

The EMAG logo is positioned in the top right corner of the page. It consists of the word "EMAG" in a bold, white, sans-serif typeface. The background of the entire page is a scenic landscape photograph showing rolling green hills, a small town in the distance, and a sky with soft, golden light from a low sun, creating a warm and atmospheric setting.

EMAG

Raport de sustenabilitate 2020

Responsabilitatea noastră
nu se oprește niciodată

Cuprins

0. Prefață

Cuprins / 2
Mesaj de la CEO / 3
Sinteza raportului / 4

1. Ce facem și după ce ne ghidăm

Ce facem? O privire de ansamblu / 6
După ce ne ghidăm? Cele 7 principii eMAG / 11

2. Sustenabilitatea la eMAG: Prioritățile și obiectivele noastre în domeniul sustenabilității

De la concept la realitate: Viziunea unei afaceri sustenabile / 13
Obiective de dezvoltare durabilă prioritare pentru eMAG / 18
Dialogul cu părțile interesate / 22
Ce raportăm? Temele materiale pentru Raportul de Sustenabilitate / 23

3. Angajamentul eMAG pentru combaterea schimbărilor climatice

Drumul nostru către neutralitatea de carbon / 30
Parteneriate pentru protejarea mediului / 37
Contribuția noastră la conservarea biodiversității / 43

4. eMAG goes green - Operațiunile noastre verzi

Clădiri sustenabile - Centrele noastre de logistică / 48
eMAG Green Delivery - Electrificarea flotei de livrare / 53
Easybox - Livrarea last-mile sustenabilă / 57
Combaterea poluării prin ambalaje mai prietenoase cu mediul / 64
Servicii responsabile față de consumatori și mediul înconjurător / 66

5. Pentru un consum mai responsabil - Produse și servicii sustenabile promovate de eMAG

Economia circulară și cadrul european / 74
Serviciile noastre circulare / 78
Achiziții sustenabile în lanțul de aprovizionare eMAG / 80
Studii de caz Fashion Days și Tazz by eMAG / 81

6. Impactul eMAG în economia regiunii

Impactul nostru în economia României / 85
Impactul nostru asupra pieței de muncă din România / 86
Impactul nostru asupra mediului antreprenorial românesc / 87
Impactul nostru în regiunea Europei Centrale și de Est / 97

7. eMAG Teams - Creștem, învățăm și excelăm împreună

eMAG, un angajator de top / 103
Dezvoltare profesională la eMAG / 105
eMAG Teams - Echilibru de gen / 112
eMAG Tech Teams - Tehnologie românească / 115

8. Cum să fii un cetățean responsabil - Implicarea noastră în societate

eMAG și comunitățile locale / 120
Fundația Nouă ne Pasă / 122
Fashion Days – Bune practici de responsabilitate socială / 128

9. Anexe

Anexa 1 - Indicatori GRI / 130
Anexa 2 - Date și raportări în conformitate cu standardele GRI / 134
Anexa 3 - Listă de abrevieri și note de subsol / 150

Dragi prieteni,

Filosofia eMAG a fost încă de la început aceea de a oferi cele mai bune produse și servicii clienților noștri.

Nevoile lor au fost în centrul atenției noastre și au stat la baza dezvoltării companiei. Acum, dorim să extindem această filosofie pentru a adresa nu doar această relație directă, ci și efectele operațiunilor noastre. Transformarea eMAG într-o afacere sustenabilă va fi benefică pentru un număr de persoane mult mai mare, care nu se limitează doar la cei care au intrat în contact cu noi până acum.

Am decis să ne implicăm pentru că este singura decizie responsabilă. Suntem conștienți că situația devine ireversibilă dacă lumea va continua pe același drum. Tocmai de aceea, am decis să facem un pas în față și să lucrăm împreună, la nivel de comunitate, pentru un viitor mai sustenabil.

eMAG este constant în topul brandurilor românești, iar acest statut vine și cu o foarte mare responsabilitate. De aceea, am ales să devenim parte a soluției și să ne folosim de această poziție pe care o avem, din dorința de a atrage alături de noi cât mai multe companii și persoane. Combaterea schimbărilor climatice și protejarea mediului necesită un efort comun, cu implicarea tuturor părților, și nu pot deveni responsabilitatea unei singure companii, indiferent de mărimea acesteia. Așa că vom lansa "Angajament pentru Mediu", prima inițiativă ce își propune să unească mediul de afaceri românesc în limitarea încălzirii globale.

Întotdeauna adevărații lideri au condus prin puterea exemplului, așa că, înainte de a-i invita pe alții să ni se alăture, am privit în propria ogradă și am luat măsurile necesare. Am realizat un plan de sustenabilitate și am analizat cu atenție cum putem evolua din această perspectivă. Am atins neutralitatea de carbon a operațiunilor noastre, prin măsuri de reducere a amprente de carbon și compensarea emisiilor rămase prin offset-uri credibile.

Am reușit să reducem emisiile de carbon într-un ritm mai mare decât cel al dezvoltării: amprenta de carbon a scăzut cu 8%, pe fondul unei creșteri cu 48% a cifrei de afaceri în 2020 față de 2019. Ne-am uitat mai atent la efectele pe care operațiunile noastre le au asupra comunităților locale și am finanțat lucrări de infrastructură care să le protejeze. Am creat noi oportunități pentru mai mult de 1.000 de persoane, pe care le-am angajat în plină pandemie, și vom mai crea alte 1.200 de noi locuri de muncă în perioada imediat următoare, printr-o investiție de peste 90 de milioane de euro într-un nou centru logistic.

Am ales să plecăm pe acest drum cu doi parteneri de încredere: GreenTech, prima companie din Europa care emite pe piața voluntară certificate de carbon rezultate din activitatea de reciclare a deșeurilor, după ce a primit acreditarea Gold Standard, și Fundația Conservation Carpathia care, prin activitatea sa, a salvat zeci de mii de hectare de pădure de la tăiere și are ca proiect principal înființarea Parcului Național Munții Făgăraș.

Am menționat mai sus o mică parte a lucrurilor minunate pe care le-am reușit anul trecut, doar vârful unui aisberg care sper că nu se va topi vreodată și a cărui dimensiune reală vă invit să o descoperiți în paginile următoare.



Tudor Manea
CEO eMAG

Sinteza raportului



Suntem **neutri din punct de vedere al emisiilor directe de carbon**, prin compensarea amprentei noastre operaționale



Am investit **45 de milioane de RON** în programe de învățare pentru angajații noștri

Intensitatea de carbon a scăzut cu **43%** comparativ cu 2019



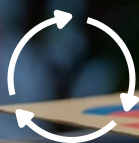
Fashion Days lansează prima categorie de îmbrăcăminte sustenabilă



Noul centru logistic este alimentat cu energie verde din producție on-site



Ambalajele noastre sunt din **materiale reciclate și 100% reciclabile**



Compensăm CO₂ prin unicul proiect de compensare a emisiilor acreditat de Gold Standard în Uniunea Europeană

Fiecare loc de muncă creat și susținut de eMAG generează alte **7 locuri de muncă** în economia României

Operațiunile din Ungaria și Bulgaria au înregistrat o **creștere de 87%** față de anul 2019

Protejăm patrimoniul României:
Susținem conservarea pădurilor sălbatice și înființarea Parcului Național Munții Făgăraș



Capitolul 1

Ce facem și după ce ne ghidăm

- ▶ Ce facem? O privire de ansamblu
- ▶ După ce ne ghidăm? Cele 7 principii eMAG

Ce facem?

O privire de ansamblu

Suntem una dintre cele mai importante companii din sectorul comerțului electronic din România și unul dintre jucătorii importanți din regiune, cu prezență semnificativă pe piețele europene din Bulgaria și Ungaria.

În cei 20 de ani de activitate, am construit un ecosistem digital solid bazat pe tehnologie dezvoltată în România, contribuind activ la promovarea antreprenoriatului local și la susținerea economiei românești.

Ce facem? O privire de ansamblu

eMAG a evoluat dintr-un mic magazin online specializat în produse electro-IT, într-un grup de companii ce activează în diverse sectoare ale economiei, cu afaceri de peste 1 miliard de euro anual.

Pentru cei mai mulți, eMAG înseamnă o experiență în care drumul de la click până la primirea coletului devine cât mai scurt și lin cu putință. Această percepție simplă ne onorează, pentru că în ea constă succesul nostru. În spatele ei se află mii de colegi, tehnologii dintre cele mai avansate și sute de terabytes de date procesați zilnic, alături de cel mai mare depozit din Europa Centrală și de Est, toate având un rol aparte în construirea experienței eMAG.

Suntem una dintre puținele companii românești care au o prezență importantă în regiune, fiind activi în principal pe piețele din Bulgaria și Ungaria. În urma fuziunii dintre eMAG Ungaria și compania ungară Extreme Digital la începutul lui 2020, am început să activăm și pe piețele din Cehia, Slovacia, Slovenia, Croația și Austria.

Pe lângă eMAG – cea mai apreciată platformă de comerț electronic și al doilea cel mai valoros brand din România, potrivit Brand Finance – și retailerul online de îmbrăcăminte Fashion Days, grupul eMAG mai integrează și magazinul specializat în produse IT și electronice PC Garage, compania românească

de curierat rapid, național și internațional Sameday Delivery, atelierul de reparații Depanero, agenția de marketing online Conversion Marketing și Tazz by eMAG – platforma de livrări rapide la domiciliu.

eMAG Marketplace

Misiunea pe care ne-am asumat-o încă de la început este de a ajuta clienții să economisească timp și bani prin comerț electronic și tehnologie. Prin intermediul Marketplace, ne punem toată priceperea și experiența la dispoziția a zeci de mii de IMM-uri care vor să vândă online.

Ecosistemul eMAG Marketplace este în continuă creștere, iar numărul comercianților români activi pe platformele Marketplace din România, Ungaria și Bulgaria a ajuns la 29.958.

Credem în beneficiile economiei digitale, de aceea am bugetat investiții în valoare de 251 de milioane de lei în următorii trei ani pentru dezvoltarea antreprenoriatului digital prin intermediul platformei Marketplace.

O afacere bazată pe inovație și tehnologie

Modelul nostru de afaceri se bazează pe inovație și tehnologie. Aplicația mobilă dedicată, introdusă încă din 2014, sistemul automat de traduceri și depozitul automatizat din comuna Joița (județul Giurgiu), care permite procesarea a până la 1,5 milioane de pachete/ zi, sunt trei exemple reprezentative pentru proiectele inovatoare pe care eMAG le dezvoltă în vederea îmbunătățirii experienței clienților și a partenerilor săi de afaceri locali, și care facilitează folosirea instrumentelor digitale de comerț în rândul populației și a mediului de afaceri. Mai mult, am lansat aplicația mobilă eMAG Marketplace, care va permite sellerilor să monitorizeze activitatea din platformă oricând și de oriunde.

Dezvoltare sustenabilă

Eforturile și dorința de optimizare continuă a produselor și serviciilor oferite au transformat eMAG într-un grup de companii de top. Strategia noastră de dezvoltare are la bază principii puternice, care asigură sustenabilitatea operațiunilor și o creștere economică durabilă.

Vom continua să susținem dezvoltarea sectorului național de comerț electronic și ne propunem să aplicăm modelul de afaceri și viziunea sustenabilă dezvoltate în România și în alte țări din Europa Centrală și de Est, contribuind astfel în mod activ la poziționarea României drept centru regional de comerț electronic.

În acest scop, continuarea investițiilor în economia circulară, dezvoltarea rețelei easybox (last-mile delivery), îmbunătățirea serviciilor de livrare și a infrastructurii logistice și de transport în vederea reducerii amprente de carbon și protejarea mediului înconjurător prin compensarea emisiilor sunt numai câteva dintre direcțiile pe care ne dorim să le urmăm în viitor.



26.166.870 de comenzi



44 de showroom-uri, 28 orașe, 3 țări



2.386 de easybox-uri



7.783.134 de clienți la nivel regional



7.553 de angajați în grupul eMAG



6,72 miliarde RON cifră de afaceri



48% creștere față de anul precedent



27.416.277 de produse comandate

Structura guvernanței și acționariatului

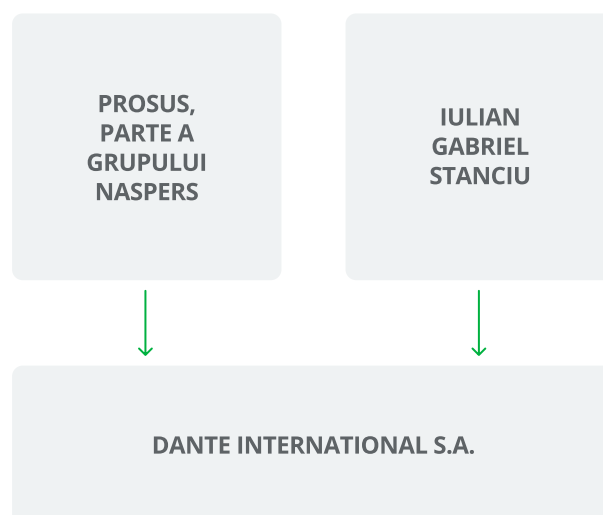
Dante International S.A. a abordat un sistem de conducere unitar. În cadrul acestui sistem există două organisme principale care îndeplinesc funcțiile de conducere și supraveghere a activității societății: Adunarea Generală a Acționarilor și Consiliul de Administrație, împreună cu directorul general.

Principiile structurii guvernanței Dante International S.A. sunt descrise pe scurt mai jos:

- Adunarea Generală a Acționarilor este principalul organ corporativ, care are putere de decizie cu privire la cele mai importante aspecte legate de societate;
- Consiliul de Administrație este responsabil de supravegherea generală, conducerea și controlul politicii comerciale, managementului și cursului general al activităților societății. Acesta este format din cinci membri și este condus de către Iulian Stanciu;
- Conducerea societății este delegată Directorului General. Acesta are dreptul de reprezentare a societății în relația cu terți.

Principii similare de guvernanță corporativă sunt implementate la nivelul subsidiarelor Dante International S.A.

Dante International S.A. este o societate cu capital integral privat. Structura actuală a acționariatului Dante International S.A. este prezentată în schema alăturată.



La rândul său, Dante International S.A. deține participații în [mai multe entități](#).

Ce este lanțul de aprovizionare eMAG?

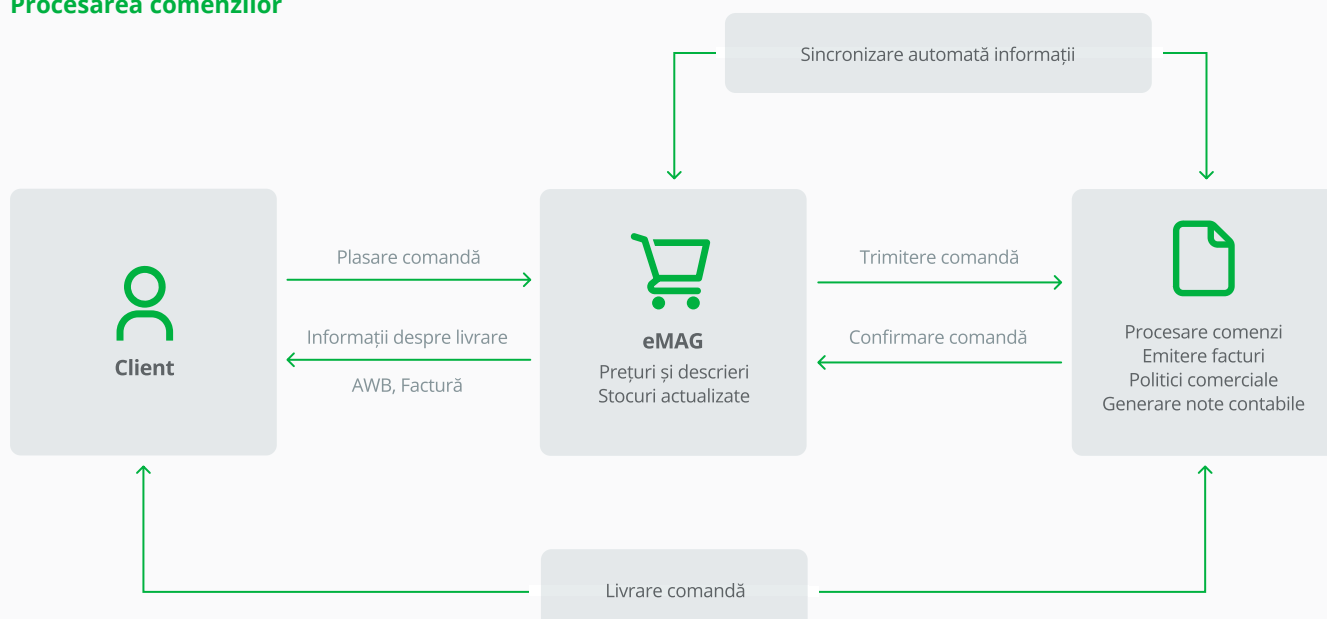
Clienții noștri își doresc să găsească produsele dorite atunci când au nevoie de ele și să le primească la timp, astfel că ne-am uitat atent pe fiecare segment al lanțului de aprovizionare pentru a ne asigura că funcționează cât mai eficient: de la depozitarea produselor la gestionarea stocurilor, prețurilor sau a livrărilor.

În paralel cu creșterea numărului de parteneri din Marketplace, am dezvoltat și divizia de Fulfilment, pentru a putea oferi clienților care cumpără de la un partener din Marketplace o experiență cât mai apropiată posibil de cea de care beneficiază atunci când cumpără de la eMAG.

Prin serviciul Fulfilment by eMAG (FBE), partenerii eMAG beneficiază de sprijin logistic integrat. Astfel, în timp ce antreprenorii se pot concentra mai mult

pe aspectele comerciale și creșterea afacerii, noi ne ocupăm de toate serviciile de pe întregul lanț logistic: de la recepția și depozitarea mărfii, preluarea comenzilor, evaluarea cantitativă a produselor, picking, împachetare, livrare, eliberarea facturilor și AWB-urilor, predarea coletelor curierului agreat, relația cu clienții și un proces de retur simplificat, acolo unde este cazul.

Procesarea comenzilor



Elemente principale ale lanțului de aprovizionare

În toamna anului 2020 am demarat o investiție de peste 90 milioane € în noul nostru hub logistic situat la Km 19 pe autostrada A1.

Livrarea gratuită, livrarea a doua zi pentru comenzi care pot fi plasate chiar și până la miezul nopții, livrarea sâmbăta și duminica, și returul gratuit 60 de zile sunt unele dintre cele mai importante dorințe ale clienților. Pentru a le îndeplini, am creat un nou standard în ceea ce privește livrarea comenzilor online. Putem astfel să le oferim celor 244,5 mii de membri activi, care au un abonament Genius și se bucură de beneficii premium pe eMAG, livrarea rapidă, chiar și în aceeași zi.

Pentru a ajunge la o asemenea calitate a serviciilor, am investit constant, iar lanțul de aprovizionare eMAG are două elemente esențiale care fac acest lucru posibil: centrele logistice și flota de livrare.

În toamna anului 2020 am demarat o investiție de peste 90 milioane de euro în noul nostru hub logistic situat la Km 19 al autostrăzii A1. Parcul industrial din Joița este situat pe o suprafață de 290.000 mp, iar noul hub logistic se va întinde pe 130.000 de mp. Odată cu finalizarea acestuia, vom opera primele două depozite ca mărime din Europa Centrală și de Sud-Est. Hub-ul este realizat cu grijă față de mediu și comunitate, urmând a fi alimentat cu energie verde produsă de panouri fotovoltaice.

Această nouă infrastructură va fi pusă la dispoziția partenerilor eMAG prin FBE, care vor beneficia de servicii pe întreg lanțul logistic. Capacitatea de a stoca inventarul și de a procesa comenzile este esențială, la fel și flota de livrare eMAG.

Pentru a livra comenzi către clienții noștri, avem diferiți parteneri de transport și livrare care ne ajută să ținem pasul cu cererea. Alături de Sameday am lansat serviciul de livrare eMAG Green Delivery, ce

permite livrarea coletelor în București și Ilfov cu automobile 100% electrice.

De asemenea, punem la dispoziția clienților servicii de livrare door-to-door, dar și rețeaua de ridicare personală easybox, ce numără 2.386 de unități în România și Ungaria.



Recepție marfă



Depozitare



Inventar



Preluare comenzi și retururi



Pick and Pack



Eliberare facturi și AWB-uri în numele sellerului



Predarea coletelor curierului agreat

După ce ne ghidăm?

Cele 7 principii eMAG

Zeci de mii de clienți comandă zilnic de la eMAG și ne dorim ca fiecare dintre ei să aibă o experiență memorabilă. Ne ghidăm în acest demers după câteva principii sănătoase, care ne definesc și ne ajută în eforturile noastre de a fi destinația preferată de cumpărături a clienților.



1. Înțelegem clientul

Cuvântul dat e respectat. Îndeplinim fiecare promisiune pe care o facem clienților, partenerilor sau colegilor noștri. Înțelegem nevoile tuturor celor cu care lucrăm și suntem constant preocupați să fie din ce în ce mai mulțumiți de noi.



2. Gândim ca un antreprenor de succes

Mindset-ul antreprenorial ne ajută să înțelegem comportamentul clientului, dar și procesele și costurile din spate. Setăm obiective ambițioase, depășim obstacole și ne folosim de tehnologie pentru a obține tot ce ne-am propus.



3. Luăm decizii bazate pe date

Este parte din rolul fiecăruia dintre noi să analizăm și să îmbunătățim fluxurile din spatele muncii noastre. Înainte de a lua o decizie, analizăm date și insight-uri de „pe teren” și acționăm luând în calcul toate perspectivele: operaționale, tehnologice, financiare și umane.



4. Evaluăm impactul proiectelor noastre

Este important să ne stabilim indicatori și metrice pentru fiecare proiect. Atât la început, când analizăm resursele de care avem nevoie ca să obținem rezultate pe termen scurt și lung, cât și la final, pentru a ne asigura că replicăm succesul și învățăm din greșeli.



5. Acționăm responsabil

Acționăm de fiecare dată cu simț de răspundere. Luăm în calcul efectele pe care deciziile noastre le au asupra business-ului și ne asumăm rezultatele.



6. Ne susținem reciproc

Rezultatele noastre depind de relațiile de respect și încredere pe care le construim. Facem parte dintr-o singură echipă și scopul fiecăruia dintre noi este să o ajutăm să câștige.



7. Creștem împreună cu business-ul

Fiecare proiect e o provocare și un prilej nou de dezvoltare. A business-ului și a noastră, odată cu el. Analizăm fiecare experiență și învățăm constant cum să devenim mai buni, mai responsabili și mai pregătiți pentru ceea ce urmează.

Capitolul 2

Sustenabilitatea la eMAG

Prioritățile și obiectivele noastre
în domeniul sustenabilității

- ▶ De la concept la realitate: viziunea unei afaceri sustenabile
- ▶ Dialogul cu părțile interesate
- ▶ Ce raportăm? Temele materiale pentru Raportul de Sustenabilitate

De la concept la realitate:

Viziunea unei afaceri sustenabile

Ne-am propus să facem comerțul mai sustenabil în România și în regiune. Principiile eMAG ne ghidează și stau la baza fiecărei decizii pe care o luăm la nivel individual și colectiv, iar rezultatele noastre sunt expresia relațiilor pe care le construim pe baza încrederii și respectului.

Ce înseamnă sustenabilitatea? Perspectiva noastră.

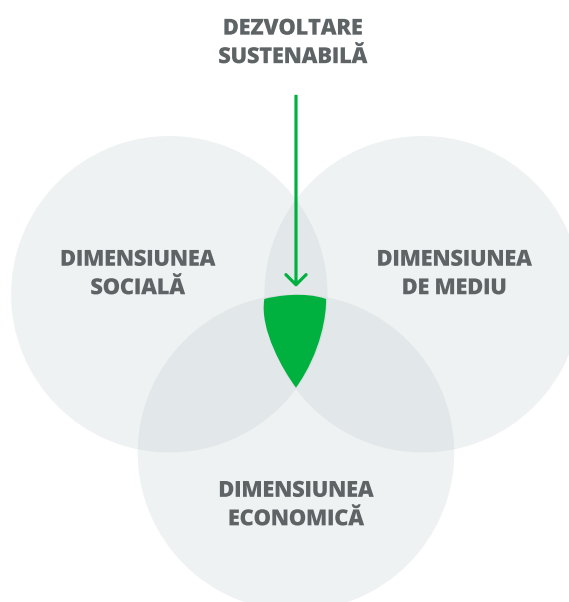
Sustenabilitatea este un concept interdisciplinar, chiar transdisciplinar, ceea ce înseamnă că poate fi regăsit în toate ariile din viața noastră și are nevoie de tratare și soluționare în toate disciplinele științei.

Conceptul sustenabilității cuprinde trei dimensiuni, care la rândul lor înglobează o mulțime de acțiuni pe care un stat, o companie sau o persoană responsabilă le ia în considerare pentru a acționa sustenabil. Cele trei dimensiuni sunt dimensiunea socială, dimensiunea economică și dimensiunea de mediu.

