional la birou, inclusiv la întâlnirile în interes de serviciu din afara sediului sau în timpul liber și în mediul online, au fost definite proceduri clare în acest sens, care sunt constant monitorizate și îmbunătățite.

Societatea se angajează să ofere un mediu sigur pentru toți angajații săi, liberi de la discriminare pe orice temei și de la hărțuirea la locul de muncă. Societatea aplică o politică de toleranță zero pentru orice formă de hărțuire și tratează cu seriozitate și promptitudine orice incident sau sesizare în acest sens, aplicând măsurile disciplinare care sunt detaliate în cadrul Regulamentului Intern. În organizarea muncii, stabilirea mediului și a condițiilor de muncă se oferă tratament egal tuturor salariaților. Depunerea plângerilor legate de hărțuirea sexuală și discriminarea pe criterii de sex la locul de muncă se poate face într-un mod sigur și confidențial, așa cum este definit în conținutul unei proceduri de lucru interne. Este asigurat tratamentul egal la sănătate și securitate în muncă și, de asemenea, este urmarită aplicarea și respectarea regulilor de conduită și etică la locul de muncă printr-un regulament intern explicit.

4.4. SĂNĂTATEA ȘI SECURITATEA MUNCII

În Farmec S.A., securitatea și sănătatea în muncă reprezintă o prioritate a managementului Societății, prin stabilirea și implementarea unor practici adecvate, cu scopul de a asigura siguranța, protecția și monitorizarea sănătății lucrătorilor împotriva riscurilor specifice asociate locurilor de muncă, pentru prevenirea accidentelor de muncă, a bolilor profesionale și prevenirea contaminării cu boli epidemiologice.

Conducerea Societății se angajează să gestioneze activitățile de securitate și sănătate în muncă, în conformitate cu legile specifice în domeniu, iar protejarea sănătății, securității și bunăstării lucrătorilor sunt valori fundamentale, care duc la îmbunătățirea performanței și a rentabilității Societății.



Original Gerovital

by *Prof. Dr. A. Călin*

4.5. POLITICA ÎN DOMENIUL CALITĂȚII, MEDIULUI, SĂNĂTĂȚII ȘI SECURITĂȚII OCUPAȚIONALE

4.5.2. Politica în domeniul securității și sănătății în muncă

4.5.2.1 Securitate și sănătate în muncă

Managementul de vârf se preocupă continuu pentru asigurarea securității și sănătății în muncă a lucrătorilor, prin asigurarea de locuri de muncă sigure și în condiții optime pentru sănătate, respectând permanent cerințele legislației în vigoare.

Principalul obiectiv pentru securitate și sănătate în muncă îl reprezintă orientarea tuturor acțiunilor noastre către asigurarea, implementarea și menținerea tuturor măsurilor necesare pentru prevenirea evenimentelor, accidentelor de muncă sau îmbolnăvirilor profesionale prin:

- Asigurarea securității și sănătății lucrătorilor în toate aspectele legate de muncă;
- Consultarea, informarea și instruirea lucrătorilor;
- Asigurarea cadrului organizatoric și a mijloacelor necesare securității și sănătății în muncă.

Conform cerințelor legislației în vigoare în domeniul securității și sănătății în muncă, respectiv **Legea 319/2006** a securității și sănătății în muncă și **HG 1425/2006** pentru aprobarea normelor metodologice de aplicare a prevederilor Legii 319/2006 a securității și sănătății în muncă, sunt asigurate condițiile de securitate și sănătate în muncă și pentru prevenirea accidentelor de muncă și a bolilor profesionale, astfel:

- Sunt organizate activitățile de prevenire și protecție prin Serviciul Intern de Prevenire și Protecție pentru sediul societății și punctele de lucru din Cluj-Napoca, iar pentru punctele de lucru din țară aceste activități sunt asigurate de serviciile externalizate de prevenire și protecție;
- Sunt identificate pericolele și sunt evaluate/actualizate permanent riscurile pe locuri de muncă/posturi de lucru, pentru fiecare componentă a sistemului de muncă;
- Sunt elaborate planurile de prevenire și protecție pe locuri de muncă/posturi de lucru, în urma evaluării riscurilor;
- Sunt elaborate, actualizate și difuzate instrucțiuni de lucru (IL) și instrucțiuni proprii de securitate și sănătate în muncă (IP-SSM), pentru echipamentele de muncă și activitățile desfășurate, ținând seama de particularitățile acestora;
- Sunt stabilite responsabilități în domeniul sănătății și securității în muncă pentru toți lucrătorii din Societate, prin fișele de post;



Original Gerovital

by *Prof. Dr. A. C. C. C.*

- Sunt stabilite zonele care necesită semnalizări de securitate și tipuri de semnalizări necesare pentru fiecare zonă în funcție de pericolele identificate, conform **HG 971/2006** privind cerințele minime pentru semnalizarea de securitate și/sau de sănătate la locul de muncă;
- Este asigurată evidența echipamentelor de muncă, mentenanța periodică care este realizată de către personal corespunzător, cu respectarea cerințelor legale, astfel încât echipamentele să nu constituie un pericol pentru sănătatea și securitatea lucrătorilor;
- Sunt asigurate echipamentele individuale de protecție pentru toți lucrătorii, conform **HG 1048/2006** privind cerințele minime de securitate și sănătate pentru utilizarea de către lucrători a echipamentelor individuale de protecție la locul de muncă;
- Sunt asigurate materialele igienico-sanitare și facilitățile adecvate pentru lucrători;
- Este asigurată supravegherea sănătății lucrătorilor prin contract cu un serviciu de medicina muncii - Rețeaua privată de sănătate Regina Maria;
- Este asigurată efectuarea controlului medical la angajare și periodic a angajaților și respectarea recomandărilor stabilite de medicii de medicina muncii.
- Se realizează verificarea stării de funcționare a sistemelor de alarmare, avertizare, semnalizare de urgență, precum și a sistemelor de siguranță prin contracte de mentenanță cu societăți autorizate.

4.5.2.2 Situații de urgență și apărarea împotriva incendiilor

În ceea ce privește gestionarea situațiilor de urgență în domeniul apărării împotriva incendiilor și a protecției civile, cu implicații în securitatea și sănătatea în muncă a lucrătorilor, sunt asigurate măsuri de prevenire și apărare, prin implementarea, respectarea și monitorizarea cerințelor legale aplicabile în domeniul apărării împotriva incendiilor și situații de urgență astfel:

- În cadrul Societății există înființat Serviciul Privat pentru Situații de Urgență (SPSU), cu atribuții în domeniul apărării împotriva incendiilor, care efectuează activități de prevenire, control, verificare și instruire permanentă;
- Sunt obținute autorizațiile de securitate la incendiu pentru sediul Societății și punctele de lucru care necesită autorizație, conform legislației în vigoare;
- Sunt întreținute/verificate corespunzător mijloacele tehnice de apărare împotriva incendiilor, de societăți autorizate, prin contracte de prestări servicii cu societăți autorizate;
- Sunt identificați, monitorizați și evaluați factorii de risc specifici, posibili generatori de evenimente periculoase, incendii și explozii;



Original Gerovital

by Prof. Dr. A. Călin

- Sunt întreprinse măsuri de prevenire și apărare împotriva apariției evenimentelor periculoase, incendii, explozii sau accidente / poluare accidentală datorate substanțelor periculoase.

5. STRATEGIA DE MARKETING, CUMPĂRĂRI ȘI VÂNZĂRI

Strategia de marketing este un element important al strategiei de business și are legătură directă cu consumatorul, esența marketingului fiind satisfacerea nevoilor consumatorilor în condiții de profitabilitate. Strategiile de business sunt legate de creșterea cifrei de afaceri și/sau a profitului.

Strategia de marketing vine ca o direcție care determină schimbarea comportamentului consumatorului pentru a genera o vânzare mai mare prin creșterea penetrației produselor, atragerea de consumatori de la competiție, loializarea clienților actuali și determinarea lor de a cumpăra mai mult și/sau mai des.

Strategia de marketing este creionată în general pe termen mediu și lung (3-5 ani), pornind de la tendințele piețelor unde acționăm și este revizuită constant.

Strategia de marketing anuală ține cont de aceste tendințe și este supusă aprobării Consiliului de Administrație, cu direcții și obiective clare, pe brand/sub-brand/categorie și/sau piețele unde suntem prezenți. Aceasta ia în considerare celelalte obiective departamentale, iar astfel se conturează obiectivele de business.

Compania acționează pe două mari piețe cu mai multe sub-segmente:

- Cosmetice (cu sub-segmentele cele mai importante pentru business-ul nostru: curățarea feței, îngrijirea feței, depilare, deodorante, șampoane, tratamente de păr, dermatocosmetice);
- Produse de curățenie, igienizare și dezinfecție (cu sub-segmenetele curățenie, igienizare și dezinfecție generală, curățenia bucătăriei).

O altă segmentare a gamelor produselor cosmetice se face după tipul utilizatorilor (femei și bărbați) și pe mai multe categorii de vârstă. Strategia de vânzări vine să completeze și să potențeze strategia de marketing, prin intermediul canalelor de distribuție corespunzătoare. În această abordare, ținem cont de profilul consumatorului pe fiecare canal și-l abordăm cu brandul/sub-brandul/gama de produse care i se potrivește pentru a maximiza vânzările și profitul.