Din punct de vedere temporal, conceptul sustenabilității privește dincolo de prezent și trecut și ia în considerare interesele viitoare ale tuturor părților implicate. Prin urmare, satisfacerea nevoilor actuale nu poate fi obiectivul primordial. Acesta trebuie înlocuit cu crearea oportunităților pentru un viitor mai sustenabil. Această schimbare de paradigmă nu este ușor de realizat iar societatea românească va avea nevoie de timp pentru a se adapta la realitatea unei noi ordini, în care prioritățile vor fi diferite față de cele din prezent.

Pentru a reuși această schimbare de paradigmă, avem nevoie de educarea și implicarea tuturor actorilor societății - de la clasa politică, mediul de afaceri, societatea civilă, și a fiecărui cetățean.

Companiile joacă un rol crucial în această schimbare și pot facilita tranziția către o societate sustenabilă. Mai mult, companiile au o responsabilitate importantă, deoarece ele sunt actorii principali în economie și generează cea mai mare parte a emisiilor de carbon.



“Trebuie să devenim conștienți că acțiunile noastre au consecințe și că ceea ce facem astăzi pentru a ne satisface nevoile, ne poate costa scump în viitor. Fiecare dintre noi are datoria de a acționa responsabil. O facem nu pentru alții, ci pentru noi, pentru că noi suntem cei care vor avea de suferit. Viitorul nu poate fi altfel decât sustenabil.”

Tudor Manea,
CEO eMAG

De la concept la realitate

Viziunea unei afaceri sustenabile

Drumul pentru a deveni o afacere sustenabilă este lung și plin de provocări. Am demarat o multitudine de proiecte ce vizează cele trei dimensiuni ale sustenabilității: dimensiunea socială, cea economică și cea de mediu.

Drumul nostru către a deveni o afacere sustenabilă

O afacere sustenabilă are obiectivul de a oferi servicii sau produse care îndeplinesc criteriile de sustenabilitate. Mai mult, ea își va adapta întotdeauna operațiunile în așa fel încât să reducă impactul negativ pe cât de mult posibil.

Suntem în plin proces de a integra măsurile necesare pentru a realiza acest obiectiv. Cum am început acest demers? Prin aplicarea unor măsuri specifice, cum ar fi introducerea unor tehnologii inteligente de livrare, depozitare, dar și măsuri care țin de lanțul valoric și care privesc furnizorii și clienții noștri.

Noi, la eMAG, dorim să contribuim la combaterea schimbărilor climatice. Vrem să oferim un exemplu de bune practici atât pentru sectorul în care operăm, cât și pentru celelalte business-uri.

Suntem conștienți că procesul de a deveni o afacere sustenabilă este unul laborios, dar în același timp suntem convinși că drumul este în fapt țelul, iar din provocările apărute pe parcursul său avem ce învăța.

Creștem odată cu afacerea și învățăm constant cum să devenim mai buni, mai responsabili și mai pregătiți pentru ceea ce urmează.



În ultimul an, am analizat care sunt direcțiile strategice concrete asupra cărora ne vom concentra atenția. Analiza noastră a fost însoțită de o abordare care se bazează pe principiile eMAG, iar datele și informațiile legate de impactul nostru asupra mediului, mediului de afaceri și societății în care ne desfășurăm activitatea au fost luate în calcul.

Am identificat 4 piloni principali în cadrul cărora am dezvoltat o serie de teme, iar pentru fiecare temă am definit obiective aferente și un set de măsuri necesare pentru realizarea acestor obiective. Cei 4 piloni ai Planului de Sustenabilitate eMAG sunt:



Monitorizare

Înțelegem impactul nostru



Reducere

Minimizăm impactul nostru



Promovare

Încurajăm practici sustenabile



Grijă

Promovăm un comportament etic

Cei 4 piloni ai planului de sustenabilitate eMAG



01. Monitorizare

Acest pilon formează baza analitică pentru Planul de Sustenabilitate. Primul pas este să înțelegem care este impactul pe care îl avem asupra mediului, care sunt sursele de consum și poluare în cadrul operațiunilor noastre și cum pot fi ele reduse sau chiar eliminate pe termen lung.

Elaborăm în fiecare an o inventariere a emisiilor de gaze cu efect de seră, care stă la baza calculului amprente de carbon. Numai după această cuantificare, putem analiza cu exactitate care sunt oportunitățile noastre pentru a ne îmbunătăți.



02. Reducere

Al doilea pilon înglobează suma măsurilor pe care le-am identificat pentru fiecare secțiune de-a lungul lanțului valoric (produse, ambalaje, depozitare, livrare, infrastructură), cu scopul reducerii amprente de carbon.

Am dezvoltat măsuri de reducere specifice proceselor tehnologice din cadrul operațiunilor noastre și monitorizăm periodic progresele făcute în fiecare secțiune. Măsurile de reducere sunt complementate de compensarea emisiilor de carbon rămase.



03. Promovare

Acest pilon cuprinde toate inițiativele pe care le susținem din fonduri proprii și prin diferite parteneriate.

În centrul acestei direcții se află clientul și motivarea noastră de a-i oferi soluții care îndeplinesc criteriul economiei circulare. Transformarea internă este, de asemenea, un pas la fel de important – alături de angajații noștri devenim o afacere mai sustenabilă.



04. Grijă

Promovăm un comportament etic, ce tratează cadrul de guvernare corporativă care formează baza desfășurării relației noastre cu angajații, partenerii de afaceri și comunitățile locale în care ne desfășurăm activitatea principală, precum și activitățile aferente.

Obiective de dezvoltare durabilă prioritare pentru eMAG

Prin aplicarea Planului de Sustenabilitate aducem o contribuție la realizarea obiectivelor de dezvoltare durabilă în România și regiune.

Obiectivele de Dezvoltare Durabilă (ODD) au fost adoptate de către toate statele membre ale Organizației Națiunilor Unite în 2015 pentru a pune capăt sărăciei și a reduce inegalitățile, pentru a combate schimbările climatice și a proteja mediul înconjurător, și pentru a construi societăți mai pașnice și prospere până în 2030.

Am analizat cu atenție atât ariile în care grupul eMAG are un impact semnificativ, cât și cele în care își poate intensifica contribuția la realizarea obiectivelor de dezvoltare durabilă. Rezultatul este un număr de 8 ODD-uri pe care ne canalizăm atenția. Fiecare obiectiv este susținut prin intermediul unor măsuri specifice, ancorate în cei patru piloni ai Planului de Sustenabilitate.



OBIECTIVUL 4

Educație de calitate

Obiectivul numărul 4 este înrădăcinat în principiul accesului universal și neîngrădit la educație precum și acela al promovării oportunităților de învățare continuă. Noi la eMAG, avem convingerea că la baza oricărei societăți democratice, bazate pe respect, valori umane și egalitate de șanse, stă educația.

De aceea, am implementat un sistem de acces universal la cursuri educaționale și programe de formare profesională pentru angajații noștri. Mai mult, în parteneriat cu Fundația Nouă ne pasă (Fundația eMAG) am depus eforturi pentru implementarea unor programe de prevenție a abandonului școlar și de promovare a oportunităților educaționale în comunitățile vulnerabile.

Puteți citi mai multe despre programele dedicate angajaților [aici](#), iar [aici](#) regăsiți programele și rezultatele proiectelor derulate de către Fundația Nouă ne pasă (Fundația eMAG).



OBIECTIVUL 8

Muncă decentă și creștere economică

După cum indică și denumirea, obiectivul numărul 8 pune pe agendă subiecte precum promovarea unei societăți sustenabile economic și incluzive precum și o piață de muncă productivă care asigură un trai decent pentru fiecare dintre noi.

Suntem o companie românească și ne dorim să aducem valoare adăugată economiei locale atât prin prezența cât și prin operațiunile noastre. De aceea, depunem eforturi continue și susținute pentru încurajarea mediului antreprenorial din România.

Mai mult, ne implicăm în dezvoltarea infrastructurilor locale pentru a contribui la crearea de locuri de muncă și investim în noi tehnologii sectoriale care facilitează intrarea pe piață a micilor antreprenori.

Despre eforturile de încurajare a mediului antreprenorial puteți citi mai multe [aici](#), iar despre proiectele de infrastructură [aici](#) și [aici](#).



OBIECTIVUL 10

Inegalități reduse

Inegalitatea este un obstacol în procesul de dezvoltare al unei societăți durabile, de aceea obiectivul numărul 10 propune o serie de priorități pentru reducerea inegalității atât în interiorul granițelor naționale cât și în exteriorul acestora.

La eMAG am asimilat aceste priorități în cadrul tuturor regulamentelor de conduită internă, a politicilor de angajare și salarizare precum și în relațiile contractuale cu partenerii noștri.

[Aici](#) și [aici](#) puteți citi mai multe despre demersurile noastre.



OBIECTIVUL 11

Orașe și comunități durabile

Obiectivul 11 promovează tematica orașelor și a așezărilor umane și detaliază principalele direcții strategice pentru dezvoltarea acestora astfel încât să fie deschise tuturor, sigure, reziliente și sustenabile.

Ne dorim ca impactul eMAG să fie unul pozitiv și de durată, de aceea am gândit și implementat soluții sustenabile pe întreg lanțul nostru de aprovizionare. Pentru bunăstarea cetățenilor din București cât și a celor din zonele conexe capitalei am electrificat flota de livrare iar pentru reducerea amprente de carbon la nivel regional am dezvoltat rețeaua de livrare easybox în România și Ungaria.

Nu în ultimul rând, noul nostru parc industrial a fost construit conform cerințelor BREEAM, cel mai important standard pentru clădiri sustenabile din lume.

Mai multe detalii despre operațiunile noastre verzi [aici](#).



OBIECTIVUL 12

Consum și producție responsabile

Decuplarea creșterii economice de nivelul emisiilor de CO₂ și efectele sale asupra mediului necesită un nou model de consum și producție durabil, iar obiectivul 12 detaliază atât indicatorii cât și obiectivele necesare pentru a adopta acest model. eMAG susține modelul economiei circulare și de aceea, pe parcursul anilor, am devotat timp și resurse pentru a putea oferi servicii și produse circulare clienților noștri.

De asemenea, prin intermediul unui nou sistem de evaluare dorim să construim un lanț de aprovizionare mai durabil prin încurajarea achizițiilor sustenabile în rândul partenerilor noștri. Mai multe detalii despre consumul responsabil [aici](#).



OBIECTIVUL 13

A acțiune climatică

Obiectivul 13 evidențiază gravitatea impactului creat în urma încălzirii globale și urgentează implementarea unor măsuri pentru combaterea crizei climatice.

O schimbare durabilă nu poate fi realizată decât printr-un efort colectiv și acțiuni concrete. La eMAG, primul pas a fost unul de analiză internă și apoi dezvoltarea unui plan integrat de măsuri pentru reducerea emisiilor de carbon.

Astfel, am reușit să atingem neutralitatea de carbon pentru operațiunile noastre și vom continua să ne îmbunătățim performanțele în acest sens. Mai mult decât atât, dorim ca lupta pentru combaterea schimbărilor climatice să devină un obiectiv comun pentru mediul de afaceri și de aceea am lansat Angajament pentru Mediu, primul demers de acest fel din România.

Mai multe informații despre acțiunile noastre pentru mediu puteți citi [aici](#).



OBIECTIVUL 15

Viața terestră

Viața terestră reprezintă suma interacțiunilor dintre toate ecosistemele vii ale plantei, iar obiectivul 15 înglobează toate acțiunile necesare protejării și restaurării ecosistemelor și a biodiversității asociate acestora. Fiecare intervenție umană asupra unui ecosistem atrage după sine o serie de consecințe. În cadrul eMAG, ne dorim ca aceste consecințe să fie unele pozitive și de aceea am demarat o serie de acțiuni menite să protejeze biodiversitatea țării noastre.

Astfel, am încheiat un parteneriat cu Fundația Conservation Carpathia prin care ne propunem

să contribuim în mod direct la conservarea florei și faunei sălbatice din România.

De asemenea, lucrăm la transformarea terenurilor aride din jurul parcului nostru industrial într-un ecosistem bogat prin plantarea unei păduri.

Despre contribuția noastră la protejarea vieții terestre puteți citi [aici](#) și [aici](#).



OBIECTIVUL 17

Parteneriate pentru realizarea obiectivelor

Obiectivul 17 aduce în prim plan și evidențiază rolul pe care îl joacă parteneriatele puternice în dezvoltarea durabilă. eMAG este promotorul ideilor și soluțiilor inovatoare și de aceea menținem deschise canalele de comunicare pentru toți cei care necesită sprijinul nostru.

Pentru că ne place să ne implicăm, de cele mai multe ori sprijinul se transformă în colaborări directe cu partenerii noștri. Un exemplu este parteneriatul nostru cu GreenTech, dezvoltator al primului proiect pentru compensarea emisiilor de CO² acreditat pe piața internațională de carbon, Gold Standard.

De-a lungul timpului am colaborat cu o varietate de parteneri și suntem proactivi în promovarea colaborării pentru un țel comun.

Mai multe despre parteneriatul nostru cu GreenTech puteți afla [aici](#).

eMAG devine participant al UN Global Compact

Pentru a reitera angajamentul pe care ni l-am asumat prin Planul de Sustenabilitate, eMAG a devenit participant al UN Global Compact a Organizației Națiunilor Unite, cea mai mare inițiativă pentru dezvoltare durabilă din lume.

Astfel, eMAG reconfirmă principiile de dezvoltare durabilă și angajamentul ferm de a implementa un set de măsuri menite să contribuie la limitarea încălzirii globale la 1,5°C, conform Acordului de la Paris.

WE SUPPORT



Dialogul cu părțile interesate

Cu cine ne consultăm

Activitățile și produsele noastre au un impact direct și indirect asupra unei varietăți de părți interesate cum ar fi angajații, clienții, partenerii de afaceri, furnizorii, comunitățile locale, reprezentanții media, partenerii academici, asociațiile profesionale, ONG-urile și nu în ultimul rând instituțiile statului. Deciziile noastre sunt fundamentate pe principii precum transparența, cooperarea și grija pentru mediu. De asemenea, suntem de părere că pentru a contribui într-un mod eficient la dezvoltarea sustenabilă a economiei și societății românești este nevoie de un dialog continuu și susținut.

Drumul către atingerea Obiectivelor de Dezvoltare Durabilă nu este unul care poate fi parcurs individual. Cu toate acestea, cu toții avem o abordare unică asupra direcțiilor și acțiunilor care ne pot îndruma în acest demers.

Noi am definit această abordare cu ajutorul angajaților și părților interesate externe și depunem eforturi continue în vederea dezvoltării acesteia. Suntem într-un proces de evaluare și învățare continuă și considerăm că menținerea unei relații deschise cu părțile noastre interesate poate rezulta într-un sprijin reciproc în tranziția României către o societate și economie sustenabile.

Dialogul cu părțile interesate

Mai presus de toate, ne-am dorit ca în procesul nostru de consultare să subliniem importanța fiecărei opinii în parte.

De asemenea, am luat în considerare varietatea de expertize cărora ne adresăm și am considerat important ca fiecare respondent să poată relaționa la un nivel personal și profesional în dialogul cu eMAG.

De aceea, pentru a satisface aceste aspecte și a asigura o interacțiune deschisă și bazată pe onestitate, am optat pentru structurarea dialogului sub forma unui chestionar anonimizat.

În cadrul chestionarului am operaționalizat conceptul de sustenabilitate și l-am fragmentat conform tuturor dimensiunilor aferente acestuia, rezultând 6 categorii relevante atât la nivel individual cât și la nivel global.

Dialogul intern a reconfirmat dedicarea echipelor și managerilor pentru a adresa toate aspectele legate de sustenabilitate și mediu, precum și pentru responsabilizarea la nivel de individ. Pentru a creiona o imagine de ansamblu, chestionarul a fost trimis atât către angajații, cât și către managerii departamentelor din cadrul eMAG. La nivel intern, rata de răspuns a fost în medie de 85%, relevând dorința de a contribui atât la nivel individual cât și de companie, la atingerea obiectivelor de sustenabilitate.



În rândul stakeholderilor externi, rata de răspuns a fost de 68%, rezultat mai mult decât satisfăcător, completarea fiind voluntară.

De aceeași implicare ne-am bucurat și din partea partenerilor externi. [Chestionarul a fost direcționat către furnizori, clienți, reprezentanți ai instituțiilor centrale și locale, organizații locale și ONG-uri, reprezentanți media, asociații profesionale românești și europene și mediul academic.](#)

Ce raportăm?

Viziunea părților noastre interesate asupra subiectelor prioritare este concentrată în categoriile ce vizează mediul, angajații, operațiunile, și produsele și serviciile.

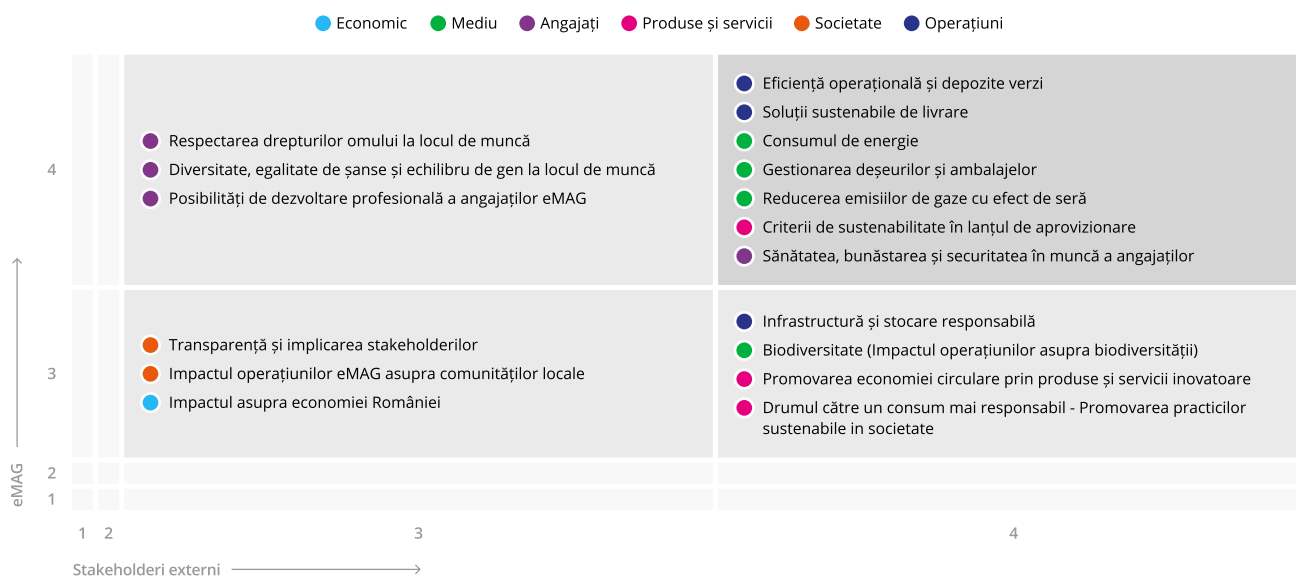
Conform răspunsurilor primite, în topul subiectelor de interes se află gestionarea deșeurilor și ambalajelor și reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră. Un interes similar, și de altfel unanim, în rândul categoriilor de respondenți, a fost acordat impactului operațiunilor eMAG asupra comunităților locale.

În ceea ce privește specificitatea sectorului în care activează eMAG, o atenție sporită este dedicată soluțiilor sustenabile de livrare, economiei circulare și impactului nostru asupra economiei României. Nu în ultimul rând, un loc special în ierarhia priorităților a fost rezervat dezvoltării profesionale a angajaților eMAG și egalității de șanse la locul de muncă. Dialogul cu părțile interesate a relevat numeroase puncte de convergență în ceea ce privește percepția asupra sustenabilității și rolul eMAG în societatea și

economia românească. În chestionar, respondenții au primit o listă cu 24 de teme, pentru care au fost rugați să asocieze gradul de relevanță pentru Raportul de Sustenabilitate, după cum urmează:

- 1 Lipsit de importanță;
- 2 Mai puțin important, mi se pare o informație adițională;
- 3 Important, voi citi informațiile dacă vor fi disponibile în raport;
- 4 Foarte important, aștept să aflu mai multe informații;

Temele care au obținut un grad de relevanță între 3 și 4 au fost incluse în acest raport.



Temele materiale pentru Raportul de Sustenabilitate

Cele 17 teme identificate de părțile interesate externe și interne ca fiind materiale pentru Raportul de Sustenabilitate 2020 sunt evidențiate mai jos. Aceste teme sunt adresate în capitolele ce urmează.

MEDIU

- ☞ Consumul de energie
- ☞ Gestionarea deșeurilor și ambalajelor
- ☞ Biodiversitate (Impactul operațiunilor asupra biodiversității)
- ☞ Reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră

OPERAȚIUNI

- ☞ Eficiență operațională și depozite verzi
- ☞ Soluții sustenabile de livrare
- ☞ Infrastructură și stocare responsabilă de date

PRODUSE ȘI SERVICII

- ☞ Promovarea economiei circulare prin produse și servicii inovatoare
- ☞ Drumul către un consum mai responsabil - promovarea practicilor sustenabile în societate
- ☞ Criterii de sustenabilitate în lanțul de aprovizionare

ECONOMIC

- ☞ Impactul asupra economiei României

ANGAJAȚI

- ☞ Sănătatea, bunăstarea și securitatea în muncă a angajaților
- ☞ Respectarea drepturilor omului la locul de muncă
- ☞ Diversitate, egalitate de șanse și echilibru de gen la locul de muncă
- ☞ Posibilități de dezvoltare profesională a angajaților eMAG

SOCIETATE

- ☞ Impactul operațiunilor eMAG asupra comunităților locale
- ☞ Transparență și implicarea stakeholderilor

Capitolul 3

Angajamentul eMAG pentru combaterea schimbărilor climatice

- ▶ Drumul nostru către neutralitatea de carbon
- ▶ Parteneriatele eMAG pentru protejarea mediului
- ▶ Contribuția noastră la conservarea biodiversității

Sinteză și obiective

Ne-am asumat să investim în cele mai avansate tehnologii, pentru a reduce impactul asupra mediului, a susține dezvoltarea durabilă în regiunile în care ne desfășurăm activitatea și, nu în ultimul rând, a fi un punct de referință pentru mediul de afaceri și consumatori în același timp.

Cifre cheie



Am atins **nivelul net zero al emisiilor de carbon** pentru operațiunile noastre directe în anul 2020

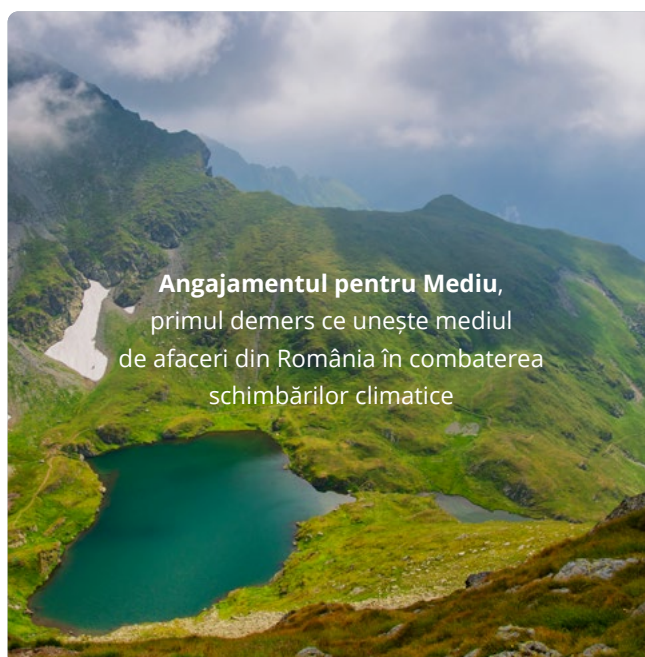


3.629 MWh de energie din surse regenerabile furnizată în 2021



777 tone de CO₂ evitate în urma planurilor de reducere a emisiilor de carbon

Compensarea emisiilor directe: **5.454 de tone de CO₂** compensate prin singurul proiect de compensare regional acreditat Gold Standard



Angajamentul pentru Mediu, primul demers ce unește mediul de afaceri din România în combaterea schimbărilor climatice

Sinteză și obiective

Atingerea neutralității de carbon este responsabilitatea pe care o avem față de planetă, generațiile viitoare și față de noi înșine. Obiectivele pe care le stabilim an de an ne ajută să îndeplinim acest angajament.

Obiective



10 hectare de pădure plantată lângă noul parc logistic în 2022



Consolidarea Angajamentului pentru Mediu și atragerea **de semnături noi**

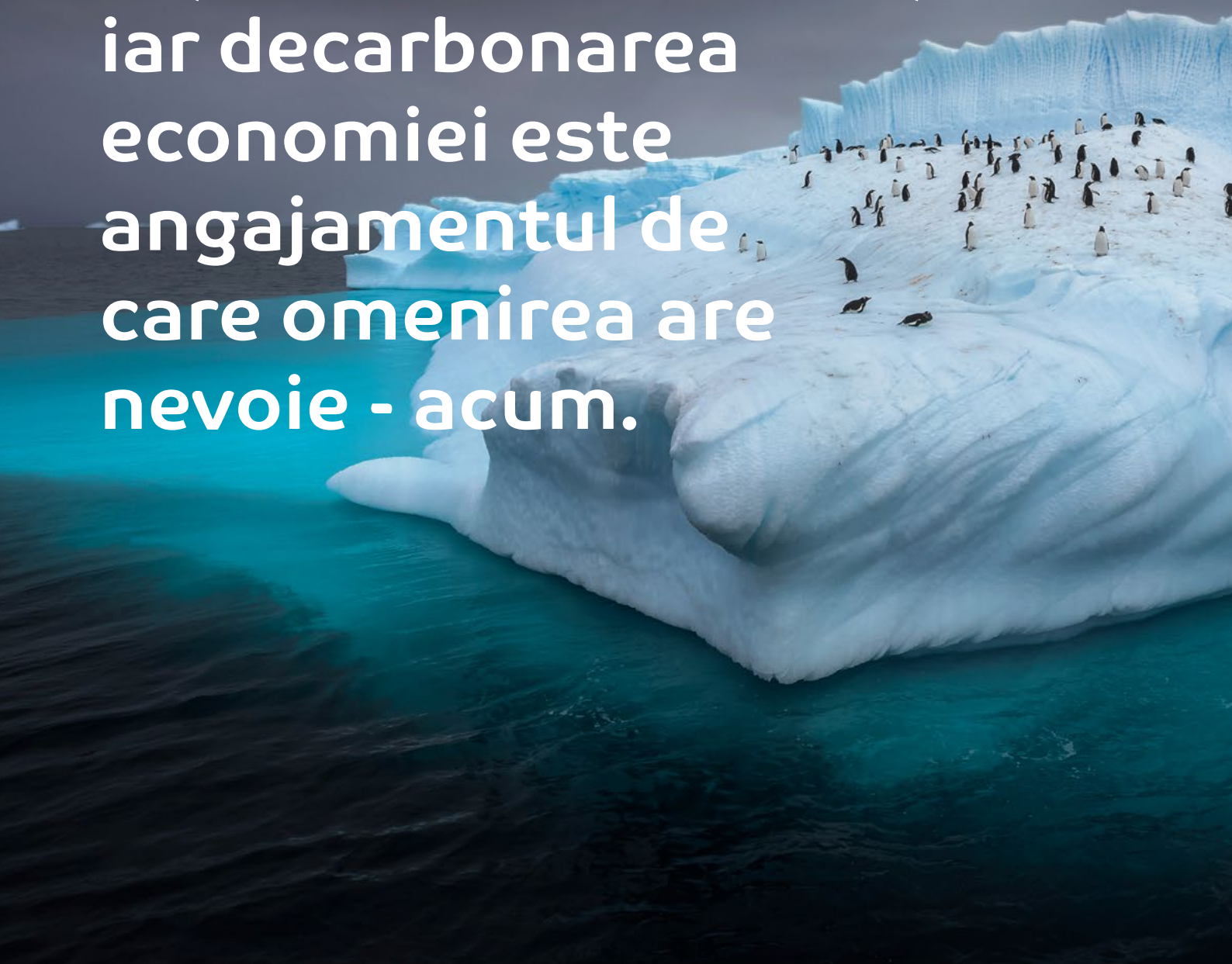


Atingerea neutralității de carbon în operațiunile proprii și lanțul de aprovizionare **în următorii 10 ani**

**Conservarea pădurilor sălbatice din România
și sprijinirea înființării unui Parc Național
în Munții Făgăraș alături de
Fundația Conservation Carpathia**

Amenințarea este reală.

Încălzirea globală
și efectele ei asupra
climei sunt o provocare
pe care o simțim cu
toții, dincolo de granițe,
iar decarbonarea
economiei este
angajamentul de
care omenirea are
nevoie - acum.



Ce face eMAG pentru a adresa schimbările climatice?

Eforturile noastre sunt ghidate de obiectivul decarbonării activităților economice, iar instrumentele pe care le-am dezvoltat pentru a atinge acest obiectiv ambițios sunt o continuare a principiilor noastre de bază: tehnologia și antreprenoriatul.

Abordarea noastră pentru a adresa schimbările climatice este una amplă, bazată pe cele mai bune practici din sectoarele în care companiile din grup își desfășoară activitatea.

Am înțeles că trebuie să acționăm urgent, dar acțiunea nu se oprește la poarta noastră, ci trebuie transmisă și preluată dincolo de operațiunile eMAG: în rândul furnizorilor, partenerilor și chiar competitorilor noștri. Încălzirea globală nu se oprește la frontierele unor țări sau continente, iar efectele ei afectează ecosistemele și populațiile din toate regiunile planetei.

Prin urmare, succesul afacerii noastre este strâns legat de abilitatea de a ne adapta la aceste provocări globale și, mai mult decât atât, de a asigura generațiilor viitoare accesul la o viață echitabilă și în armonie cu natura.

În acest sens, vom demara o inițiativă fără precedent în România:

Angajament pentru Mediu, un demers ce reunește mediul de afaceri din România în asumarea unui viitor sustenabil.

Privind activitatea noastră directă, a fost necesar să înțelegem impactul real și cuantificat pe care acesta îl are asupra mediului. Am inițiat o analiză aprofundată a activităților noastre de afaceri, am măsurat consumul de energie în toate locațiile și am calculat nivelul emisiilor de carbon, aplicând metodologia protocolului GES.

Al doilea pas crucial a fost identificarea soluțiilor prin care putem reduce impactul asupra mediului. Soluțiile pe care le-am identificat sunt variate și implică toate entitățile și departamentele grupului eMAG, cât și ale partenerilor noștri.

Al treilea pas îl reprezintă compensarea emisiilor de carbon care nu au putut fi evitate, prin proiecte de compensare acreditate și credibile.

Drumul nostru către neutralitatea de carbon

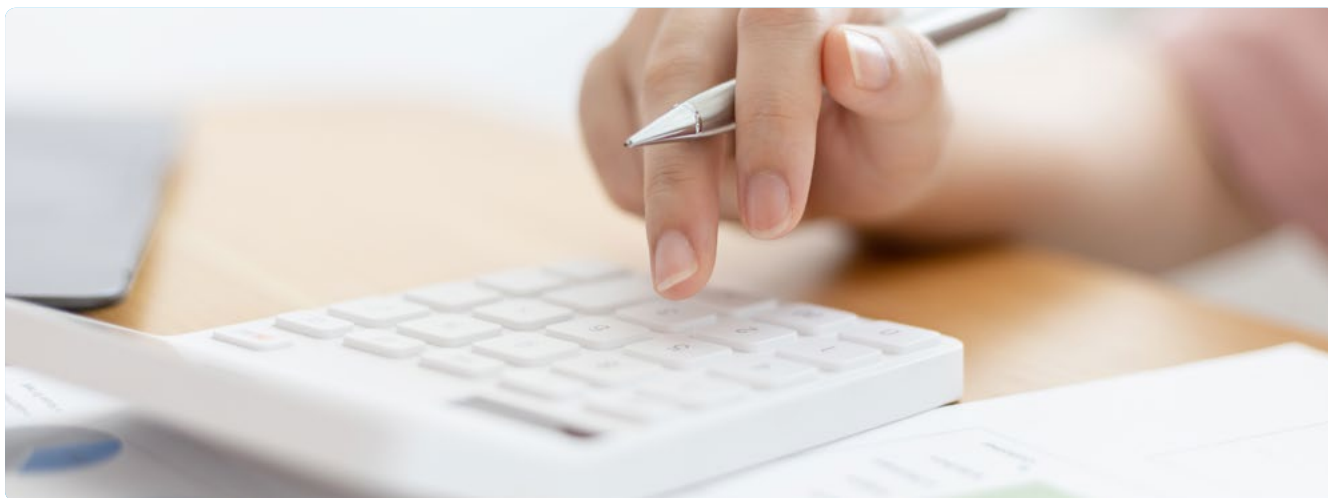
Schimbările climatice reprezintă cea mai mare amenințare cu care se confruntă lumea modernă.

Consecințele emiterii necontrolate a gazelor cu efect de seră în atmosferă în ultimul secol sunt vizibile în ziua de azi: temperaturi din ce în ce mai ridicate, inundații, secete și fenomene meteorologice extreme care amenință natura și omul în egală măsură.

Amprenta de carbon eMAG: Obiectivul pentru 2020 a fost să obținem neutralitatea de carbon a operațiunilor noastre. Am elaborat inventarul GES, iar acesta înglobează toate emisiile generate la nivelul operațiunilor grupului¹, reprezentând astfel amprenta de carbon a grupului eMAG.

Apoi, am demarat procesul de a compensa emisiile de carbon rămase prin proiecte de compensare credibile și acreditate de instituții renumite la nivel internațional pentru a atinge neutralitatea de carbon.





Studiu de caz

Ce este amprenta de carbon și cum se calculează?

Amprenta de carbon reprezintă suma emisiilor de carbon generate de o companie, o activitate sau pe durata întregului ciclu de viață al unui produs. Mai precis, amprenta de carbon include emisiile de dioxid de carbon directe și indirecte.

Domeniul de aplicare 1

Emisii operaționale directe

Emisiile directe sunt cuprinse în domeniul de aplicare 1 și sunt în gestiunea organizației. Acestea includ arderea combustibililor în clădiri, transportul cu vehiculele aflate în proprietatea organizației raportoare și scurgerile de agenți frigorifici (emisii fugitive).

Domeniul de aplicare 2

Emisii operaționale indirecte

Domeniul de aplicare 2 include toate emisiile indirecte de dioxid de carbon generate de consumul de energie electrică cumpărată, încălzire centralizată/răcire sau vapori.

Domeniul de aplicare 3

Emisii indirecte din lanțul de aprovizionare

Domeniul de aplicare 3 include emisiile de carbon create de-a lungul lanțului de aprovizionare și respectiv pe durata ciclului de viață al unui produs.

Printre altele, acest domeniu înglobează transportul rutier al angajaților care fac naveta, călătoriile de afaceri, producția de materiale achiziționate și activități externalizate, cum ar fi transportul de mărfuri, precum și deșeurile generate prin operațiunile noastre.

Amprenta de carbon a grupului eMAG

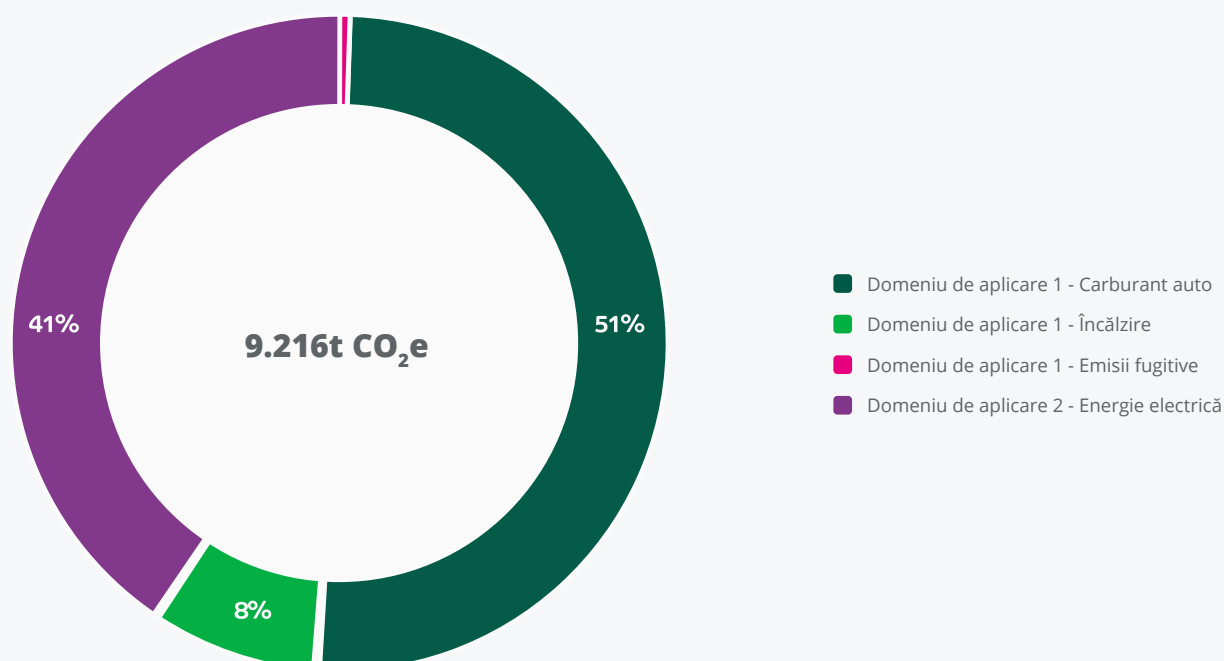
Domeniul de aplicare 1 conține consumul de carburant al flotei noastre de vehicule, care s-a ridicat la 1.767.237 de litri de benzină și motorină, traducându-se într-un consum de energie de 60.256 GJ. De asemenea, consumul de gaze naturale a fost de 13.922 GJ (echivalent 3.914 MWh) pentru toate locațiile în 2020.

Domeniul de aplicare 2 conține consumul energiei electrice achiziționate, care s-a ridicat la un total de 14.604 MWh în 2020. Energia electrică ce provine din

surse regenerabile de energie a fost de 3.629 MWh, traducându-se într-o cotă de 25% din totalul energiei electrice furnizate. Consumul de energie din surse regenerabile nu este inclus în calculul amprentei de carbon, conform abordării de piață a protocolului GES³.

Mai multe detalii privind consumul de energie al grupului eMAG pot fi găsite [aici](#).

Amprenta operațională de carbon², anul 2020



Evoluția amprentei de carbon

În anul 2020, eMAG a reușit să reducă amprenta de carbon cu 777 de tone de CO₂ sau cu 8,4% față de anul 2019.

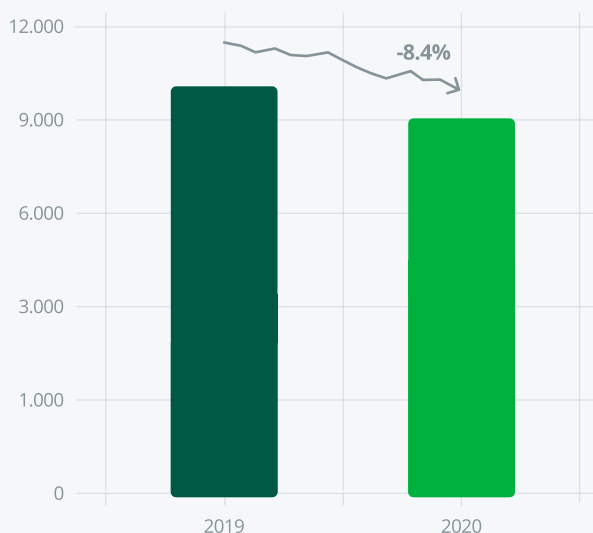
Anul de referință pe care îl utilizăm pentru a măsura progresele făcute în termeni de reducere a amprentei de carbon este anul 2019. În 2020, eMAG a reușit să-și reducă amprenta de carbon cu 777 de tone de CO₂, sau cu 8,4% față de anul de referință.

În contextul creșterii veniturilor cu 48% față de anul 2019, și implicit a operațiunilor, reducerea amprentei de carbon cu peste 8% trebuie privită ca o adevărată performanță.

Intenționăm să continuăm demersul de a decupla creșterea economică de emisiile de carbon, considerându-l drept direcție cheie în regândirea modelului nostru economic.

Despre măsurile care ne-au ajutat să reducem amprenta de carbon a operațiunilor noastre puteți citi [aici](#).

Evoluția amprentei operaționale de carbon [t CO₂ echivalent], anii 2019 și 2020



Intensitatea de carbon

Intensitatea de carbon pentru 1 USD din venitul grupului eMAG s-a redus la 4,2 grame de CO₂ în 2020.

Ce este intensitatea de carbon și cum ne ajută să înțelegem mai bine amprenta de carbon?

Sectorul în care ne desfășurăm activitatea este unul dinamic, aflându-se într-o perioadă de tranziție și continuă creștere. Prin urmare, volumul activității economice poate suferi schimbări semnificative de la un an la altul, și odată cu el și nivelul emisiilor de carbon generate în cadrul operațiunilor. Tocmai de aceea, considerăm că este relevant să monitorizăm atât nivelul emisiilor totale de carbon generate anual, exprimat în amprenta de carbon operațională, cât și intensitatea de carbon, care ne permite să înțelegem evoluția emisiilor de CO₂ dincolo de fluctuația activităților economice.

Intensitatea de carbon a eMAG

Intensitatea de carbon poate cuantifica nivelul emisiilor de carbon per unitate de măsură, fie pentru 1 dolar din venituri, fie per kilometru din distanță totală parcursă, și face posibilă compararea evoluției nivelului de emisii atât cu anii precedenți, cât și cu alți jucători din piață. Indicatorul intensității de carbon monitorizat de eMAG exprimă relația între nivelul emisiilor de carbon și veniturile într-un anumit interval de timp.

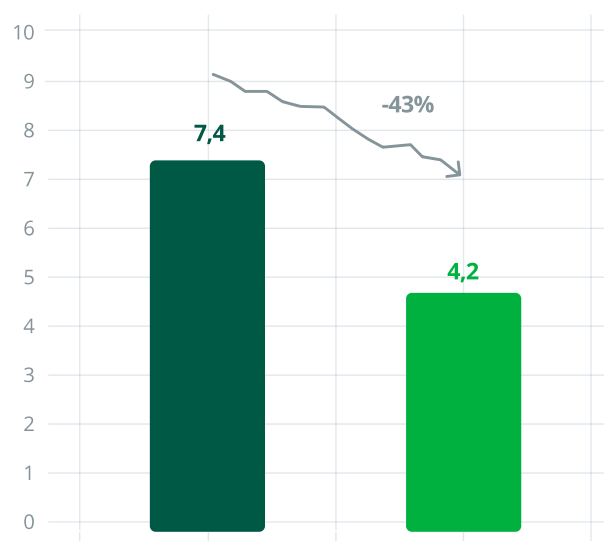
Exercițiul de a calcula intensitatea de carbon la nivelul fiecărui an financiar ne ajută să monitorizăm progresul făcut în a decarbona operațiunile noastre.

La baza calcului nostru a stat amprenta de carbon operațională, raportată la veniturile grupului eMAG, exprimat în dolari (USD), în anul 2020 și anul de referință 2019.

În 2019, veniturile totale au fost de 1.358 milioane USD, crescând la un total de 2.199 milioane USD în 2020. În schimb, amprenta de carbon a scăzut, de la 9.993 t CO₂e în 2019 la 9.216 t CO₂e în 2020.

Prin urmare, intensitatea de carbon pentru 1 USD a atins 4,2 grame de CO₂ în 2020, o reducere de 43% comparativ cu anul de referință 2019, când 1 USD din venitul grupului încă genera 7,4 de grame de CO₂.

Intensitatea de carbon, 2019 și 2020 [g CO₂ echivalent per USD din veniturile grupului eMAG]



Ce urmează?

Inventarierea domeniului de aplicare 3 și calcularea amprenteii de carbon comprehensivă

Pentru a obține o înțelegere completă a impactului nostru asupra mediului, am demarat procesul laborios de a inventaria emisiile indirecte, generate de-a lungul lanțului nostru de aprovizionare.

Anul viitor, vom cuantifica pentru prima oară nivelul emisiilor generate de furnizorii noștri în urma tuturor serviciilor pe care le-am externalizat, al celor generate de angajații noștri în cadrul călătoriilor de afaceri, al drumurilor parcurse către locul de muncă, emisiile generate de produsele vândute de noi pe durata ciclului de viață al acestora, precum și emisiile generate în urma eliminării acestor produse.

Anul de referință pentru domeniul de aplicare 3 al amprenteii de carbon eMAG va fi anul 2019. Am ales acest an deoarece dorim să obținem o imagine reală a emisiilor generate înainte de pandemia COVID-19, într-un scenariu business-as-usual.



Parteneriatul nostru cu **Fundația Conservation Carpathia**

Proiectul Fundației Conservation Carpathia (FCC) a început prioritar cu protejarea de păduri și pășuni alpine în estul munților Făgăraș, iar din anul 2012 fundația a început să se implice activ și în refacerea zonelor degradate.

Ce este Fundația Conservation Carpathia și cu ce se ocupă?

Fundația Conservation Carpathia (FCC) preconizează o schimbare de paradigmă în ceea ce privește modul în care ne folosim pădurile în viitor. În loc de a le vedea doar ca pe o sursă de lemn, FCC promovează protecția unei mari părți a pădurilor montane ca instrument de protecție a tuturor românilor în ceea ce privește schimbările climatice, ca o opțiune viabilă și ușoară de combatere a schimbărilor climatice, prin sechestrarea carbonului din atmosferă și ca o oportunitate de a crea o economie rurală durabilă prin ecoturism.

Din anul 2009 și până astăzi, proiectul a salvat de la exploatare peste 25.000 de hectare de păduri în sud-estul munților Carpați, unde a inițiat și lucrări de reîmpădurire și a stabilit măsuri de protecție, toate în folosul comunităților locale.

Proiectul FCC este unic în România și reprezintă una din cele mai importante inițiative de conservare din Europa.

Ce presupune parteneriatul eMAG cu FCC?

Prin parteneriatul cu FCC, eMAG își propune să contribuie în mod direct la conservarea florei și faunei sălbatice din România. Proiectul ambițios ne dă oportunitatea să avem un impact local și să ne implicăm în protejarea mediului alături de un partener competent și cu o experiență îndelungată în acest domeniu.

Pe termen lung, ne propunem să salvăm alături de FCC o suprafață cât mai mare a pădurilor din Munții Făgăraș, și nu numai.

O altă componentă importantă a parteneriatului cu FCC este compensarea emisiilor de carbon care nu au putut fi evitate în urma activităților noastre operaționale. În următorii ani, ne propunem să compensăm un volum cât mai mare de emisii de carbon prin conservarea pădurilor.

Cum ajută pădurile la combaterea schimbărilor climatice?

Proiectele de conservare a pădurilor, care fac parte din tipologia proiectelor de sechestrare biologică a carbonului, joacă un rol important în combaterea încălzirii globale.

Pădurea este un depozit natural de dioxid de carbon iar masa lemnoasă și solul sunt locurile principale în care carbonul este sechestrat pe termen lung. Defrișarea pădurilor și folosirea masei lemnoase drept lemn de foc au un efect dăunător asupra mediului, eliberând în atmosferă carbonul stocat. Prin urmare, conservarea pădurilor are un efect benefic dublu asupra mediului, prin sechestrarea carbonului pe termen lung în masa lemnoasă și în sol.

Parteneriatul nostru cu GreenTech

Compania românească GreenTech este parte din Green Group, cel mai mare grup integrat de reciclare a deșeurilor din Europa Centrală și de Est. Înființată în anul 2002 la Buzău, GreenTech a deschis calea reciclării deșeurilor PET în România.

Cu ce se ocupă GreenTech?

Certificate de carbon prin reciclare

Cu o capacitate anuală de procesare a deșeurilor PET de 150.000 tone și fabrici în România, Slovacia și Lituania, GreenTech este astăzi unul dintre cei mai importanți reciclatori pentru deșeuri PET din Europa.

[GreenTech](#) este și un important producător european de rPET (granule reciclate pentru uz alimentar) și bandă PET (produs de legătorie), precum și furnizor de fulgi din PET, reciclat pentru producția fibrei sintetice poliesterice.

Am încheiat un parteneriat cu prima companie din Europa acreditată de Gold Standard pentru emiterea certificatelor de carbon rezultate din activitatea de reciclare a deșeurilor.

GreenTech este prima companie din Europa care obține pe piața voluntară certificate de carbon (VER) rezultate din activitatea de reciclare a deșeurilor, după ce a primit validarea Gold Standard pentru emiterea de 453.000 de astfel de certificate, echivalentul emisiilor salvate prin reciclarea deșeurilor PET pe o perioadă de 10 ani.

Cum funcționează compensarea emisiilor de carbon?

Compensarea emisiilor de CO₂, sau "offsetting", este o modalitate de a diminua impactul nostru asupra mediului. Se poate realiza prin inițierea sau susținerea unor proiecte durabile care vizează reducerea emisiilor GES prin neutralizarea sau

stocarea acestora. Compensarea emisiilor de CO₂ contribuie la echilibrarea amprente de carbon a eMAG. Cu toate acestea, rămâne o măsură pe care o aplicăm în mod suplimentar deoarece ea nu poate înlocui măsurile de reducere a emisiilor de CO₂ pe care le derulăm.

Compensarea se desfășoară pe piețe voluntare de carbon, unde se tranzacționează credite de carbon între poluatori, adică companii/persoane fizice care emit carbon, și dezvoltatori de proiecte care, prin desfășurarea lor, reduc emisiile de CO₂ la nivel global. Spre exemplu, una din cele mai mari piețe de carbon este platforma Gold Standard, iar GreenTech este primul dezvoltator european care a fost acreditat pe platforma.

Am compensat 5.454 de tone de carbon prin intermediul singurului proiect de compensare prin reciclare PET acreditat de Gold Standard în Europa.

Totodată, am demarat un demers comun privind Angajamentul pentru Mediu și intenționăm să clădim mai multe direcții ale unui parteneriat de sustenabilitate împreună cu GreenTech.