Canalele de vânzare ale companiei Farmec S.A. sunt:

- Lanțurile internaționale - Key Accounts (împărțite la rândul lor în Hypermarket-uri, Supermarket-uri, Discounteri, Cash & Carry);
- Comerțul tradițional;
- Consumuri colective;
- Farmaciile (cu sub-segmentele rețele de farmacii și farmacii independente);
- Magazine de brand;
- E-Comm – comerț electronic;
- Export;



Original Gerovital
by Prof. Dr. A. Aslan

- Saloanele Cosmetice.

Anul 2023 a debutat cu o rată a inflației de 2 cifre. Primul trimestru a marcat o schimbare a comportamentului de consum, pe fondul perioadei de incertitudini, cauzate de scăderea puterii de cumpărare și de contextul politic și macroeconomic instabil la nivel global. Războiul de la granițele nordice ale țării, precum și trendul ascendent al ratei inflației au fost factori majoritari în determinarea atenției sporite în alegerea produselor la raft de către consumatori. O bună majoritate a acestora s-au orientat către produse mai accesibile, de strictă necesitate, mai ales pentru produsele de îngrijire personală și a locuinței.

Printre urmările creșterii prețurilor se numără și creșterea frecvenței vizitelor în magazinele bine cunoscute pentru prețuri promoționale, cum ar fi cele din categoria discounterilor și a supermarketurilor, dar și scăderea valorii coșului mediu de cumpărături.

Piața produselor destinate curățeniei a scăzut ușor cantitativ, după o creștere accelerată din pandemie, dar și datorată creșterii prețului produselor. Comportamentul consumatorului a început să revină la normal în ceea ce privește sezonabilitatea specifică perioadelor de curățenie, după ce în anii posteriori pandemiei se aplatizase. Scăderea semnificativă a pieței de dezinfectanți a fost compensată pentru Compania noastră, de stabilizarea vânzării produselor cosmetice, de creșterea cererii pentru produsele destinate îngrijirii corpului, șampoanelor și a celor chimico-casnice.

Din punct de vedere al canalelor de vânzare, cea mai însemnată creștere a fost înregistrată de magazinele de brand. Totodată, platforma de e-commerce a înregistrat o scădere usoară, în comparație cu anii precedenți, cauzată de revenirea la obiceiurile pre-pandemice de a cumpăra preponderent din locațiile fizice ale magazinelor. Aceasta a fost contra-balansată de performanțele celorlalte canale. Retail-ul modern a crescut în continuare, iar comerțul tradițional a înregistrat o creștere puternică, generată de orientarea consumatorilor către cumpărăturile de strictă necesitate. Consumurile colective au cunoscut o scădere, în timp ce exportul s-a menținut constant.

6. CERCETARE DEZVOLTARE

FARMEC S.A. dispune de un departament propriu de cercetare, în cadrul căruia se dezvoltă, prin finanțare proprie, toate produsele noi și modernizate, cosmetice și de curățenie.

- în 2023, un număr de 141 produse noi și modernizate;

Strategia de cercetare și dezvoltare s-a axat, în primul rând, pe consolidarea și dezvoltarea brandurilor noastre de renume: Gerovital, Aslavital, Farmec, Triumf și Nufăr, prin realizarea și comercializarea unor game de prestigiu pe plan național și internațional. În acest scop, s-au realizat modernizări și lansări de produse noi în gamele Gerovital H3Derma+, Gerovital Kids, Gerovital H3 Equilibrium, Gerovital H3 Deo, Gerovital Tratament Expert, Farmec, portofoliul gelurilor de duș, precum și cel al produselor pentru hidratarea corpului.

O importanță deosebită s-a acordat:

- valorificării unor materii prime naturale, ecologice și sustenabile;



Original Gerovital

by Prof. Dr. A. Călin

- introducerii în procesul de fabricație a unor linii de producție tehnologice moderne, productive și nepoluante.

7. LANȚUL DE APROVIZIONARE

Obiectivul principal al activității de aprovizionare este asigurarea materială completă, atât din punct de vedere cantitativ, cât și calitativ, la timp și cu costuri minime a resurselor necesare desfășurării activităților de producție din cadrul companiei.

Politica de achiziții din cadrul Companiei face parte integrantă din obiectivul general al acesteia, de a satisface cerințele clienților, de a gestiona procesele de producție în condiții de eficiență și de a respecta cerințele impuse de sistemul integrat de management, aceasta aplicându-se tuturor furnizorilor de materii prime, ambalaje, materiale și servicii. Relațiile cu furnizorii sunt orientate spre încredere, asumarea răspunderii pentru produsele livrate și urmăresc dezvoltarea de parteneriate pe termen lung.

Selecția și evaluarea furnizorilor se realizează pe baza procedurilor interne de evaluare și selecție, urmărind capacitatea acestora de inovare și de îmbunătățire continuă a proceselor, oferindu-le tuturor oportunități egale de a concura în vederea unei posibile colaborării cu Farmec S.A.