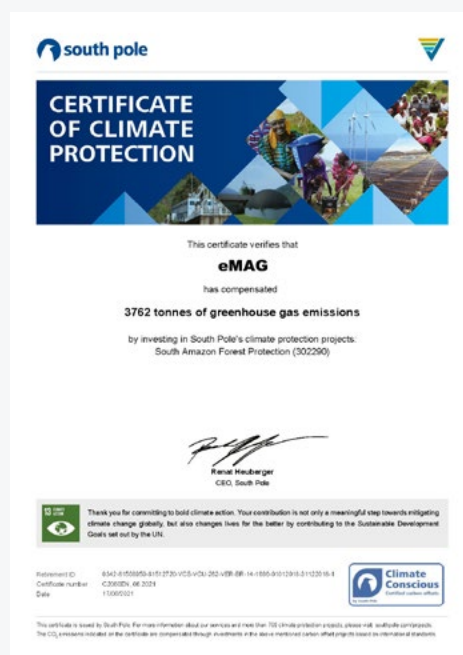
Compensarea amprente de carbon operaționale

În 2020, am compensat amprenta de carbon a operațiunilor noastre prin proiectul acreditat al GreenTech.

Partenerul nostru GreenTech este singurul dezvoltator de proiect în Uniunea Europeană care a primit o acreditare Gold Standard pentru emiterea certificatelor de carbon rezultate din reciclarea deșeurilor PET. Proiectul lor constă în reducerea emisiilor prin reciclarea PET-urilor și transformarea deșeurilor în produse reciclate cu amprentă de carbon redusă, cu aplicabilitate într-o multitudine de industrii. Într-o fază incipientă, am intrat în acest parteneriat pentru a ne reduce amprenta de carbon. În 2020, eMAG a compensat două treimi ale amprente operaționale de carbon (5.454 t CO₂e) prin intermediul proiectului GreenTech, echivalentul

domeniului de aplicare 1. Emisiile indirecte aferente domeniului de aplicare 2 (3.762 t CO₂e) au fost compensate printr-un proiect care protejează pădurile amazoniene împotriva defrișării, de asemenea acreditat de Gold Standard.

Pentru anul 2020, ne-am propus să compensăm amprenta operațională în întregime prin intermediul proiectelor cu impact în regiunea în care ne desfășurăm activitatea și să ne intensificăm parteneriatele pentru a continua protejarea mediului înconjurător într-un ritm accelerat.



**Am salvat
și dat în
conservare
350 de
hectare
de păduri
sălbatiche.**



Contribuția noastră la conservarea biodiversității

Impactul parcului logistic DC2 asupra biodiversității

Realizarea noului parc logistic a avut în vedere acreditarea BREEAM, ce include o analiză a impactului viitoareii construcții asupra biodiversității. Scopul acestei analize este asigurarea menținerii biodiversității sau chiar îmbunătățirea acesteia în urma proiectului. Pentru a afla situația pentru DC2, am comandat elaborarea unui raport ecologic.

Din raport reiese faptul că proiectul nostru are un impact pozitiv asupra biodiversității zonei analizate.

Conform legislației europene și române în vigoare, speciile existente în proximitatea parcului logistic nu sunt supuse măsurilor de protejare, ele fiind obișnuite cu prezența umană. Prin urmare, terenul pe care construim DC2 a fost categorizat drept "pământ cu valoare ecologică scăzută", deoarece speciile de plante, faună și insecte identificate la fața locului nu necesită măsuri de protecție.

Mai mult decât atât, proiectul nostru va îmbunătăți biodiversitatea existentă, având în vedere că ne-am propus să plantăm o pădure lângă depozitul nou. Suprafața totală a terenului este de aproximativ 30 de hectare, iar suprafața pe care o vom împăduri este de 10 hectare. Ne-am propus să finalizăm proiectul în primăvara anului 2022 și să plantăm cu ajutorul voluntarilor din rândul angajaților noștri.

Am ales diferite specii pentru a îmbunătăți biodiversitatea și în același timp pentru a ne asigura că păstrăm un mix autentic de specii din zona noastră climatică. Speciile pe care le vom planta sunt: stejarul, cerul, frasinul, mojdreanul și jugastrul.

Ce facem alături de FCC pentru a proteja biodiversitatea în Munții Făgăraș?

Noi la eMAG suntem bucuroși să vedem că acțiunile noastre au un impact real în îmbunătățirea situației pădurilor sălbatice ale României.

Am salvat și dat în conservare 350 de hectare de păduri sălbatice.

Am găsit un adevărat pionier în FCC, care ne ajută să operaționalizăm pasiunea noastră pentru natură și să o transformăm în acțiuni concrete care vor schimba viitorul României în bine.

Proiectul pentru realizarea Parcului Național Munții Făgăraș, derulat de FCC, vizează conservarea biodiversității și chiar restaurarea unui ecosistem care este pe cale de dispariție, reinstalând speciile autohtone în zonele defrișate și reintroducând și protejând specii ale faunei care au suferit în urma braconajului și vânătorii excesive din ultimii 20 de ani. În acest sens, am făcut un prim pas și am salvat 350 hectare de păduri sălbatice, pe care le-am dat în conservare în ocolul silvic FCC.

Mai mult, FCC a dezvoltat soluții aplicabile pentru a diminua conflictele între om și faună, în scopul de a obține acceptarea faunei sălbatice de către comunitățile locale pe termen lung.

Mai multe detalii despre proiectele FCC pot fi găsite [aici](#).



Capitolul 4 eMAG goes green

Operațiunile noastre verzi

- ▶ Clădiri sustenabile - Centrele noastre de logistică
- ▶ eMAG Green Delivery - Electrificarea flotei de livrare
- ▶ Easybox - Livrarea last-mile sustenabilă
- ▶ Combaterea poluării prin ambalaje mai prietenoase cu mediul
- ▶ Servicii responsabile pentru consumatori și mediul înconjurător

Sinteză și obiective

Atingerea neutralității de carbon reprezintă principalul obiectiv pe care ni l-am asumat prin Planul de Sustenabilitate. Un obiectiv ambițios și necesar în același timp. Planul încorporează măsurile de reducere a emisiilor care au fost identificate ca fiind cele mai eficace și compatibile pentru modelul nostru de afaceri.

Cifre cheie



Centrele logistice DC1 și DC2 obțin certificarea BREEAM, **calificativul „excellent”**



Centrul logistic DC1 este alimentat 100% cu **energie verde**, reprezentând 25% din totalul de energie electrică achiziționată de grupul eMAG



Sameday a înființat flota sa Green Delivery cu **vehicule electrice** pentru București și Ilfov



Pentru comenzile online, am renunțat la facturi pe hârtie și am evitat astfel generarea a **43 de tone de carbon pe an**

Datorită serviciului easybox am redus cu **15,8% amprenta de carbon** generată de livrarea comenzilor

Datorită semnării digitale a contractelor am evitat generarea a **3,7 tone de carbon în 2020**

Sinteză și obiective

Decarbonarea operațiunilor este un demers pe care eMAG îl urmărește pe termen lung și pentru care depunem eforturi substanțiale. Planul de Sustenabilitate prevede un set de măsuri pentru reducerea amprente de carbon și aduce valoare adăugată pentru un viitor sustenabil al afacerii noastre.

Obiective



Panouri fotovoltaice cu o capacitate de **1 MW** vor alimenta depozitul DC2 cu energie verde



Sameday își va extinde flota Green Delivery la **100 de vehicule electrice** până la sfârșitul anului 2022



Vom construi noile centre de logistică în conformitate cu standardul BREEAM pentru clădiri sustenabile



Ne-am propus să acredităm serviciul easybox drept serviciu sustenabil și vom continua povestea de succes: extindem rețeaua de lockere la un număr de **2.500 de unități în România și Ungaria** și lansăm primele lockere alimentate cu energie din surse regenerabile

Deși operațiunile noastre au crescut simțitor în 2020, amprenta de carbon a scăzut.

Suntem mândri de acest rezultat ce confirmă eficacitatea măsurilor luate la nivelul operațiunilor eMAG. Vom continua demersurile în acest sens și vom monitoriza progresele noastre și în anii viitori, progrese care ne vor duce la un nivel minim de emisii de carbon generate.

Clădiri sustenabile

Centrele noastre de logistică

Reducerea consumului de energie în depozite este una dintre măsurile pe care le-am identificat ca fiind relevante pentru reducerea amprente de carbon.

În acest sens, creșterea eficienței energetice este un aspect cheie pe care l-am avut în vedere pentru construcția noului centru logistic DC2.

Pentru proiectarea și execuția clădirii am aplicat cele mai avansate și sustenabile tehnologii existente pe piață. În prezent, clădirea se află în construcție. Întregul proiect va fi acreditat de către BREEAM, standardul internațional pentru clădiri sustenabile.

Construim noul centru logistic aplicând tehnologii sustenabile, acreditate BREEAM.

Cum funcționează BREEAM?

BREEAM este o colecție de standarde care urmărește obținerea unui impact redus asupra mediului cât și a unor condiții de confort superioare. Cerințele standardului BREEAM au influență asupra proiectului încă din faza de proiectare și până în momentul execuției.

În etapa de proiectare este urmărit modul în care se aplică cerințele și se realizează studii și analize pentru a găsi cea mai potrivită metodă de a implementa anumite cerințe. În etapa de execuție este monitorizată organizarea de șantier, pentru a asigura condiții de lucru sigure și sănătoase pentru angajați și pentru a reduce impactul asupra mediului pe care îl au lucrările de construcție.

De asemenea, pe șantier sunt monitorizate materialele și soluțiile folosite, pentru a respecta în continuare principiile setate în etapa de proiectare.

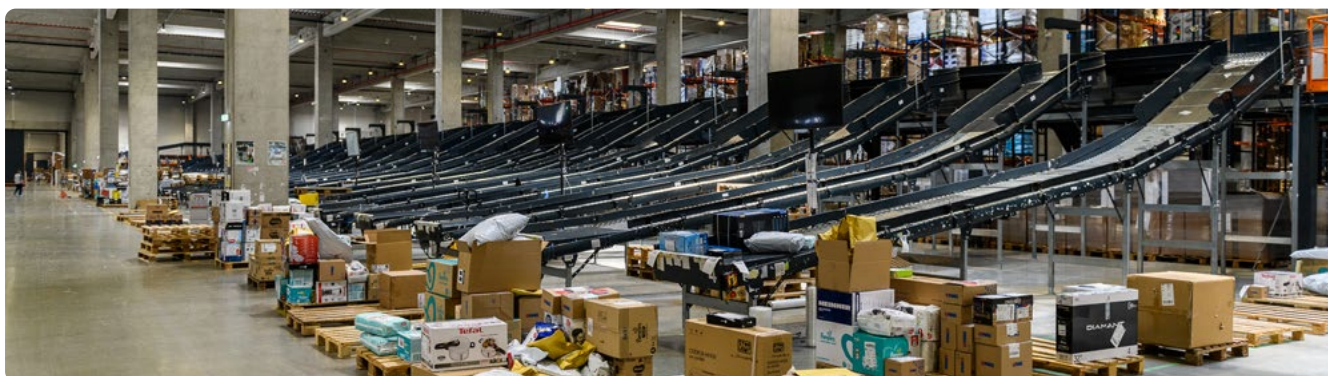
Ce punctaj poate obține centrul logistic DC2?

Pentru centrul logistic DC2 am obținut un certificat intermediar BREEAM, care acoperă etapa de proiectare și angajamentele de execuție. Punctajul obținut pentru certificatul BREEAM Design Stage este de 71,50%, calificativul „excelent”.



În prezent, certificarea finală a depozitului logistic DC2 este în derulare și urmărim confirmarea performanței obținută anterior și pentru etapa de construcție.





Care sunt planurile pentru acreditarea depozitelor existente?

Pentru depozitele existente, suntem în proces de obținere a unei certificări specifice clădirilor existente, BREEAM In-Use.

Folosim ultima versiune a standardului BREEAM In-Use, și anume V6, apărută în luna mai 2020, versiune ce se aliniază cu standardul pentru construcții noi și include o serie de cerințe față de preocupările actuale la nivel european și mondial: adaptarea la schimbări climatice, reziliență, amprenta de carbon, economia circulară.

Pentru centrul logistic DC1 am obținut certificarea BREEAM pentru clădiri existente, calificativul "excelent".

O certificare BREEAM In-Use este de fapt un proces de durată. Într-o primă fază se realizează o evaluare a clădirilor, urmată de o serie de recomandări.

Unele recomandări se pot implementa în primul ciclu de evaluare. Celelalte recomandări vor fi analizate și vor constitui un plan de îmbunătățire a sustenabilității clădirilor pe termen lung.

Certificatul BREEAM In-Use are o valabilitate limitată. După 3 ani se repetă evaluarea, realizând astfel un proces continuu de îmbunătățire și monitorizare a sustenabilității clădirilor.

Decarbonarea economiei până în 2050 este o prioritate a Uniunii Europene și necesită efortul tuturor actorilor implicați pentru a realiza acest obiectiv.

Soluția este decuplarea creșterii economice de emisiile de carbon, o misiune pe care fiecare companie în parte trebuie să o integreze în planul de afaceri, ținând cont de specificul domeniului de activitate.



Studiu de caz

Generarea energiei fotovoltaice on-site

Datorită panourilor fotovoltaice, vom evita emiterea a aproximativ 291 de tone de CO₂ pe an.

În pregătirea procesului de acreditare BREEAM, a fost elaborat un studiu de fezabilitate pentru a identifica cea mai potrivită tehnologie în vederea alimentării cu energie curată, cu nivel de emisii de carbon redus sau zero.

Studiul a analizat diverse tehnologii de producere și/sau alimentare cu energie electrică: racordare la rețeaua de energie electrică, panouri solare, panouri fotovoltaice, turbine eoliene și sisteme de cogenerare pentru energie electrică și încălzire.

Din analiză, a reieșit faptul că un sistem cu panouri fotovoltaice este cea mai sustenabilă opțiune pentru depozitul logistic DC2, celelalte soluții fiind nefezabile atât din punct de vedere al investiției financiare, cât și privind potențialul de evitare a emisiilor de carbon.

Panourile fotovoltaice au o capacitate de 1 MW și vor alimenta clădirea cu energie electrică curată. Consumul preconizat este de 1.216 MWh per an, energie care altfel ar fi fost furnizată din rețeaua națională.



Indicatorii de referință analizați în studiu au fost:

1. Energie generată per an
2. Emisii de dioxid de carbon evitate per an
3. Costuri create de-a lungul ciclului de viață
4. Criterii de planificare locală, incluzând folosirea terenului și zgomotul
5. Fezabilitatea exportului de căldură sau energie electrică - sau a ambelor - din sistem
6. Fonduri / subvenții disponibile

În prezent,
20,4% din
emisiile GES în
Uniunea Europeană
provin din
transportul rutier,
iar decarbonarea
transportului
reprezintă una din
prioritățile Uniunii
Europene.





eMAG Green Delivery

Electrificarea flotei de livrare

Extindem flota Green Delivery la 100 de mașini electrice până la sfârșitul anului 2022.

Pentru transportul rutier, scăderea emisiilor de CO₂ cu 50%⁴ reprezintă obiectivul intermediar la nivelul Uniunii Europene până în 2030. Numai printr-un efort comun a tuturor actorilor implicați vom îndeplini acest obiectiv ambițios și în același timp necesar.

În urma unei analize interne am inclus obiectivul și măsurile aferente care ne vor ajuta să realizăm țintele europene în planul nostru de sustenabilitate.

Obiectivul asumat este reînnoirea treptată a flotei de autoutilitare, prin înlocuirea mașinilor pe carburant convențional cu mașini de livrare electrice.

Pentru a ajunge acolo, ne-am propus să extindem flota Green Delivery la 100 de mașini electrice până la sfârșitul anului 2022.

Cum ajută Green Delivery la reducerea emisiilor de carbon?

În ianuarie 2020 am lansat serviciul eMAG Green Delivery, bazat pe livrarea coletelor cu automobile 100% electrice. În anul 2019, 19 autoutilitare Nissan E-NV200, fiecare cu o capacitate de peste 200 de colete și autonomie între 200 și 300 km au livrat colete în București și județul Ilfov.

Stațiile de încărcare sunt alimentate cu energie din surse regenerabile, iar pentru viitor ne dorim să extindem eMAG Green Delivery și pentru livrări la easybox.

Cum ne ajută Green Delivery să reducem amprenta de carbon?

Emisiile de carbon generate de arderea combustibililor folosiți sunt cuprinse în domeniul de aplicare 1. Prin urmare, vehiculele convenționale pe motorină sau benzină aflate în proprietatea organizației sunt incluse în această categorie. În schimb, vehiculele electrice nu generează emisii prin ardere de combustibil și prin urmare nu sunt incluse în domeniul de aplicare 1 al grupului eMAG.

Sursele principale de poluare ale unui vehicul electric se regăsesc în procesul de fabricație, prin consumul de energie electrică pe durata ciclului de viață și în urma eliminării la sfârșitul ciclului de viață.

Cele trei surse de poluare sunt incluse în amprenta de carbon a producătorului vehiculului electric.

Proprietarul vehiculului contabilizează emisiile de carbon generate prin încărcare cu energie electrică în domeniul de aplicare 2, dacă energia folosită provine din rețeaua națională. În cazul în care încărcarea este cu energie din surse regenerabile, contabilizarea la proprietar nu mai are loc.



Cum am redus amprenta de carbon prin flota Green Delivery?

Autoutilitarele electrice ale serviciului eMAG Green Delivery sunt alocate pentru livrare în București și Ilfov.

În ultimul an, au parcurs o distanță de 478.800 de kilometri. Dacă acești kilometri ar fi fost parcurși cu mașini pe carburant convențional, ar fi fost consumați 52.668 de litri de motorină.

52.668 de litri de motorină economisiți prin Green Delivery

În felul acesta, Green Delivery ne ajută să reducem nivelul amprente de carbon generate de flota noastră.

Mai precis, prin Green Delivery am redus emisiile de carbon generate de livrarea last-mile cu 6% în 2020, față de anul precedent. Astfel, am evitat emiterea a 142 de tone de CO₂e.



Cum ne va ajuta serviciul Green Delivery să reducem emisiile de carbon în viitor?

Pentru anul 2022 ne-am propus să extindem flota Green Delivery și să ajungem la un număr de 100 de mașini. Dacă am înlocui flota de autoutilitare convenționale cu cele 100 de mașini electrice, am obține o scădere de 72% a emisiilor generate de livrarea last-mile cu mașinile proprii, traducându-se în evitarea emiterii a 1.647 tone de CO₂e.

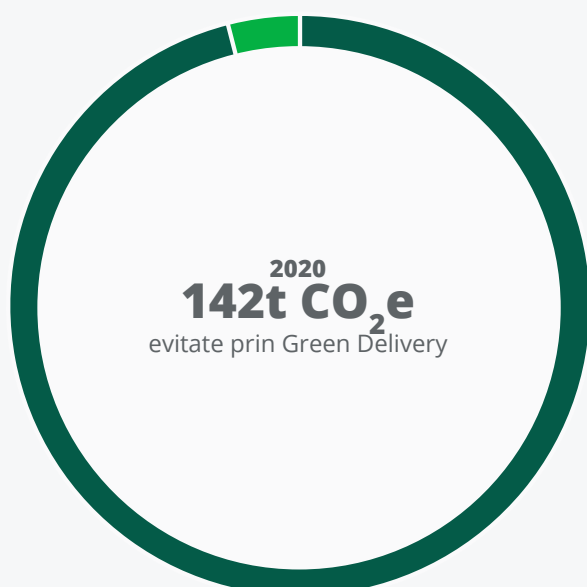
Însă, având în vedere faptul că activitatea noastră economică s-a dublat anul acesta, luăm în considerare să suplimentăm flota noastră cu autoutilitare electrice și să inițiem un proces de eliminare treptată a mașinilor pe carburant convențional.

În felul acesta, ne asigurăm previzibilitate economică și în același timp ne menținem angajamentul de a decarbona transportul.

Astfel, prin flota Green Delivery cu 100 de autoutilitare electrice, vom evita emiterea a 745 de tone de CO₂e, ceea ce înseamnă o scădere a amprente de carbon last-mile cu 25%.

Pentru a îndeplini obiectivul european de reducere a emisiilor de CO₂ cu 50% a transportului rutier până în 2030, vom continua să analizăm cele mai eficiente și sustenabile tehnologii din piață. Vom investiga și metode de a reduce nivelul emisiilor de carbon generate prin transportul de mare tonaj, astfel încât să adoptăm un rol de lider și în acest domeniu.

Nivelul emisiilor de carbon evitate prin Green Delivery în anul 2020 și prognoza pentru 2021



■ 96% - Flota convențională
■ 4% - Flota Green Delivery



■ 75% - Flota convențională
■ 25% - Flota Green Delivery

Easybox

Livrarea last-mile sustenabilă

Sursa care generează cele mai mari emisii de CO₂ în sectorul comerțului electronic este livrarea last-mile. Pentru a exemplifica, dacă ne uităm la un produs cumpărat online, amprenta de carbon este generată în cea mai mare parte prin livrarea last-mile (42%), ambalaje (27%) și consumul de energie în clădiri (19%)⁵.

Am analizat cele mai eficiente metode prin care putem reduce emisiile produse de livrarea last-mile. Astfel, am implementat easybox, un serviciu de livrare care este eficient și sustenabil. În același timp, ne permite să reducem semnificativ emisiile generate în urma livrării last-mile.

Cum funcționează easybox?

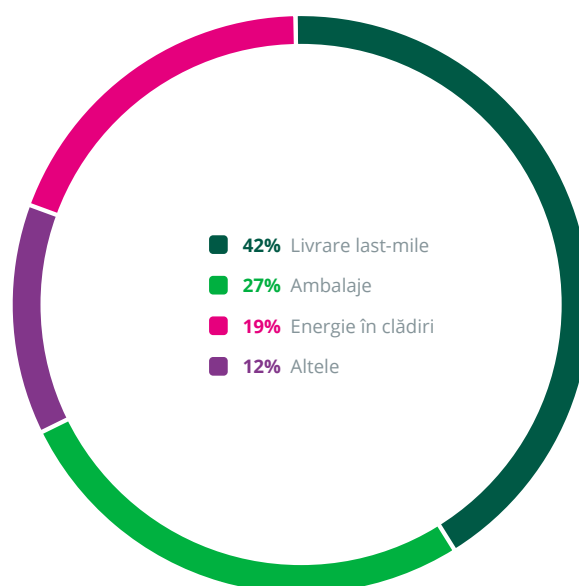
La sfârșitul anului 2018, Sameday a lansat serviciul de livrare easybox, o rețea de dulapuri digitale securizate ce păstrează în siguranță coletele până când acestea sunt preluate de clienți.

În acest moment, rețeaua easybox numără 2.386 de unități în România și Ungaria și va continua să crească la 2.500 de unități în anul 2022, contribuind la reducerea traficului în orașe, diminuând în același timp emisiile generate în urma livrării last-mile. Prin noi dezvoltări tehnologice, începând cu 2020 am introdus și funcția de retur a produselor prin rețeaua easybox.

Cum a evoluat numărul comenzilor livrate la easybox în anul 2020?

Am înregistrat o creștere de aproximativ 300% a comenzilor livrate la easybox la nivelul anului 2020, față de anul precedent, pentru produsele vândute și livrate de eMAG și Fashion Days în România și Ungaria.

Compoziția amprentei de carbon pentru un produs comandat online



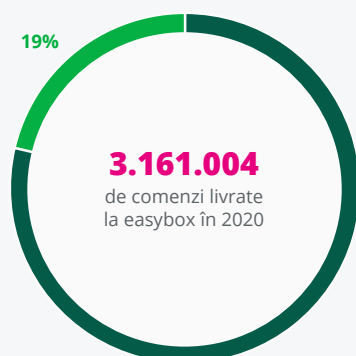
1 din 5 colete este livrat la easybox

În 2020, livrările la easybox au crescut la 19% din totalul comenzilor vândute de eMAG și Fashion Days, comparativ cu o cotă de 6% în anul precedent.

Cum a evoluat numărul comenzilor livrate la easybox în 2020?

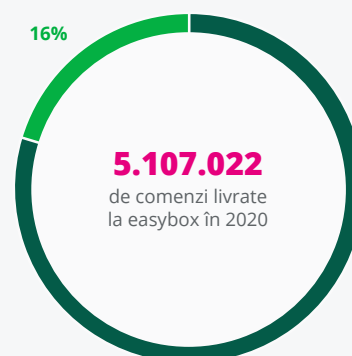
Gradul de adopție pentru utilizarea serviciului easybox a crescut și în rândul sellerilor noștri. Dacă la nivelul anului 2019 din totalul comenzilor vândute de noi și de partenerii noștri din Marketplace, 5% erau livrate la easybox, în 2020 acest procent a crescut la 16%.

Evoluția livrărilor la easybox a produselor vândute de **eMAG și Fashion Days** (România și Ungaria), în comparație cu tipuri standard de livrare



■ Alte tipuri de livrare
■ Livrare la easybox

Evoluția livrărilor la easybox a produselor vândute de **eMAG, Fashion Days și prin intermediul Marketplace** (România și Ungaria), în comparație cu tipuri standard de livrare



■ Alte tipuri de livrare
■ Livrare la easybox

Cum contribuie easybox la scăderea emisiilor de carbon?

Atunci când comparăm livrarea la easybox cu serviciile de livrare standard – livrarea prin curier, la oficiul poștal sau showroom, observăm o tranziție treptată în favoarea serviciului easybox în ultimul an, comparativ cu anii precedenți. Această tranziție se traduce într-o scădere netă a emisiilor de carbon generate de livrarea last mile.

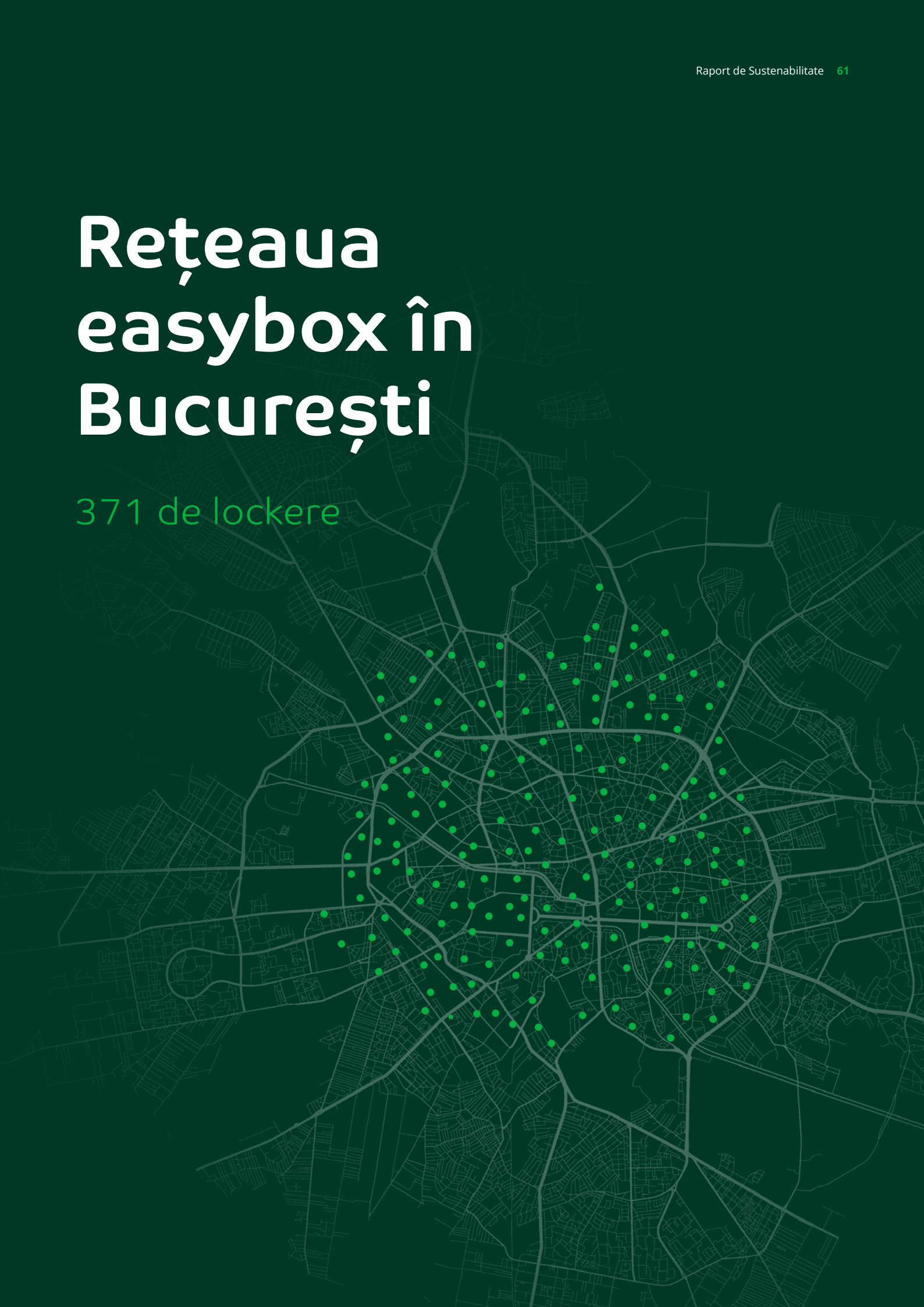
Dacă analizăm o livrare standard prin curier, coletul este livrat clientului la adresa indicată, iar acest lucru presupune în medie o amprentă de carbon de 300 de grame de CO₂, în funcție de distanța parcursă de la depozit la adresa clientului, încărcarea mașinii de livrare și numărul de încercări până la predarea coletului.

De asemenea, livrarea la showroom sau oficiul poștal generează de 3 până la 6 ori mai multe emisii de carbon comparativ cu livrare la easybox, deoarece clientul este nevoit să se deplaseze (de cele mai multe ori cu mașina personală) pentru a ridica coletul. În schimb, cu serviciul easybox, oferim clienților noștri o soluție de livrare modernă și în același timp prietenoasă cu mediul înconjurător. În medie, livrarea unui colet la easybox generează doar 14 grame de CO₂⁶.

Rețeaua easybox este din ce în ce mai densă în zonele urbane, iar clienții au posibilitatea de a merge pe jos până la cel mai apropiat easybox pentru a-și ridica coletul. La momentul prezent, am ajuns la un număr de 371 easybox-uri active în București (fără Ilfov). Raportat la o suprafață de 228 km² a orașului, densitatea rețelei easybox este în medie de un easybox la fiecare 615 m².

Rețeaua easybox în București

371 de lockere



De ce este easybox un serviciu sustenabil?

Easybox este una dintre cele mai moderne soluții de livrare din lume și contribuie la reducerea emisiilor de carbon, datorită numărului redus de drumuri pe care o mașină trebuie să le parcurgă pentru a îndeplini o comandă.

Conform calculelor, dacă un colet livrat prin curier produce 300 de grame de CO₂, un colet livrat prin easybox va genera doar 14 grame.

Cum am redus nivelul emisiilor de carbon prin intermediul easybox?

Datorită serviciului easybox, am reușit să reducem emisiile aferente domeniului de aplicare 1 al amprente de carbon cu 15,8% în 2020.

Numărul coletelor livrate la easybox în anul 2020 a crescut de peste trei ori față de anul precedent.

Prin această creștere, am reușit să evităm emiterea a 612 de tone de CO₂e, traducându-se într-o reducere a emisiilor aferente domeniului de aplicare 1 cu 11,2%.

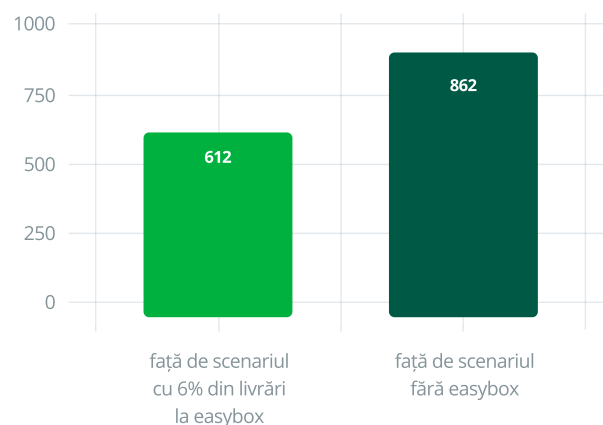
În schimb, atunci când comparăm situația actuală cu un scenariu în care nu există serviciul easybox, constatăm că am evitat chiar 862 de tone de CO₂e, ceea ce înseamnă o reducere de 15,8% a emisiilor cuprinse în domeniul de aplicare 1.

În viitor, energia fotovoltaică ne va ajuta să reducem mai mult emisiile de carbon generate de livrare last-mile.

Derulăm în prezent un studiu privind reducerea emisiilor de carbon generate în urma consumului energiei electrice de către rețeaua easybox. Am dezvoltat un prototip în acest sens, alimentat cu

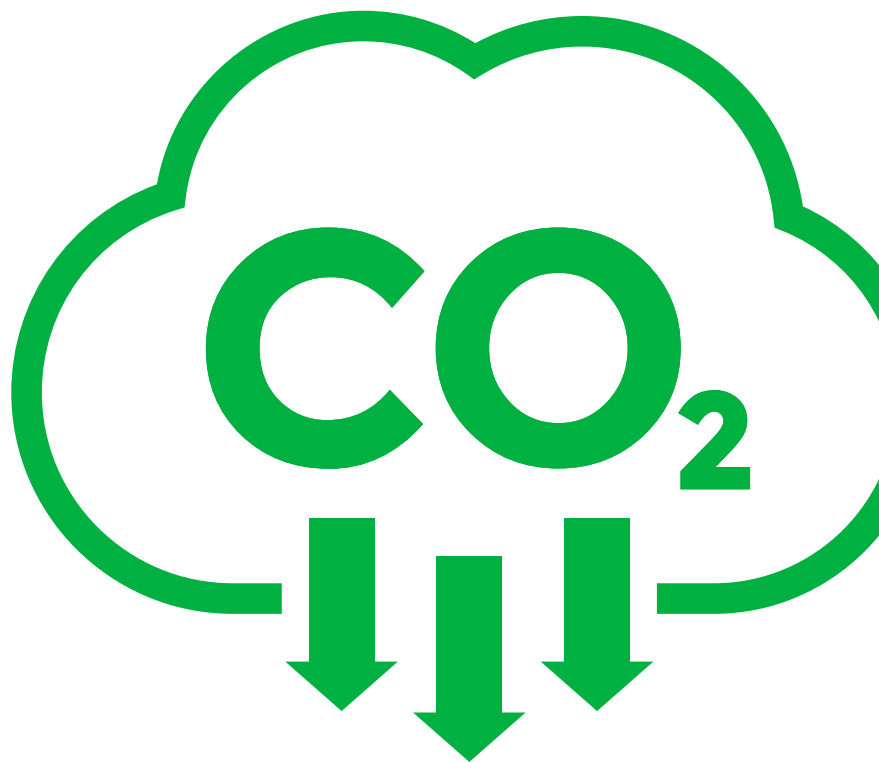
energie electrică din panouri fotovoltaice. Prin folosirea la scară largă a acestei tehnologii, vom diminua semnificativ amprenta de carbon a rețelei easybox. Vom detalia specificațiile tehnice precum și nivelul emisiilor de carbon evitate în următorul raport de sustenabilitate.

Emisii evitate⁷ datorită serviciului easybox în 2020 [tCO₂e]



Emisiile directe de carbon au scăzut cu 15,8 % datorită serviciului easybox

Datorită easybox, am evitat
862 de tone de CO₂



Reciclat și reciclabil

Combaterea poluării prin ambalaje mai prietenoase cu mediul

În medie, emisiile generate de ambalaje contribuie cu 27% la amprenta de carbon a unui produs cumpărat online.

Pentru a reduce impactul pe care ambalajele folosite de noi îl au asupra mediului, am stabilit o serie de măsuri în cadrul planului nostru de sustenabilitate.

În ce privește produsele vândute și livrate de noi, precum și produsele vândute de partenerii noștri pe Marketplace și livrate de noi, am implementat proceduri și reguli interne clare, aflate în permanență în proces de îmbunătățire și dezvoltare, în scopul protejării mediului și reducerii poluării. Suntem în mod activ preocupați de corelarea produselor livrate cu mărimea ambalajelor folosite la livrare, precum și de reducerea volumului de ambalaje folosite în procesul de ambalare în vederea livrării.

Măsuri de eficientizare a procesului de ambalare

Produsele foarte mici sunt ambalate în plicuri cu bubble wrap, iar produsele mai mari sau produsele multiple din cadrul aceleiași comenzi - în cutii cu bubble wrap sau hârtie, acționând astfel pentru optimizarea modului de ambalare și optimizarea formei ambalajelor folosite.

De asemenea, dispunem de cutii cu diferite dimensiuni pentru livrare, dimensiuni care au fost alese astfel încât să acopere toată gama de produse și care să permită, în același timp, colectarea simultană a mai multor produse.

La ambalarea produselor, coletatorul (angajatul care se ocupă de ambalarea efectivă a produselor),

consultă în mod obligatoriu un program care îi recomandă ce ambalaj și ce variantă de cutie să folosească pentru colectare, modalitate prin care prevenim generarea pe piață a unei cantități mari de deșeuri de ambalaje.

Pungile de plastic și cutiile de carton pe care le folosim în procesul de ambalare sunt din materiale reciclate și 100% reciclabile.



Cutii cu dimensiuni individuale pentru o cantitate de ambalaje **cât mai mică**



Folosim ambalaje din materiale **reciclate și 100% reciclabile**

Consolidarea comenzilor

Comenzile sunt supuse operațiunii de consolidare, astfel încât produsele din aceeași comandă, care trebuie să ajungă la același destinatar, să fie livrate într-un singur colet, acționând astfel pentru reducerea deșeurilor de ambalaje generate pe piață. Încercăm pe cât posibil să consolidăm comenzile, însă există situații în care consolidarea nu este posibilă.

Aceste situații sunt:

- Atunci când sunt comandate produse din categorii diferite, ce nu pot fi livrate într-un colet unic (de exemplu, produse alimentare comandate împreună cu produse non-alimentare, cum ar fi detergenți, nu pot fi livrate în același colet fără a fi afectată siguranța produselor);
- Atunci când sunt comandate produse ce se regăsesc în depozite diferite.

Vom continua să analizăm cele mai avansate și sustenabile soluții disponibile pe piață pentru reducerea ambalajelor. Mai mult decât atât, luăm în considerare să îi implicăm mai mult pe clienții noștri, în vederea informării corecte despre colectarea selectivă a ambalajelor.



Consolidarea comenzilor ne ajută să reducem deșeurile din ambalaje



Servicii responsabile față de consumatori și mediul înconjurător

Suntem adepții tehnologiei și digitalizării. Am digitalizat procesele birocratice atât intern, cât și în relațiile cu clienții și partenerii, iar asta a adus un mare beneficiu pentru mediu: reducerea consumului de hârtie.

Facturi electronice

Am implementat procesul de facturare electronică la eMAG. Acum, toate facturile pentru produsele vândute de noi⁸ sunt emise în format electronic.

Factura electronică poate fi găsită în contul de client lângă informațiile privind facturarea și livrarea comenzii respective. Facturarea electronică ne-a ajutat să evităm 43 de tone de CO₂ în ultimul an.

43 de
tone de CO₂
evitate prin
facturare
electronică



Semnarea electronică a contractelor

Am implementat o soluție de semnare electronică a documentelor. Soluția este pusă la dispoziția partenerilor gratuit, pentru ca toate documentele să fie semnate electronic. Evităm astfel imprimarea contractelor și transmiterea lor prin curier, pentru a fi semnate olograf.

Datorită acestei soluții, am evitat 3,8 tone de CO₂ în 2020. Mai mult, am salvat 1.393 kilograme de lemn și 259 kilograme de deșeuri.

Semnarea electronică și impactul asupra mediului



5.190 de dosare
electronice



3,7 t
carbon evitat



1,4 t
de lemn salvat



259 kg
deșeuri evitate

Retururi cu impact redus asupra mediului

Procesul de retur este acum 100% automat și se desfășoară electronic. Am renunțat la etichete și formulare tipărite, iar toate informațiile sunt oferite prin completarea unui formular din contul de client.

Cum funcționează returnarea la eMAG?

După ce clientul a primit coletul de la curier, l-a ridicat din showroom, oficiu poștal sau easybox, a decis să nu păstreze produsul. Stornarea produselor și restituirea contravalorii către client se face după verificarea tehnică a produselor în depozitul AfterSales (AFS) și închiderea fișei de retur. Pentru anumite categorii de clienți, care au dovedit că returnează responsabil, și-au salvat cardul bancar în contul eMAG și optează pentru retur la easybox, restituirea banilor pe card se face automat, în maximum 30 de minute de la încărcarea coletului în locker.

Rata de retur

În anul 2020, rata de retur a scăzut la 7,65%, de la 8,17% în anul precedent. Pentru noi, mai puține produse returnate înseamnă mai mulți clienți mulțumiți, dar și un impact mai mic asupra mediului. Fiecare produs returnat are de parcurs cel puțin un drum în plus: de la client înapoi la depozitul nostru.

Retur la easybox

Pe lângă eforturile noastre de a ajuta clienții să ia decizii de cumpărare bazate pe informații cât mai cuprinzătoare, am implementat un alt mecanism care va ajuta să scădem emisiile de carbon create de produsele returnate: returul la easybox.

Am introdus această modalitate în ultimul an și am observat încă de la început interesul clienților pentru modalitatea de a returna prin easybox: ponderea retururilor prin easybox a fost de 6%.



Garanții electronice

De la introducerea garanției în format electronic am evitat producerea a 1,7 t CO₂ în ultimii doi ani.

Am digitalizat nu doar facturile și formularele de retur, dar și garanția pentru un număr important de produse, în marea lor majoritate electronice și electrocasnice, pe care le comercializăm.

Garanții electronice și impactul asupra mediului



333.576 garanții
emise electronic



1,7 t
carbon evitat



640 kg
de lemn salvat



119 kg
deșeuri evitate

Capitolul 5

Pentru un consum mai responsabil

Produse și servicii sustenabile
promovate de eMAG

- ▶ Economia circulară și cadrul european
- ▶ Serviciile noastre circulare
- ▶ Achiziții sustenabile în lanțul de aprovizionare eMAG
- ▶ Studii de caz: Fashion Days și Tazz by eMAG

Sinteză și obiective

La eMAG suntem dedicați promovării și încurajării economiei circulare. Dorim să promovăm importanța prelungirii duratei de viață a produselor noastre și ale partenerilor noștri.

Cifre cheie



Vânzările din categoria resigilate au crescut cu **26%** în ultimul an



Am adăugat **6.557 de produse unice** care îndeplinesc criteriul sustenabilității pe platforma fashiondays.ro



Am lansat „**Taraba digitală**”, în platforma Tazz by eMAG, prin care clienții pot comanda legume și fructe proaspete direct de la micii producători



Suntem în plin proces de implementare a unui sistem de monitorizare și evaluare periodică a furnizorilor **pe baza criteriilor ESG⁹**

Sinteză și obiective

Considerăm că prin extinderea programelor noastre putem pune la dispoziția clienților suficiente informații și alternative pentru a încuraja deciziile informate și consumul responsabil. Depunem eforturi constante, atât intern, cât și extern pentru fundamentarea principiilor sustenabile în relația cu partenerii, subcontractorii și clienții noștri.

Obiective



Promovarea produselor sustenabile ale partenerilor noștri și a oportunităților noi pentru a încuraja **producția locală**



Informarea clienților noștri cu privire la **colectarea și reciclarea corectă** a cutiilor de livrare și ambalajelor



Extinderea programului Buy-back și **integrarea noilor servicii circulare** în oferta noastră



Creșterea vânzărilor **în categoria de produse resigilate**



Ce este economia circulară?

Baza economiei circulare este materia primă, care după fiecare folosire este reintrodusă în ciclul de producție.

Instrumentele fundamentale ale economiei circulare sunt recondiționarea, reciclarea și reutilizarea, prin care durata de viață a unui produs poate fi prelungită.

În situația în care produsul cu pricina se află la finalul vieții, componentele acestuia pot fi reciclate și reutilizate sau pot fi folosite pentru obținerea materiilor prime necesare confecționării unui nou produs de calitate. În mod concret, modelul circular încurajează utilizarea eficientă a resurselor prin reintroducerea lor în ciclul de producție.

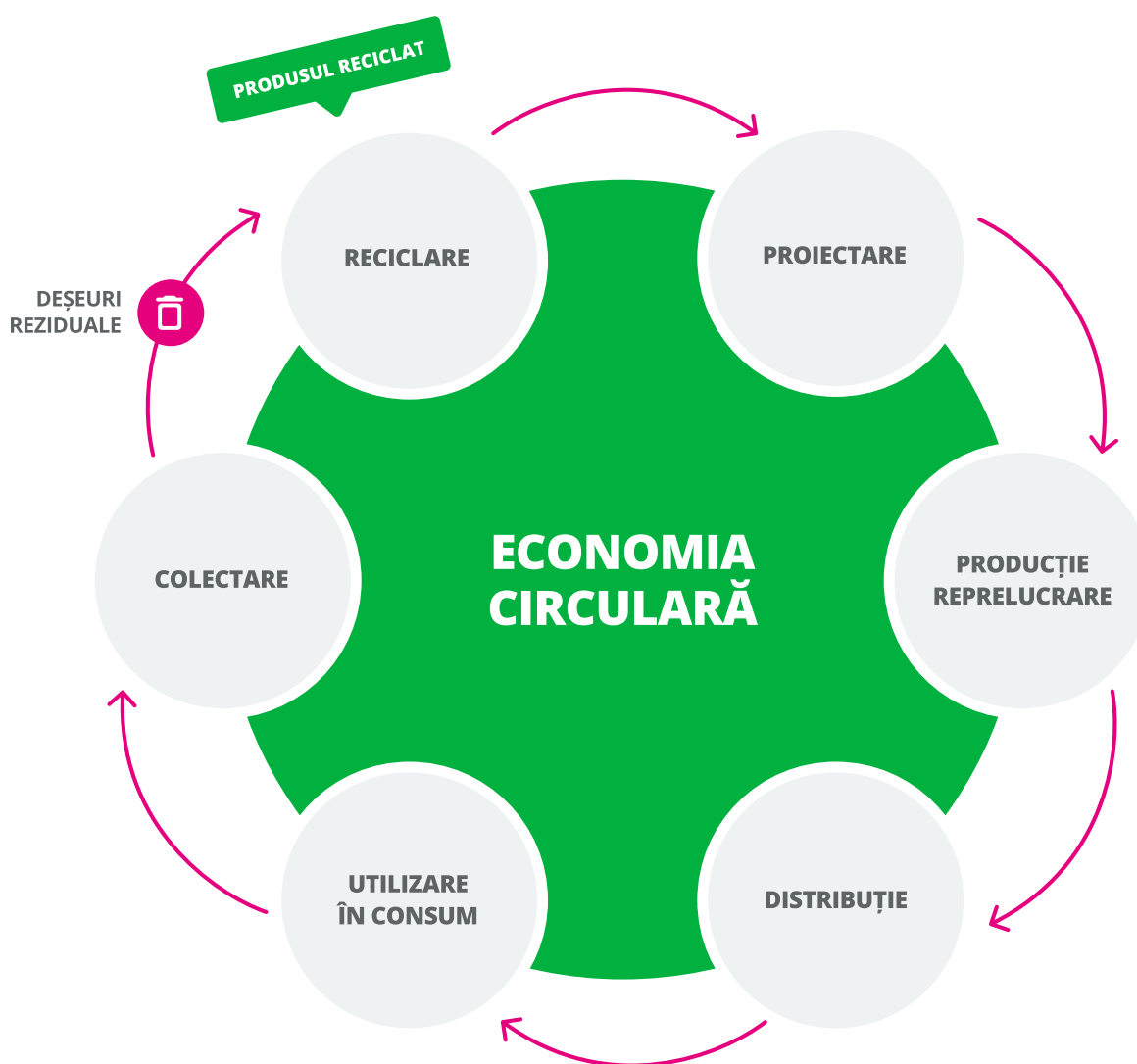
În prezent, perspectiva asupra producției și utilizării produselor este mai degrabă una liniară, acestea fiind înlocuite sau aruncate în mod necorespunzător și de multe ori chiar în stare de bună funcționare. Consecința directă a acestei practici este utilizarea ineficientă a materiilor prime care are ca finalitate epuizarea acestora. Mai mult, aglomerările de deșeuri și eforturile de eliminare a acestora sunt asociate unor costuri semnificative atât financiare, cât și sociale.

În schimb, într-o economie circulară, produsele sunt concepute în mod durabil, materia primă pentru producție provenind dintr-un ciclu de viață anterior.

Mai mult, prin intermediul unei varietăți de servicii precum reutilizarea, recondiționarea, repararea și reciclarea, materia primă își va păstra valoarea inițială și eliminarea acesteia nu mai poate fi o opțiune, fiindcă ar însemna o pierdere economică.

Principii fundamentale ale economiei circulare

Economia circulară este un model de producție și consum care implică partajarea, reutilizarea, repararea, renovarea și reciclarea materialelor și produselor existente cât mai mult posibil.



Status quo

Bilanțul European

Începând din 2004, la nivelul Uniunii Europene, cantitatea totală de deșeuri rezultată în urma activităților economice este de aproximativ 2,2 miliarde de tone pe an, vârful, cu peste 2,3 miliarde de tone fiind atins în 2018.

Ca termen de comparație, acest lucru presupune că un cetățean european produce în medie jumătate de tonă de deșeuri anual.

Comisia Europeană estimează că populația mondială va crește la 8,5 miliarde de persoane în 2030 și la 9,7 miliarde în 2050, în condițiile în care la nivelul anului 2021, populația globală este de 7,8 miliarde. Este preconizat, de asemenea, că la fiecare două decenii, PIB-ul global se va dubla - figurând creșteri semnificative ale veniturilor pe cap de locuitor, stimulate de creșterea proporțională a cererii și a consumului. Această dinamică, atrage după sine și dublarea în utilizarea resurselor naturale, ceea ce, inevitabil va rezulta în presiuni nesustenabile asupra mediului (schimbări climatice, poluare).

Fără o schimbare semnificativă a paradigmei, până în 2050, nevoile de consum la nivel global ar necesita resursele a 3 planete Pământ. Estimările arată că, până în 2050, ponderea de deșeuri generate anual va crește cu 70%. Astfel, în ritmul curent, în următorii 30 de ani, materialele plastice vor ajunge să reprezinte 15% din amprenta de carbon la nivel global și 20% din consumul de petrol¹⁰.

Statisticile evidențiază nevoia de schimbare și confirmă faptul că sistemul actual nu mai funcționează.