Selectarea și acceptarea furnizorilor se bazează pe evaluarea capacității acestora de a furniza produse conform cerințelor noastre, la un raport calitate/preț optim, respectând sistemele de management certificate, a modalităților de plată avantajoase pentru Societate și a termenului de livrare la timp. Politica de achiziții a companiei este corelată cu standardele de calitate (SR EN ISO 9001/2015) și mediu (SR EN ISO14001/2015).

Lista furnizorilor aprobați în urma procesului de selecție cuprinde toți furnizorii de la care se fac achiziții, asigurându-ne că aceștia respectă cerințele legale și de reglementare, atât în U.E., cât și în zonele în care activează cu privire la: muncă forțată, exploatarea copiilor, discriminare, mediu, concurență neloială.

Pandemia a perturbat schimburile comerciale internaționale și lanțurile de aprovizionare, astfel încât a fost nevoie de o reconfigurare rapidă a acestora, flexibilitatea fiind esențială pentru realizarea acestui tip de reconfigurare.

De asemenea, a fost nevoie ca pe lângă preț ca factor important în selecția furnizorilor, să facem o analiză mai complexă cu mai multe variabile, cum ar fi: nivelul gradului riscului financiar, posibilitatea satisfacerii cererii în creștere/descreștere pentru anumite materii prime și ambalaje, localizarea furnizorilor în zone de risc, un număr mai mare de furnizori pentru același produs.

Ca și obiectiv al departamentului de achiziții în perioada următoare este integrarea sustenabilității în procesul de achiziții astfel o parte din materiile prime și ambalaje să fie procurate pe cât posibil din surse alternative sustenabile încheind în acest sens parteneriate cu furnizorii pentru acțiuni sustenabile comune.

Prin aceasta se urmărește respectarea principiului dezvoltării economice durabile astfel încât afacerea să fie profitabilă și să aducă venituri suficiente pentru a continua în viitor, principiul dezvoltării sociale care are în



Original Gerovital

by Prof. Dr. A. Călin

vedere tratarea angajatilor in mod echitabil si care sa opereze intr-un mediu sigur si nu in ultimul rand protectia mediului printr-o politica responsabila de achizitii care sa duca la reducerea componentei de carbon.

8. COMBATEREA CORUPȚIEI ȘI A DĂRII DE MITĂ

Societatea nu se implică și nu tolerează corupția sub nicio formă (inclusiv mita, plăți pentru a facilita anumite servicii, sprijin bănesc, șantaj, abuz de putere pentru câștig personal, foloase necuvenite sau cadouri cu intenția de a influența), indiferent dacă aceasta are loc în sectorul public sau privat și indiferent de dimensiunile ei.

Frauda, inclusiv falsificarea registrelor de informații financiare sau nefinanciare, spălarea banilor și tranzacțiile bazate pe informații privilegiate sunt total interzise.

FARMEC S.A. luptă împotriva fraudei și nu tolerează practicile frauduloase. Pentru a proteja valorile, activele și reputația Companiei, fiecare membru al acesteia este responsabil de a acționa cu bună credință, conform regulilor și reglementărilor și de a fi atent la orice indiciu de fraudă. Chiar și ignorarea suspiciunii de fraudă poate avea ca rezultat tragerea la răspundere a Companiei și a salariaților.

Politicele anti-fraudă se aplică tuturor angajaților Farmec S.A., dar și terților care reprezintă sau acționează în numele Societății, indiferent de identitatea lor: distribuitori, intermediari, parteneri de afaceri, etc. Personalul Societății își desfășoară activitatea potrivit uzanțelor comerciale, într-un mediu concurențial normal și loial, inclusive promovând formele de publicitate corectă și neînșelătoare, în conformitate cu prevederile concurențiale legale în vigoare.

Interzicem orice act de corupție, șantaj și delapidare. În fapt, orice persoană care lucrează în numele sau pentru Farmec S.A., nu va da sau va accepta mită, nu se va angaja în activități de natură să stimuleze partenerii de afaceri sau autoritățile publice.

Această interdicție se aplică tuturor tranzacțiilor cu partenerii sau oficiali externi, respectiv interni.

9. DISPOZITII FINALE

Regulile prezentate în această declarație sunt obligatorii pentru toți membrii Conducerii: administratori și management, precum și pentru toți ceilalți salariați și nu sunt acceptate încălcări ale acestora.

Semnarea unor probleme ajută Societatea în protejarea culturii integrității și eticii, a reputației și a sănătății financiare și, în cele din urmă, în protejarea locurilor de muncă ale angajaților și a bunăstării comunității.

2024
Cluj-Napoca

Mircea-Liviu Turdean
Director General