70% mai multe deșeuri produse la nivel global



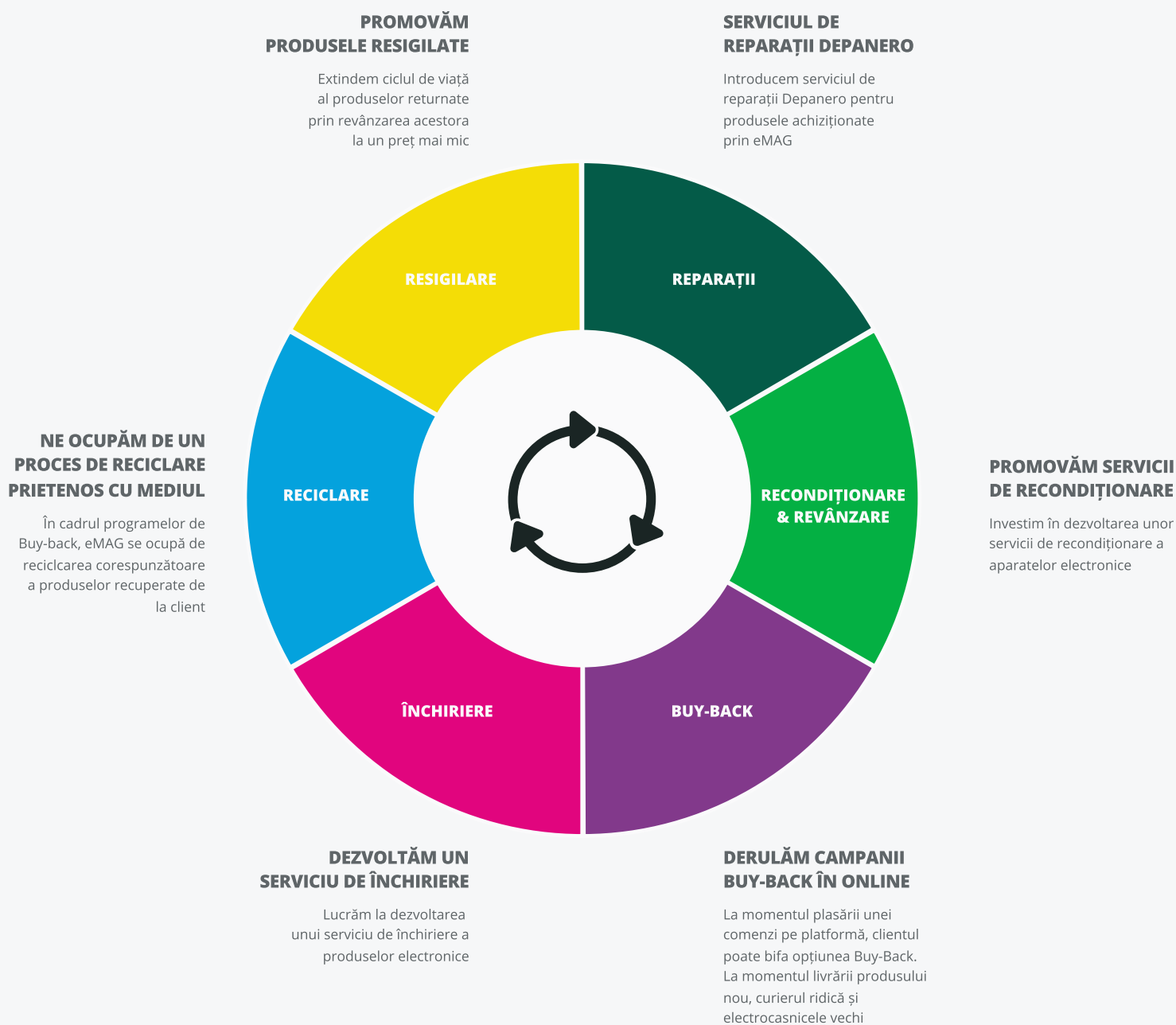
3 planete Pământ necesare pentru asigurarea resurselor în 2050



8.5 miliarde de oameni până în 2030
9.7 miliarde de oameni până în 2050

O viață nouă pentru produsele noastre

Economia circulară în modelul de business eMAG



Serviciile noastre circulare

Ne dorim să contribuim la clădirea unui viitor mai sustenabil, iar schimbarea trebuie să aibă loc și la nivelul piețelor în care operăm, prin încurajarea modelului de economie circulară.

Primul pas în direcția economiei circulare a fost secțiunea produselor resigilate, utilizată de eMAG de peste 10 ani, prin care creștem ciclul de viață al produselor, acestea reintrând în circuitul de utilizare, la un preț mai mic. Oferind din nou valoare produselor desigilate, eMAG contribuie la reducerea cantității de deșeuri generate. De asemenea, pentru a susține această direcție strategică, eMAG participă la programul guvernamental „Rabla pentru electrocasnice”, prin intermediul căruia este stimulată achiziția de produse eficiente din punct de vedere energetic.

Buy-back online

Dincolo de obligativitatea de a ridica produsele electrocasnice în cadrul programului "Rabla pentru electrocasnice", în cazul în care un client ne solicită acest lucru, am dezvoltat propriul program de buy-back prin care oferim carduri cadou în valoare de 150 lei, sumă ce poate fi folosită pentru achiziționarea unor noi aparate electrocasnice în schimbul celor vechi.

Astfel, la momentul plasării unei comenzi pe site, clientul poate bifa opțiunea „buy-back”, iar atunci când primește produsul nou, predă produsul vechi curierului. Ulterior, deșeurile strânse sunt predate către partenerii reciclatori. Astfel, ne asigurăm că electrocasnicele sunt reciclate și nu ajung la groapa de gunoi.

Am inițiat o campanie de informare în acest sens, pentru a familiariza consumatorii cu programul buy-back și cu avantajele sale.

Buy-back offline

Desfășurăm programe de buy-back și în showroom-uri, unde programul este dedicat telefoanelor mobile. Clientul poate preda un telefon vechi, acesta este evaluat și în schimbul lui îi este oferită o sumă ce se scade din valoarea noului telefon pe care îl achiziționează. Telefoanele uzate sunt apoi vândute către o terță parte. În ultimii doi ani am cumpărat de la clienți 1.120 de telefoane vechi.

Program guvernamental „Rabla pentru electrocasnice”

Programul RABLA este finanțat de statul român pentru a impulsiona reciclarea electrocasnicelor uzate. Utilizarea voucherului este condiționată de predarea unui deșeu, iar valoarea voucherului depinde de tipul produsului ce urmează a fi achiziționat (200-400 lei).

Vânzările de resigilate au crescut cu 26% în ultimul an

Clienții eMAG au început să aprecieze tot mai mult categoria produselor resigilate, conștienți fiind că pot primi un produs funcțional și fără probleme din punct de vedere estetic sau cu mici urme de utilizare, al cărui ambalaj a fost deschis.

Studiu de caz

Serviciul de reparații Depanero

În 2020, prin serviciul de reparație Depanero au fost recuperate 227.938 de produse. Depanero oferă servicii de diagnosticare și reparații electronice și electrocasnice, montare și instalare a diverse echipamente, precum echipamente de aer condiționat, aragaze, cuptoare, uscătoare de rufe sau mașini de spălat.

Numărul reparațiilor executate în 2020



România
205.311



Bulgaria
14.184



Ungaria
8.443



Achiziții sustenabile în lanțul de aprovizionare eMAG

Prin sistemul de evaluare vom crea un lanț de aprovizionare mai durabil în viitor.

La eMAG suntem motivați să ne îmbunătățim performanțele în domeniul sustenabilității, iar planul de sustenabilitate este instrumentul nostru principal pentru a monitoriza, măsura și implementa cele mai eficiente măsuri care ne vor ajuta să ne îndeplinim obiectivul de a deveni o organizație sustenabilă.

Însă, drumul până acolo este lung, și nu îl putem parcurge singuri. Succesul afacerii noastre și mai ales performanța în domeniul sustenabilității, depind și de modul în care partenerii noștri își desfășoară afacerile lor. Interconexiunile în lanțurile de aprovizionare sunt variate și complexe. Chiar sectorul în care operăm este un foarte bun exemplu pentru gradul de interconexiune între companii, sectoare și economii întregi.

Produsele pe care le oferim pe platformele noastre sunt de cele mai multe ori fabricate de alte entități, din România sau din alte țări. Producătorii, la rândul lor au o rețea largă de furnizori, clienți și intermediari. Însă, elementul care leagă consumatorii finali de producători, suntem noi, comercianții. Prin urmare, angajamentul de a deveni o companie sustenabilă înseamnă pentru noi în același timp și angajamentul de a deveni membru al unui ecosistem sustenabil, iar pentru a crea un ecosistem sustenabil, este nevoie să-ți cunoști foarte bine partenerii de afaceri.

Astfel, am demarat un proces amplu de analiză și proiectare, care va avea drept rezultat un sistem avansat de evaluare a furnizorilor noștri. Sistemul va fi unul holistic și individualizat în același timp. În funcție de tipuri de contracte comerciale pe care le avem cu partenerii noștri, vor fi și fluxuri diferite de evaluare, iar sistemul ne va permite să evaluăm seturi cuprinzătoare de criterii.



Seturile vor cuprinde criterii din diferite domenii, printre care conformitate, juridic, financiar și ESG⁸.

Pentru seturile de ESG, am efectuat o analiză complexă de criterii care sunt interdependente și am identificat cele mai eficiente proceduri pentru diferite grupuri de contracte comerciale. Printre altele, sistemul va măsura performanța furnizorilor în domeniul mediului cu privire la consumul de energie, apă și alte resurse naturale.

De asemenea, sunt incluse criterii care asigură condiții de muncă echitabilă, printre altele, plata unui salariu decent, respectarea drepturilor angajaților, interzicerea și prevenirea muncii forțate și munca copiilor, dar și criterii de guvernare precum prevederi pentru o conduită etică în afaceri, anticorupție și integrarea unor standarde similare (ESG) în procesele de achiziții.

Ne-am propus să lansăm sistemul în anul care urmează și suntem ferm convinși că prin acest demers vom putea ajuta la crearea unui mediu de afaceri mai sustenabil în România.



Studiu de caz

Produse sustenabile pe platforma Fashion Days

Pe platforma fashiondays.ro, comercializăm deja 6.557 de produse ce îndeplinesc criteriul sustenabilității, așa cum o atestă documentația primită de la furnizori.

Produsele sustenabile pot fi identificate mai ușor pe site, printr-o etichetă specială ce le este asociată. De asemenea, vom introduce un filtru dedicat, astfel încât, clienții noștri să poată găsi mai ușor produsele sustenabile din orice categorie. Aceste produse pot fi vizualizate în secțiunea dedicată:

FEMEI



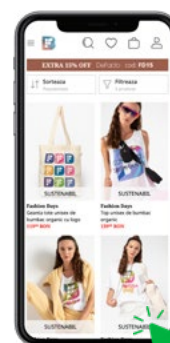
BĂRBAȚI



Printre proiectele pe care le desfășurăm în domeniul sustenabilității, se numără și lansarea unei minicolecții de haine și accesorii, confecționate 100% din bumbac organic, cu următoarele certificări:

- STANDARD 100 by OEKO-TEX
- Fair wear
- Global Organic Textil Standards GOTS
- PETA

Pentru a afla mai multe despre proiectele de sustenabilitate ale Fashion Days, dați click mai jos.



FASHION



DAYS

Studiu de caz

Sprijin pentru producătorii agricoli, prin Tazz by eMAG

Tazz by eMAG susține producătorii locali prin „Taraba digitală”, o categorie introdusă recent în platformă, livrând rapid legume și fructe proaspete direct de la micii producători din piețe, în urma unui parteneriat cu eAgricultor.

35 de producători locali sunt înscriși până în acest moment, iar consumatorii au la dispoziție un sortiment de 26 de legume din care pot alege, printre care roșii românești, roșii grase românești, castraveți, ardei gras verde și roșu, ardei kapia, dovlecei, vinete, cartofi, ardei iute, praz, morcovi, spanac, gulii, usturoi, leuștean, lobodă și ștevie, dar și nouă sortimente de fructe, printre care mere golden, struguri roșii, zmeură, căpșuni, caise, cireșe și gutui.

Produsele provin din toate regiunile țării, în funcție de specificul solului și al climei. De exemplu, în sezon, strugurii sunt achiziționați de la producători din zona Moldovei sau împrejurimi, roșiile vin de la Băleni Sârbi, județul Dâmbovița, ardeii din zona Olteniei, iar cartofii de la Lungulețu, județul Dâmbovița.

Proiectul a fost inițial implementat în București, urmând a fi extins în toate orașele din țară unde Tazz by eMAG este prezent. Parteneriatul cu eAgricultor își propune, în același timp, să extindă accelerat numărul producătorilor angrenați în proiect, pentru a susține #gustullocal și recolta locală.



35 de mici producători
locali vând prin
intermediul Tazz by eMAG



26 de sortimente de
legume și 9 sortimente
de fructe disponibile

Capitolul 6

Impactul eMAG în economia regiunii

- ▶ Impactul nostru în economia României
- ▶ Impactul nostru asupra pieței de muncă din România
- ▶ Impactul nostru asupra mediului antreprenorial românesc
- ▶ Impactul nostru în regiunea Europei Centrale și de Est

Sinteză

Prin activitățile noastre economice din 2020, am contribuit cu 0,5% la formarea PIB-ului României, am creat și susținut 52.871 de locuri de muncă, am oferit oportunități de dezvoltare pentru partenerii noștri și am continuat să extindem serviciile noastre în regiune.

Cifre cheie



Fiecare loc de muncă creat și susținut la eMAG generează **alte 7 locuri de muncă** în economia României



Numărul comercianților români activi pe platformele Marketplace din România, Ungaria și Bulgaria a ajuns la **29.958**.



Prin eMAG Ventures punem la dispoziția antreprenorilor **un fond de investiții de 10 milioane euro**



1.196.721 de produse românești listate prin programul Deschide România

Impactul nostru în economia României

Suntem o companie românească de comerț electronic, cu o contribuție semnificativă la consolidarea acestui sector și un impact important în economia națională.

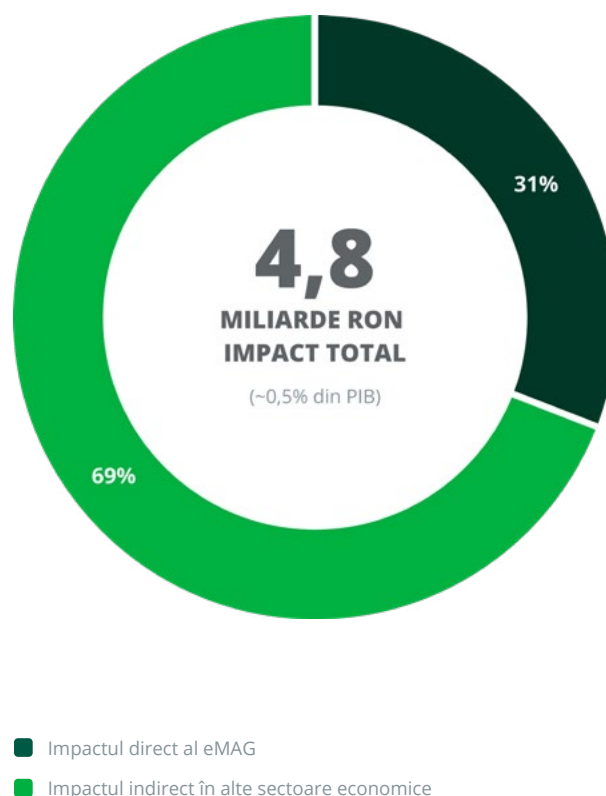
Valoare adăugată în sectoarele economiei

Potrivit rezultatelor unei cercetări realizate de Roland Berger pentru eMAG în 2020¹¹, operațiunile noastre au generat o valoare adăugată brută de 4,8 miliarde RON în economia națională, echivalentul a circa 0,5% din PIB-ul României.

În 2020, aproximativ o treime din contribuția totală a eMAG la PIB-ul României a fost generată de operațiunile sale proprii.

În cercetare au fost considerate activitățile proprii desfășurate de eMAG în România (impact direct) și efectele generate în lanțul de aprovizionare rezultate din interacțiunile cu colaboratorii locali¹².

Activitatea eMAG în România determină crearea de valoare adăugată nu doar în comerț (sectorul în care ne desfășurăm activitatea principală și în care avem impactul cel mai ridicat), ci și în zona de servicii, cu precădere în sectorul serviciilor poștale și de curierat.



Impactul nostru asupra pieței de muncă din România

Fiecare loc de muncă creat și susținut la eMAG generează la rândul său alte 7 locuri de muncă pentru restul economiei românești.

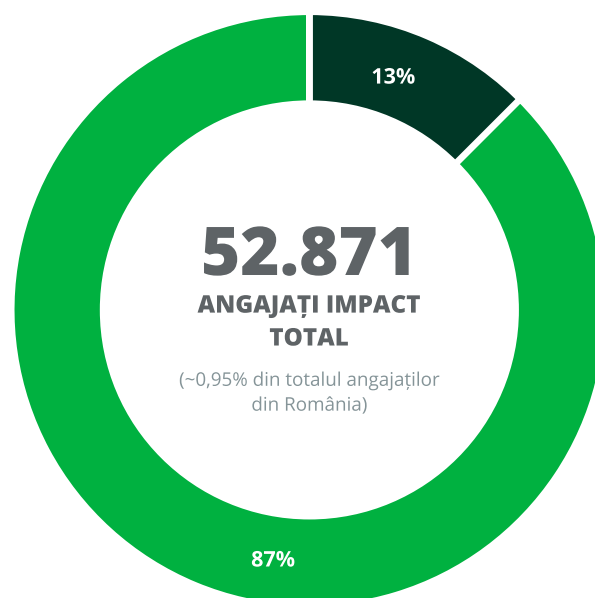
În 2020, eMAG a creat și susținut 52.871 de locuri de muncă în România, contribuind astfel la dezvoltarea țării.

Ne bazăm pe tehnologie, iar asta atrage după sine o eficiență economică ridicată și cu un aport însemnat la dezvoltarea țării, contribuind semnificativ la creșterea economică și crearea de locuri de muncă.

În 2020, prin activitatea sa, eMAG a susținut 52.871 de locuri de muncă în economia românească, reprezentând 0,95% din totalul forței de muncă salariate din România¹³.

Asta înseamnă că, la nivelul anului 2020, un loc de muncă creat de eMAG a generat alte 7 noi locuri de muncă. Operațiunile noastre au efect de multiplicare, unul semnificativ fiind cel generat prin impactul indirect al lanțului de colaboratori români.

Sectoarele în care eMAG are cel mai ridicat impact privind forța de muncă sunt sectorul comerțului cu ridicata și amănuntul, servicii poștale și curieratul, dar și sectorul IT.



- Impactul direct al eMAG
- Impactul indirect în alte sectoare economice

Impactul nostru asupra mediului antreprenorial românesc

eMAG accelerează procesul de digitalizare a companiilor românești, dezvoltă antreprenoriatul online și susține migrarea companiilor către economia digitală.

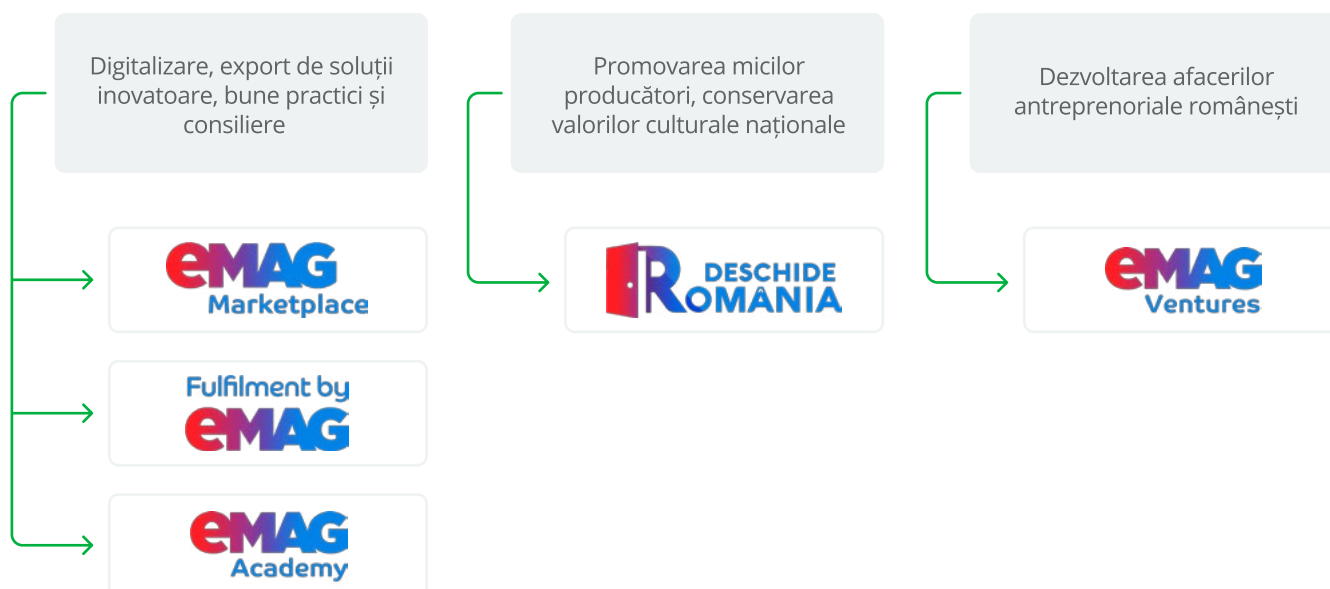
Credem cu tărie că, prin acțiuni de colaborare și cooperare cu partenerii noștri, putem contribui la dezvoltarea sustenabilă a economiei românești. De asemenea, suntem conștienți de versatilitatea conceptului de sustenabilitate și urmărim ca prin acțiunile și programele noastre să oferim partenerilor noștri mecanisme, ustensilele și consilierea necesară pentru a-și construi în mod individual calea către succes. Susținem comunicarea transparentă și eficientă și credem în dezvoltare bazată pe decizii informate.

La nivel global, realitatea economică a fost redefinită de evenimentele ultimilor ani. Contextul creionat de pandemie a jucat un rol catalizator în definirea

economiei digitale ca dimensiune economică de sine stătătoare. Mai mult, restricțiile sociale au evidențiat atât importanța comerțului electronic cât și rolul internetului și tehnologiei în facilitarea interacțiunii dintre profesionist și consumator.

Cu o activitate de 20 de ani în sectorul comerțului electronic din România, avem responsabilitatea de a da înapoi societății în care ne-am dezvoltat. Prin urmare, programele noastre susțin dezvoltarea afacerilor locale atât prin exportul de informații, bune practici și tehnologie, cât și prin investiții.

Programele noastre urmează trei direcții strategice:



Digitalizare și soluții inovatoare

Suntem unul dintre cele mai cunoscute branduri din România și avem responsabilitatea de a da înapoi societății în care ne-am dezvoltat.

Ne-am asumat rolul de promotor al sectorului de comerț electronic din România încă de la început. Viziunea noastră a fost aceea de a crea un model de business care ajută atât clienții, cât și alte afaceri din România. În timp ce clienții pot economisi timp și bani cumpărând online, alte business-uri au posibilitatea de a vinde produsele și serviciile oriunde în țară și în afara ei, prin intermediul platformei eMAG Marketplace.

eMAG Marketplace, Fulfilment by eMAG și eMAG Academy

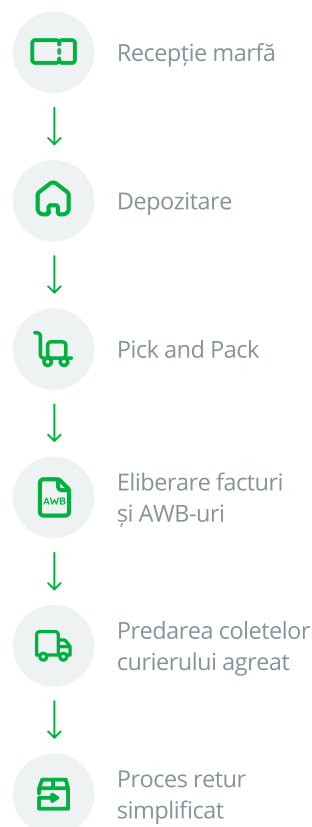
Lansată în 2011, eMAG Marketplace a devenit cea mai relevantă platformă de vânzări online din România, oferind comercianților posibilitatea de a-și prezenta oferta de produse către o bază solidă de clienți.

Platforma reprezintă un canal de vânzare suplimentar pentru afacerile care vor să se extindă online. Aceasta a fost optimizată astfel încât să permită comercianților cu o prezență online prestabilă să își sincronizeze propriul magazin cu platforma, automatizând fluxul comercial. Mai mult, prezența și activitatea pe eMAG Marketplace nu sunt condiționate de cunoștințe tehnice. Oricine o poate face. Partenerii noștri au acces la o varietate de instrumente de monitorizare și analiză în timp real a evoluției activității și performanței lor, precum și recomandări personalizate, alerte și mesaje care îi notifică dacă este nevoie de o acțiune din partea lor.

Deoarece în cadrul eMAG ne-am asumat responsabilitatea de a ajuta companiile partener să depășească obstacolele pe care le întâlnesc în procesul de dezvoltare, în 2021 am lansat programul Fulfilment by eMAG (FBE).

Programul degrevează antreprenorii de grijile asociate proceselor logistice: de la manipulare a mărfii, depozitare, preluare comenzi, livrare până la retur și servicii post-vânzare. Astfel, antreprenorii se pot concentra pe creșterea afacerii.

Fulfilment by eMAG



eMAG Marketplace

Creștere în fiecare an

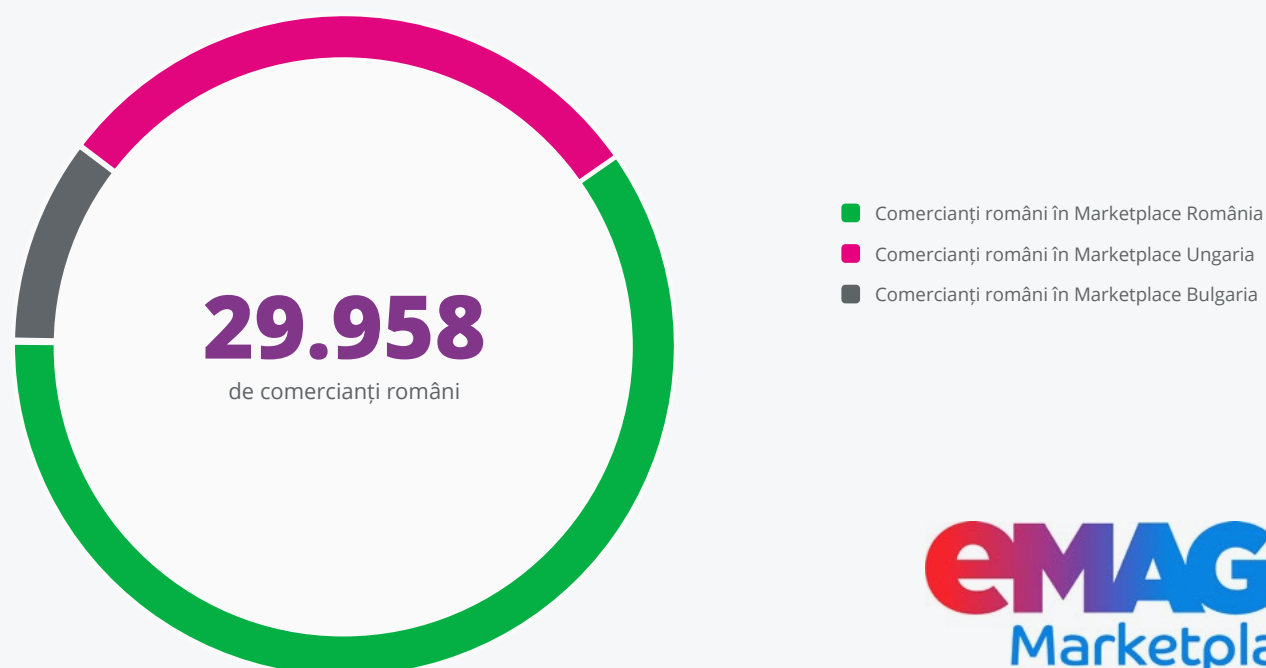
Companiile înscrise pe platforma eMAG Marketplace încep să înregistreze creșteri ale cifrei de afaceri în primul an de listare.

În 2021, numărul comercianților români activi pe platformele eMAG Marketplace din România, Ungaria și Bulgaria a ajuns la 29.958.

În România, eMAG Marketplace reunește firme din toate județele, care au astfel posibilitatea de a activa în afara pieței locale și a-și prezenta și vinde produsele la nivel național sau chiar în afara țării.

În 2021, vânzările comercianților români din cele trei platforme Marketplace au înregistrat, în medie, o creștere de 11% comparativ cu 2020, aceștia onorând 15,8 milioane de comenzi în valoare de 2,8 miliarde de RON.

Comercianți români activi pe platformele Marketplace din România, Ungaria și Bulgaria



eMAG Marketplace
accelerează procesul de
digitalizare al companiilor
românești, dezvoltă
antreprenoriatul online
și susține migrarea
companiilor către
economia digitală.



eMAG Academy

Bune practici și consiliere

În 2020, platforma eMAG Academy a avut 2,5 milioane de vizualizări.
În medie, fiecare comerciant activ în eMAG Marketplace a accesat eMAG Academy de 130 de ori.

eMAG Academy

Ne-am propus să înrădăcinăm în cultura operațională și de management al afacerilor principiul învățării susținute. De aceea, prin intermediul platformei de training eMAG Academy, punem la dispoziția partenerilor din Marketplace resurse utile și ușor accesibile pentru dezvoltarea afacerilor online.

Platforma include peste 350 de materiale de e-learning, inclusiv tutoriale video, însumând peste 300 de ore de înregistrări, 130 de articole cu privire la funcționarea marketplace, dar și o zonă asistată de întrebări și răspunsuri menite să ajute comercianții eMAG Marketplace în activitățile lor.

Prin eMAG Academy împărtășim experiența noastră cu zeci de mii de antreprenori români dornici să învețe cum să își dezvolte afacerea online.



2,5 milioane de vizualizări



130 de accesări / comerciant

Deschide România

Promovarea micilor producători

Deschide România

Ne-am propus să arătăm că inovația și tradiția pot crea un parteneriat reciproc avantajos. Din dorința de a conserva și promova valorile culturale naționale exprimate prin meșteșug, în 2017 am lansat programul [“Deschide România”](#).

“Deschide România” le oferă micilor producători locali, ONG-urilor cu activități de producție din care se autofinanțează și PFA-urilor care realizează produse meșteșugărești (de exemplu, produse textile, haine pentru copii și jucării, produse home & deco, cosmetice etc.) acces rapid la o piață de desfacere națională prin expunerea și vânzarea acestora pe platforma eMAG Marketplace.

Partenerii din cadrul programului au acces la expertiza noastră în vânzarea online și la întreaga infrastructură digitală a platformei Marketplace la un cost mult mai redus, beneficiind în același timp de promovare suplimentară în cadrul campaniilor umbrelă pe care le realizăm.

Toate produsele înscrise în program sunt semnalizate pe site și în aplicația mobilă eMAG cu logo-ul “Deschide România” – pentru a fi ușor de identificat de către vizitatorii platformei ca produse fabricate 100% în România.



1.196.721 produse
românești listate în 2020



173 categorii de
produse



2.669 de producători
locali activi



15,5 milioane de lei
valoarea comenzilor
în 2021

Deschide România

Testimoniale

”Și pentru noi era ceva nou, am început să ne adaptăm și să cunoaștem lucrurile cât mai bine din punctul de vedere al seller-ului și, totodată, ne-am pus și în situația unui client, să vedem ce facem și cum facem să fim cât mai bine descriși, cât mai implicați în activitate. Treptat, am început ca în 2019 să introducem cât mai multe produse, iar în 2020 ne-am dat seama că acest mediu este cheia dezvoltării noastre.

De ce? Pentru că toată lumea cunoaște ce înseamnă Marketplace, toată lumea are încredere în primul rând în brandul eMAG Marketplace, îl consideră un mediu sigur, din care preferă să cumpere și automat cred că aici a fost cheia dezvoltării noastre în acest an, prin ușurința cu care putem să implementăm sistemele noastre.”

Virgil Cata

Universal Group

”Primul an a fost destul de greu, dar am avut un business plan pe care l-am respectat și am ajuns chiar să depășim creșterea pe care ne-am propus-o la momentul respectiv. Este o dovadă că Marketplace este un loc în care poți crește dacă ești serios și orientat către client și nevoile lui.”

George Shampeche

Picodino

eMAG Ventures

Sustținerea afacerilor antreprenoriale românești

Sprrijinim dezvoltarea următoarei generații de antreprenori prin programul de investiții pentru companii de fintech, health-tech, economie circulară, logistică și food delivery.

eMAG Ventures

Suntem o companie antreprenorială și dorim, la rândul nostru, să sprijinim dezvoltarea următoarei generații de antreprenori. O facem atât prin platforma Marketplace, cât și prin investiții directe în companii fondate de antreprenori români.

Pentru a sprijini mai mult companiile fondate de antreprenori români, am decis să înființăm eMAG Ventures. Am făcut acest pas după experiențele pozitive înregistrate cu platforma EuCeMănânc, devenită apoi Tazz by eMAG, cu Depanero, cu compania de curierat Sameday, cu Zitec sau Conversion.

Lansat la sfârșitul anului 2020, eMAG Ventures este un program de investiții pentru firme de tehnologie care aduc inovații în produse și servicii adresate direct sau indirect clienților finali. În mediul antreprenorial din România există multe proiecte de tehnologie cu potențial mare, care pot fi dezvoltate cu finanțare și know-how.

Prin eMAG Ventures vrem să creăm o valoare adăugată reală și să contribuim la scalarea rapidă a acestor afaceri, producând astfel un impact vizibil în economia digitală. Vorbim despre investiții de accelerare, destinate acelor companii care pot crește rapid cu ajutorul tehnologiei și care pot deveni viitorii unicorni.

Ne dorim să finanțăm companii cu ambiție și viziune, care vor contribui la creșterea ecosistemului antreprenorial din România. Le vom oferi nu doar finanțare, ci și know-how-ul acumulat în cei 20 de ani de activitate în care am inovat constant.

Una dintre condițiile definitorii pentru eligibilitatea în eMAG Ventures este utilizarea tehnologiei în dezvoltarea produselor și serviciilor pentru clientul final, fie direct (B2C), fie indirect (B2B2C). Domeniile-cheie pe care le vizăm sunt: fintech, health-tech, economie circulară (recommerce), logistică, food delivery.

Programul este dedicat companiilor care au deja un model de business funcțional și pot demonstra că au maturitatea necesară pentru a aduce o schimbare relevantă în piețele în care activează.

Prin eMAG Ventures punem la dispoziția aplicanților un buget total de investiții de 10 milioane de euro. Vom aloca fiecărui proiect în parte fonduri de la câteva sute de mii de euro până la 1,5 milioane de euro în prima etapă a finanțării, sumele putând urca ulterior și la valori mai mari, în funcție de evoluția companiei.



Un proiect selectat poate obține până la 1,5 milioane de euro în prima etapă a finanțării

În 2020, am înregistrat vânzări de 13 ori mai mari față de 2019

Tazz by eMAG

Investițiile și proiectele derulate în 2020 de către Tazz by eMAG au dus la vânzări de 13 ori mai mari față de 2019.

Creșterea a continuat și în 2021, pe parcursul căruia, platforma Tazz by eMAG a ajuns la 2 milioane de instalări ale aplicației mobile și 1,24 milioane de clienți activi.

Tehnologia a fost complet schimbată printr-o investiție de 26 milioane de lei, destinată să îmbunătățească experiența utilizatorilor, a calității livrării produselor, dar și pentru un acces mai facil pe platformă pentru micii comercianți.

A fost introdusă posibilitatea acordării de recenzii și recompense curierilor pentru a-i motiva să ofere o experiență din ce în ce mai bună clienților, îmbunătățind astfel procesul de livrare.

Portofoliul s-a extins cu 5.114 restaurante și magazine partenere, iar obiectivul pentru viitorul apropiat este ca Tazz să depășească 10.000 de parteneri și să genereze vânzări de 8 ori mai mari. Pentru a susține în continuare dezvoltarea platformei, Tazz by eMAG va angaja 100 de specialiști IT.

Planurile pentru 2022 includ: creșterea rețelei de livratori în toată țara, dezvoltarea flotei proprii de mașini și scutere electrice, investițiile în inteligență artificială pentru a îmbunătăți experiența de cumpărare, livrare din ce în ce mai rapidă și extinderea serviciului în noi orașe.

În prezent, Tazz by eMAG este disponibil în 28 de orașe, iar în următorii 3 ani își propune să fie prezent în toate orașele cu o populație de peste 100.000 de locuitori.

Platforma Tazz by eMAG



2 milioane de instalări



1,24 milioane de clienți activi

“Know-how-ul pe care eMAG l-a adus în cadrul Tazz ne-a ajutat să dezvoltăm parteneriate unice pe piață, care ne diferențiază.

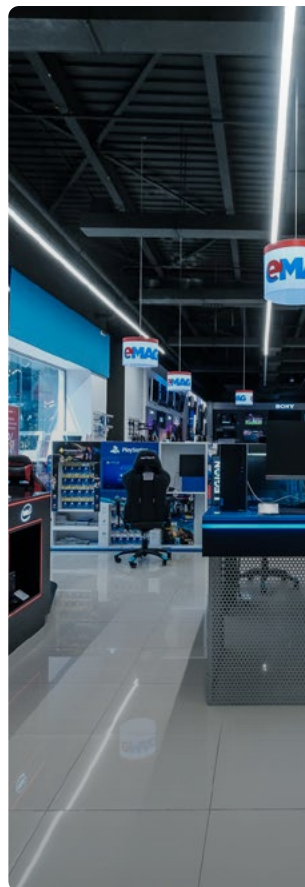
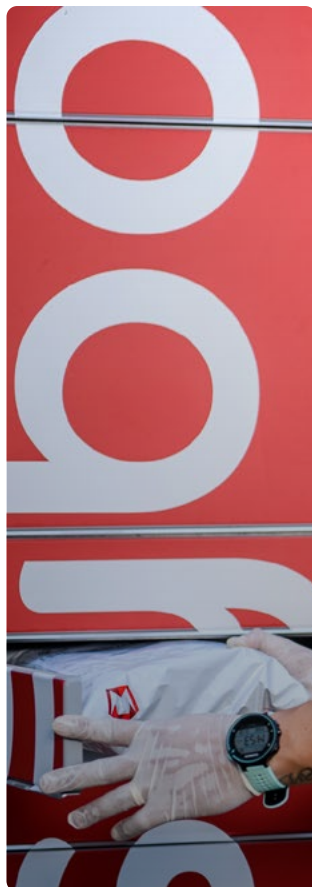
Ajutorul oferit de eMAG în zona de tehnologie, operațiuni, HR, financiar, juridic și marketing a fost esențial în creșterea Tazz, a cărei evoluție ne depășește așteptările în fiecare lună.”

Alin Șerban

CEO Tazz by eMAG

Tazz
by eMAG
Food & More





Impactul nostru în Regiunea Europei Centrale și de Est

Exportăm soluții inovatoare și know-how și încurajăm expansiunea economiei românești dincolo de granițele sale geografice. În plin proces de tranziție digitală a României, ne dorim să servim drept sursă de inspirație pentru antreprenorii români și să contribuim la creionarea statutului României ca exportator de tehnologie și bune-practici.

Atât operațiunile, cât și sediul nostru central sunt înregistrate în România fapt ce se traduce într-o valoare adăugată la nivelul pieței locale. Grație modelului nostru de business, punem la dispoziția comercianților români toate resursele necesare desfășurării unei activități comerciale optime atât la nivel național cât și regional. În aceeași manieră, prin platforma Marketplace nu încurajăm numai exportul de produse românești ci și crearea de noi oportunități prin interacțiunea comercianților cu piețele regionale.

eMAG Ungaria

Export de soluții inovatoare

În martie 2019 am anunțat fuziunea [eMAG Ungaria](#) cu Extreme Digital. Țintim prin această decizie să construim una dintre cele mai importante companii din sectorul comerțului electronic din Europa Centrală și de Est. Prin această fuziune exportăm în regiune tehnologia dezvoltată de eMAG în România, care va ajunge astfel în Austria, Croația, Cehia, Slovacia și Slovenia. Am dezvoltat conceptul de Marketplace și în Ungaria.

În același timp, dezvoltăm servicii care să sprijine comerțul transfrontalier:

- Livrare door-to-door între cele 3 țări (România, Bulgaria și Ungaria pentru început)
- Serviciu de fulfilment lansat în septembrie 2021
- Inteligența Artificială pentru traducerea automată a specificațiilor produselor
- Customer care pentru produsele comercializate cross-border

Am extins serviciile pentru comercianții prezenți în Marketplace Ungaria și am făcut posibilă atât livrarea acasă sau la easybox, cât și returul de acasă, pentru Budapesta și împrejurimile sale.

Toate dezvoltările au avut în prim-plan clienții noștri din Ungaria, care acum au parte de noi beneficii: posibilitatea să returneze produsele achiziționate din Marketplace direct la easybox și 20 de showroom-uri din care își pot face cumpărăturile sau pot vedea cum arată în realitate anumite produse pe care și le doresc.

Având în vedere succesul din România, am dezvoltat rețeaua easybox și în Ungaria, iar în acest moment avem 374 de unități instalate. Plănuim ca numărul unităților easybox instalate să ajungă la 1.500 până la Black Friday 2022.



374
easybox-uri



20 de
showroom-uri



eMAG Bulgaria

Ne propunem să le arătăm în permanență clienților că e simplu și rapid să-și comande lucrurile de care au nevoie de pe eMAG.

Ca parte a strategiei de dezvoltare în Bulgaria, în 2020 am deschis primul showroom, la Sofia. În ceea ce privește rezultatele financiare, în 2020 și prima parte a anului 2021, creșterea pe care am înregistrat-o în Bulgaria este de peste 60% comparativ cu aceeași perioadă a anului trecut.

Avem și categorii de produse care, deși sunt mai noi în portofoliul nostru, au înregistrat creșteri spectaculoase, așa cum sunt, de exemplu, consumabilele – peste 70%– și jucăriile – peste 90%. La fel de bine am stat și în ceea ce privește traficul, unde am reușit să atragem cu 40% mai multe vizite.

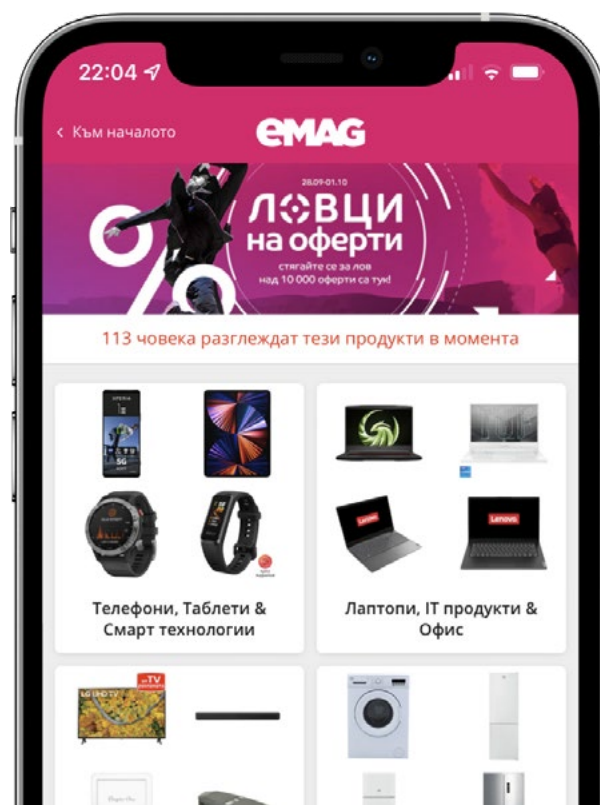
- Extindem gama de produse pentru a crește prezența offline în showroom-uri și a dezvolta un program de loialitate pentru clienții noștri.
- Investim în tehnologie pentru a oferi o experiență de cumpărături mai plăcută partenerilor noștri din Marketplace. Câteva exemple reprezentative sunt implementarea opțiunii eCredit pentru Marketplace și afișarea unui estimat al timpului de livrare.
- Încurajăm clienții să folosească aplicația mobilă pentru a asigura cea mai plăcută experiență de cumpărături.



Noi categorii de produse:
consumabile



40% creștere vizite
pe emag.bg



Capitolul 7

eMAG Teams

Creștem, învățăm și excelăm împreună

- ▶ eMAG, un angajator de top
- ▶ Dezvoltare profesională la eMAG
- ▶ eMAG Teams - Echilibru de gen
- ▶ eMAG Tech Teams - Tehnologie românească

Sinteză și obiective

Investim constant în angajații noștri și, ca efect al acestei politici, eMAG este cel mai dorit angajator de pe piața de retail din România, poziție neschimbată în ultimii 3 ani, conform Topului Celor mai Doriți Angajatori realizat anual de Catalyst Solutions la nivel național.

Cifre cheie



Am investit **45 de milioane de lei** în programe de învățare accelerată



Atașamentul angajaților față de brandul eMAG a atins **calificativul "Exceptional"**



Echipele eMAG au petrecut **53.644 de ore** în cursuri de învățare accelerată în 2020



În cadrul programului Future 25, tinerii profesioniști beneficiază de **doi ani** de învățare și descoperă perspective de business și inovație în **Silicon Valley**

Sinteză și obiective

Această poziționare în vârful clasamentului reprezintă o recunoaștere a tuturor eforturilor pe care eMAG le depune în a asigura dezvoltarea profesională și personală a angajaților, confirmând rolul important pe care compania îl joacă pe piața muncii din România.

Obiective



Ne propunem să menținem nivelul foarte bun de satisfacție în rândul angajaților, monitorizat prin **evaluări derulate bianual**



Vom investi în total **4 milioane de RON** pentru a susține 800 de colegi aflați la început de carieră prin Upgrade, programul nostru de dezvoltare accelerată



Investim în **talentele din organizație** prin două proiecte pe care le desfășurăm, Future25 și GrowTalent, pentru care alocăm 2 milioane de lei



Ne asigurăm că fiecare coleg e susținut continuu în **învățare și dezvoltare la locul de muncă**, alocând anual 2,5 milioane de lei



Angajații eMAG devin voluntari în cadrul proiectului de **plantare a unei păduri de puieți**, situată lângă noul centru logistic DC2

eMAG

Un angajator de top

Atât în 2020, cât și în 2021, eMAG a ocupat un loc important în topul celor mai doriți angajatori din România. Acest statut este recunoscut și de angajați și este reflectat an de an în chestionarele de evaluare completate la nivel de grup. Ultimul chestionar a fost derulat în februarie 2021 în companiile grupului, atât în România, cât și în Ungaria, Bulgaria și Polonia.

Employee Net Promoter Score (eNPS) este un chestionar trimis tuturor angajaților activi care s-au alăturat companiei de cel puțin o lună și măsoară nivelul angajamentului acestora în raport cu diferite arii din activitatea companiei. Scopul eNPS este de a îmbunătăți experiența de lucru. Procesul este unul anonim și derulat bianual, iar chestionarul este ajustat și îmbunătățit în baza evaluărilor primite din partea colegilor.

Chestionarul propune spre evaluare 4 zone:

eNPS măsoară numărul de respondenți detractori, pasivi și promotori în funcție de răspunsurile acestora. Scorul poate varia de la un nivel de -100 (dacă toți respondenții sunt detractori) la un nivel de 100 (dacă toți sunt promotori). Un scor excelent pentru eNPS este cuprins între 50 și 70 de puncte, urmat fiind de calificativul excepțional.

Rezultatul ultimului chestionar a confirmat atașamentul angajaților față de companie, echipe și principiile promovate, având o rată de răspuns istorică, de 81%. Toți indicatorii principali măsurați în eNPS au înregistrat creșteri generale în această ediție.



**Atașamentul
față de angajator**



**Atașamentul
față de echipă**



**Atașamentul
față de brand**



**Evaluarea rolului, oportunităților, schemei de salarizare,
precum și intenția de a rămâne sau a pleca din companie**

Studiu de caz

eMAG Teams România

În ultimul chestionar eNPS, membrii echipelor eMAG Teams și-au exprimat atât atașamentul față de angajator, cât și față de brand și de ceea ce reprezintă eMAG în piața românească. Ambii indicatori au înregistrat creșteri semnificative comparativ cu sesiunea precedentă.

În urma evaluărilor, atașamentul față de angajator se clasează în categoria de referință “excelent”, în timp ce atașamentul față de brand continuă să evolueze către scorul maxim al categoriei „excepțional”.

eMAG



51.17

scor NPS - Excelent

Atașamentul față de angajator



80.43

scor NPS - Excepțional

Atașamentul față de brand



Dezvoltare profesională la eMAG

Dezvoltarea carierei în cadrul eMAG

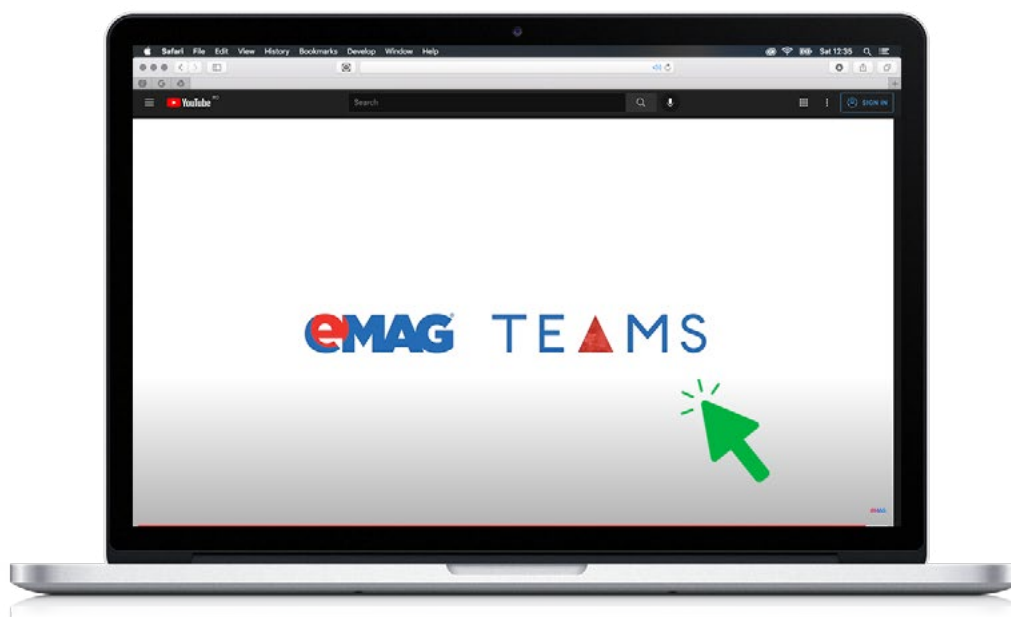
Definim eMAG ca un ecosistem format din oameni, nevoile și capacitățile lor. De aceea, atât principiul care ne ghidează dezvoltarea cât și obiectivul eforturilor noastre este de a crește împreună cu business-ul.

Considerăm că rețeta pentru un succes pe termen lung constă în capacitatea de a ne îmbunătăți constant, de a ne adapta și reinventa. Prin platformele de învățare pe care le-am creat, am ales să personalizăm experiența colegilor, să le fim aproape și să conectăm nevoile lor cu cele ale organizației.

Ce oferă eMAG pentru carieră?

Paleta de programe este variată și pune la dispoziția angajaților instrumentele educaționale necesare pentru fiecare dintre ambițiile lor. Aceștia pot opta pentru îmbunătățirea performanței individuale asociate rolului lor, se pot pregăti pentru provocări viitoare sau pot alege să descopere și să dezvolte noi aptitudini profesionale și sociale.

Credem foarte mult în dezvoltarea oamenilor și din acest motiv investim în fiecare an mai multă energie și resurse pentru a rămâne o organizație care învață în permanență. În 2020, am investit 2,8 milioane RON în programele de învățare accelerată atingând astfel o investiție totală de 45 de milioane de RON.



Cum pot crește mai rapid în carieră angajații eMAG?

Prin implementarea unui sistem de învățare bine definit ne asigurăm că putem învăța mai multe lucruri într-un timp scurt, iar aceasta este o ambiție cu care au rezonat toți colegii.

Cum pot crește angajații în rolul lor

Ca să crească în rolul lor sau într-un rol adiacent spre care aspiră, le punem la dispoziție cursuri de specializare și dezvoltare suplimentară pe aptitudini specifice, necesare departamentului în care lucrează.

Pot învăța online

În ce privește resursele de învățare online, angajații pot accesa platformele Connect și MyAcademy, unde intră pentru a urma programele și training-urile pregătite pentru departamentul din care ei fac parte.

Tot acolo au acces și la cursuri generale din arii foarte diverse, disponibile de pe platformele: Udemy for Business, Harvard Manager Mentor, Culture Wizard, Vado, GameLearn sau Rosetta Stone.

Se pot dezvolta ca manageri

În eMAG oferim foarte multă încredere managerilor noștri și investim în dezvoltarea lor. De aceea, am construit programele de dezvoltare Grow Talent și Leadership Habits.

Grow Talent oferă celor 90 de participanți acces la cursuri realizate în parteneriat cu universități precum Harvard, MIT, IMD, Wharton sau London School of Economics.

Leadership Habits este dedicat celor 450 de manageri din organizație și are ca scop dezvoltarea obiceiurilor sănătoase pentru construirea unor echipe puternice, durabile, productive și cu o dinamică pozitivă.



53.644 de ore

în cursuri de învățare accelerată în 2020



40.000+

cursuri în portalurile Connect și MyAcademy



540

de participanți în programe

Jobul din viitor

Programul Upgrade

Upgrade, cel mai recent program lansat în eMAG, are ca scop accelerarea carierei și este dedicat tuturor celor aflați la început de drum. Prima ediție a programului a debutat cu 200 de participanți.

În etapa incipientă a programului, participanții parcurg un modul de consiliere în carieră pentru a obține o înțelegere aprofundată asupra competențelor lor și a direcției profesionale care li se potrivește. Odată fundamentate aceste cunoștințe se face trecerea în modulul de specializare unde participanții pot opta pentru profilul preferat. Programul oferă cinci specializări create în concordanță cu nevoile companiei pe termen mediu și lung: tehnologie, marketing, vânzări, finanțe și optimizarea proceselor.

O componentă importantă a programului este aceea de a conecta participanții cu echipele de recrutare și rolurile disponibile din cadrul eMAG, pentru a le oferi șansa de a aplica în mod concret cunoștințele dobândite. Ultimul modul se concentrează pe dezvoltarea unor competențe personale și colective precum gândirea analitică, soluționarea problemelor și lucrul în echipă.

Fiecare ediție a programului se extinde pe o perioadă de 9 luni. Upgrade este cel mai amplu program de dezvoltare în carieră pe care l-am desfășurat până acum în eMAG. Ne propunem să continuăm organizarea edițiilor pentru o perioadă de cel puțin 2 ani și să susținem 800 de colegi pe drumul către dezvoltarea personală și profesională. Investiția se va ridica la o sumă totală de 4 milioane de RON.

Un cuvânt din partea kolegi noastre,
Loredana:

„Am primit îndrumare, sprijin și răspuns la absolut orice nevoie și nelămurire pe care o aveam privind anumite roluri în eMAG. Am primit, de asemenea, informații precise care m-au ajutat să îmi conturez o imagine clară în legătură cu job-ul dorit. Am mult mai multă încredere în mine în urma ședințelor de consiliere și mi-am definit punctele forte cu care pot excela într-un alt domeniu.”



Future 25

Programul pentru liderii de mâine

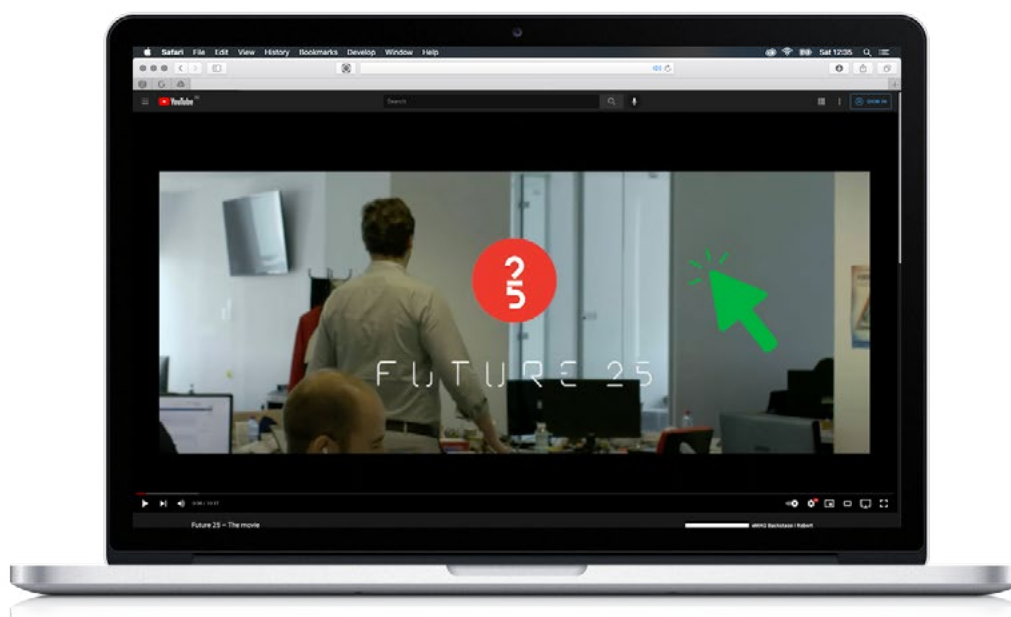
Future 25 este un program dedicat descoperirii celor mai talentați tineri din eMAG și nu numai.

În fiecare ediție a programului, analizăm cu atenție sute de aplicații din care selectăm cei mai buni 25 de candidați pentru a intra într-o călătorie profesională unică. În cadrul programului, participanții beneficiază de doi ani de învățare și dezvoltare accelerată. Mai mult, după primul an, au oportunitatea de a merge împreună într-o excursie în San Francisco, unde explorează perspective de business și inovare chiar în Silicon Valley.

Cei 25 de „călători în viitor” au întâlniri și discuții cu antreprenori din diferite domenii, primesc îndrumare de la managerii eMAG, participă la workshop-uri și cursuri online de finanțe, administrarea afacerilor, prezentări de impact și leadership și lucrează la proiecte reale din diferite zone de business, pe care le prezintă în fața board-ului eMAG. Apoi, după vizita în Silicon Valley, intră în al doilea an într-un program de Master în Administrarea Afacerilor unde aprofundează cunoștințele de management.

Prima ediție a programului a avut loc în 2018 și, până la momentul prezent, a beneficiat de o investiție de 250.000 de euro. În primele două generații ale programului am extins procesul de recrutare și pentru 5 tineri din afara eMAG, restul de 20 de locuri fiind rezervate membrilor eMAG Teams cu vârsta în jur de 25 de ani și 3-4 ani experiență de muncă. Odată cu intrarea în program, cei 5 tineri din afara eMAG au primit automat și job-uri full-time în departamente foarte dinamice din companie.

Din cauza contextului impus de pandemia COVID-19, Generația 3 a Future 25 a fost dedicată exclusiv participanților din companiile grupului eMAG. În această ediție au participat și doi colegi din eMAG Ungaria și Bulgaria. Aceștia au trecut în anul al doilea de pregătire și au început programul de Master desfășurat în parteneriat cu Bucharest International School of Management, România.



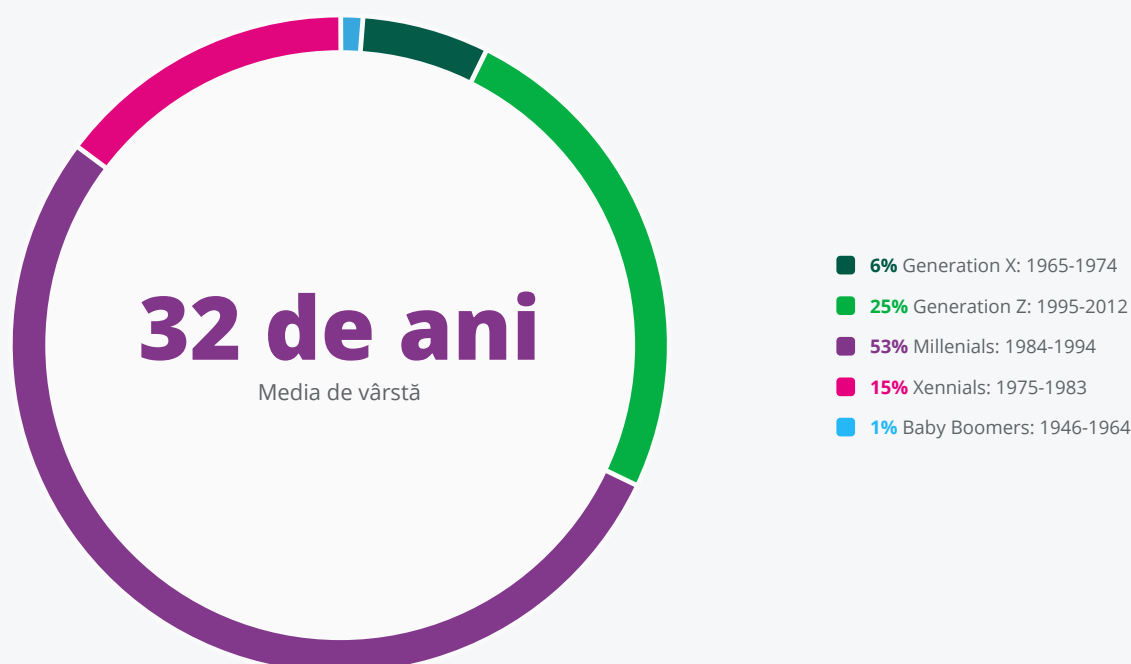
Generațiile eMAG

eMAG aduce experiența cumpărăturilor online în căminul fiecărui client. Această experiență este rezultatul eforturilor celor 7.553 de angajați ai grupului eMAG.

În cadrul grupului eMAG punem creșterea și dezvoltarea pe primul loc. Fie că este vorba de cunoaștere, carieră sau călătoria noastră către performanță, suntem de părere că principalele motoare de creștere sunt asigurate de învățarea continuă, adaptabilitatea la schimbare și creativitate.

Suntem bucuroși că misiunea și principiile noastre reușesc să inspire, dar și să rezoneze cu oameni de toate vârstele. Am reușit, astfel, să construim o echipă diversă, dinamică și orientată spre dezvoltare.

Structură angajați pe grupe de vârstă, anul 2020



Departamentele eMAG Teams

Ecosistemul eMAG este format din 10 departamente aflate în continuă creștere. În 2020, departamentele eMAG Teams numărau 3.719 de membri doar în România.



Platforms & Technology

Tehnologia și inovarea joacă un rol central în eMAG, iar echipele de Platforms & Technology susțin tehnologic dezvoltarea accelerată a business-ului într-o manieră rapidă și centralizată, cu focus pe inovare, eficiență și integrare între piețele din fiecare țară în care suntem prezenți.



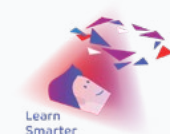
Commercial & Marketing

Echipele de Commercial din eMAG sunt responsabile de gândirea și dezvoltarea cataloagelor de produse și lansarea de produse noi cu o strategie de preț competitivă. De asemenea, ele se ocupă și de construirea campaniilor promoționale alături de echipele de Marketing, menținând și incluzând furnizori noi în portofoliul de produse eMAG.



Logistics Teams

Echipele de Logistică joacă un rol important în funcționarea unui business de e-commerce cum este eMAG. Ele reprezintă veriga finală între noi și clienții noștri.



People

Echipa People valorifică cunoștințele, abilitățile și potențialul colegilor din eMAG pentru a deveni împreună cel mai mare retailer online din Europa Centrală și de Est.



Retail Teams

Echipele de Retail joacă un rol esențial în experiența eMAG, pentru că sunt locul în care ne întâlnim cu clienții noștri în offline. Avem 44 de showroom-uri în 3 țări, în care principalul nostru scop este grija față de clienți.



Legal, Public Policy & Sustainability

Echipa de Legal, Public Policy & Sustainability interacționează zi de zi atât cu alți colegi, cât și cu autoritățile din România și nu numai, astfel încât să ne putem asigura că acțiunile noastre sunt responsabile și sustenabile.



Customer Care

Ne dorim ca echipele de Customer Care din eMAG să fie printre cele mai bune echipe de acest profil din România.



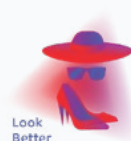
Finance

Echipa financiară se ocupă, de regulă, de contabilizarea activității financiare a eMAG, orice formă ar lua aceasta.



Marketplace

Echipele eMAG Marketplace sunt responsabile de integrarea comercianților în platforma eMAG. Pe scurt, Marketplace-ul deschide ecosistemul eMAG către business-uri locale de toate dimensiunile.



Fashion Days

Fashion Days oferă experiențe de fashion nelimitate pentru clienți din România, Bulgaria și Ungaria. Parte din eMAG din 2016, Fashion Days a beneficiat de o creștere foarte rapidă, iar asta se vede și în nevoia constantă de colegi noi.



eMAG Teams

Echilibru de gen

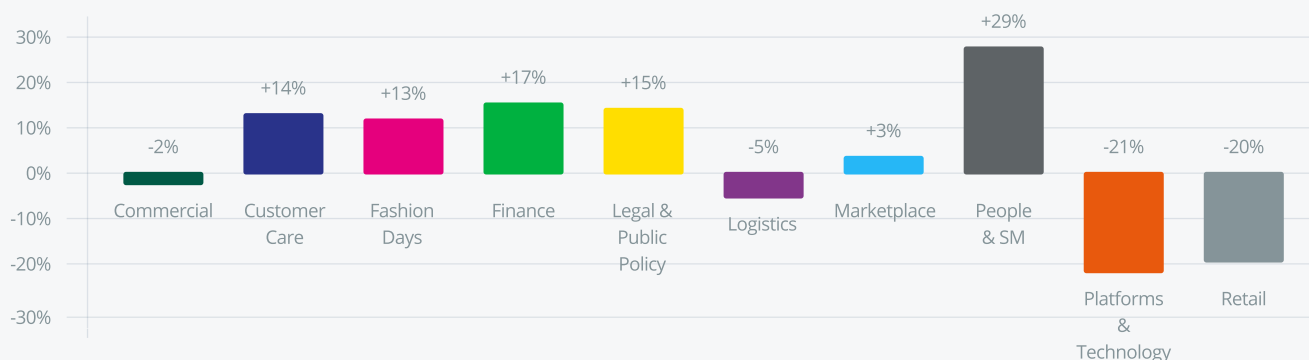
Depunem eforturi constante pentru a menține un raport echilibrat între colege și colegi, atât din punct de vedere al oportunităților de promovare, cât și din punct de vedere al salarizării sau a politicilor de instruire și dezvoltare profesională.

În calitate de actor regional în sectorul comerțului electronic, suntem conștienți de culturile variilor țări în care ne desfășurăm activitatea și de impactul social extins al deciziilor și activităților noastre de afaceri. De aceea, atât principiile egalității de gen, ne-discriminării cât și drepturile omului în integralitatea lor, constituie fundamentul regulamentelor și politicilor de funcționare ale grupului eMAG.

Ne-am luat angajamentul de a respecta fără echivoc drepturile omului și de a proteja demnitatea forței noastre de muncă. Știm că membrii echipelor noastre, cu talentele lor diverse, sunt esențiali pentru succesul nostru în crearea și implementarea de noi oportunități de afaceri.

Prin urmare, am dezvoltat un mediu de lucru în care munca în echipă și încrederea reciprocă sunt promovate și în care colegii noștri sunt tratați cu demnitate și respect. Pentru a ne asigura că toți oamenii sunt tratați în mod egal în mediul profesional, susținem eliminarea prejudecăților și promovăm șanse egale pentru recrutare, dezvoltarea competențelor, avansare și promovare și pentru remunerare. Puteți citi mai multe despre angajamentul nostru în [Declarația privind Drepturile Omului](#).

Raportul între femei și bărbați, eMAG Teams



0 % = Echilibru de gen

+ % = decalaj în favoarea genului feminin

- % = decalaj în favoarea genului masculin

eMAG Teams

Remunerația

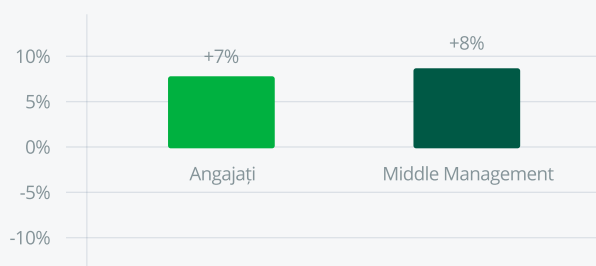
Atât acțiunile, cât și politicile eMAG sunt fundamentate pe principiul echității și ne dorim ca acestea să servească drept un exemplu de bune practici atât la nivel național, cât și în regiune.

În ciuda eforturilor continue depuse de Uniunea Europeană în vederea diminuării practicilor de salarizare diferențiată pe criterii de gen, media statelor membre rămâne una relativ ridicată: femeile câștigă cu 14,1% mai puțin față de bărbați.

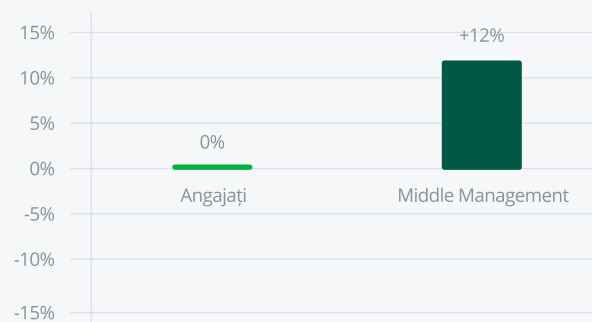
Situația în Europa Centrală și de Est nu este una mai bună, cu majoritatea țărilor din regiune depășind media UE. Cu doar 3,3%, România este unul din exemplele de bune practici situându-se pe locul doi în ierarhia statelor membre cu cele mai scăzute diferențe înregistrate în raportul dintre salariul de bază al femeilor și bărbaților.

Atât la nivel național, cât și regional, am reușit să echilibrăm raportul dintre salariul de bază al femeilor și bărbaților printr-un sistem de salarizare echitabil care reflectă performanța. Pentru anul 2020, în rândul angajaților și al managerilor de nivel mediu din eMAG din România și Ungaria, raportul între salariile de bază ale femeilor și bărbaților a indicat un avantaj procentual cuprins între 7% și 12% în favoarea femeilor.

Raportul salariului de bază între femei și bărbați, eMAG România



Raportul salariului de bază între femei și bărbați, eMAG Ungaria



Middle Management - Managerii de nivel mediu sunt situați la mai multe niveluri ierarhice ale organizației; au în subordine atât executanți, cât și manageri de nivel inferior și răspund conducerii executive

0 % = Echilibru de remunerație

+ % = decalaj în favoarea genului feminin

- % = decalaj în favoarea genului masculin

eMAG Teams

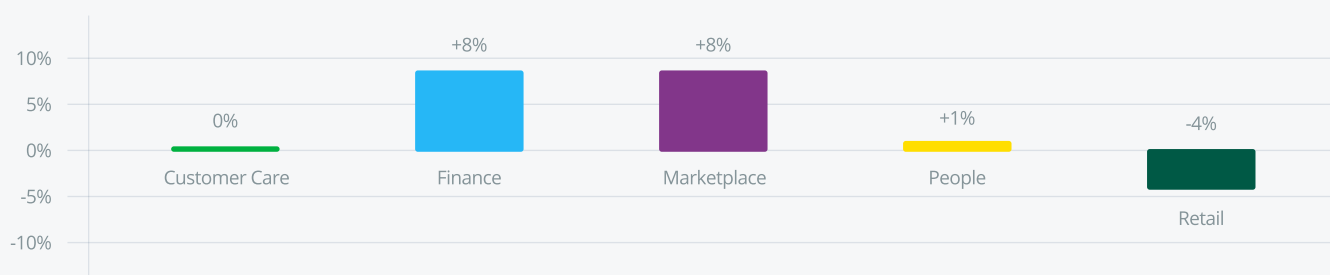
Remunerația

Am atins un echilibru sustenabil în ceea ce privește raportul salariului de bază între femei și bărbați.

În cadrul grupului eMAG, am atins un echilibru sustenabil, atât în ceea ce privește componența departamentelor noastre, cât și în privința raportului dintre salariile de bază. Suntem o companie românească și ne dorim să aducem o contribuție valoroasă în toate ariile de interes social și economic.

Printre altele, urmărim ca prin programele noastre de învățare accelerată să creștem atractivitatea sectorului IT în rândul cât mai multor femei. De asemenea, continuăm să investim timp și resurse în crearea unui mediu de lucru competitiv și incluziv pentru toată lumea.

Raportul salariului de bază între femei și bărbați, eMAG Teams România



0 % = Echilibru de remunerație

+ % = decalaj în favoarea genului feminin

- % = decalaj în favoarea genului masculin

eMAG Tech Teams

Technologie românească

90% dintre aplicațiile pe care le folosim în cadrul eMAG sunt construite de noi, în laboratoarele noastre software din București, Craiova și Iași. În timp, am ajuns să dezvoltăm peste 50 de aplicații folosite cu succes în toate cele 4 țări în care suntem prezenți.

Tehnologia și inovarea sunt subiecte de care suntem foarte pasionați și de aceea ne dorim să atragem alături de noi oameni care împărtășesc aceeași pasiune și dedicație. Scopul și obiectivele comune sunt reflectate zi de zi în efortul depus de membrii echipei Platforms and Tehnology în optimizarea, dezvoltarea și inovarea tehnologiei eMAG.

În cadrul chestionarului eNPS membrii echipei Platforms and Technology și-au exprimat mulțumirea și atașamentul atât față de echipa și colegii lor cât și față de eMAG și tot ceea ce reprezentăm și promovăm la nivel colectiv. Rezultatul excelent a fost corelat și cu faptul că 76% dintre colegii din echipă consideră că eMAG este un mediu de învățare și se simt susținuți de către managerii direcți.



71%

se declară atașați de echipă



89%

se declară atașați de brand-ul eMAG



72%

sunt mulțumiți de locul lor de muncă



76%

consideră eMAG un mediu de învățare

eMAG a obținut certificarea DEKRA

Din momentul declanșării pandemiei de COVID-19 și până în prezent, am luat toate măsurile igienico-sanitare necesare pentru a ne proteja atât colegii cât și clienții.

Pentru a ne proteja colegii, clienții și a asigura desfășurarea în siguranță a activităților pe tot lanțul de aprovizionare, am implementat măsuri și reguli stringente pe toată perioada pandemiei.

Showroom-urile din București, depozitele (DC1 și W10) și sediul de birouri Swan Office Park au primit certificarea DEKRA. Standardul DEKRA confirmă implementarea tuturor măsurilor de prevenire a răspândirii COVID-19 în showroom-uri din București, depozitele și sediul Swan Office Park, inclusiv în etapele de recepție a mărfii, controlul furnizorilor și la intrarea în unitate, precum și în serviciile de igienă, sanitație și întreținere, de instruire a personalului și de informare a clienților.

Standardul internațional de siguranță DEKRA pentru măsuri de prevenire a răspândirii COVID-19 a fost acordat în urma unui proces de audit și control, realizat pe parcursul a 8 zile în showroom-urile din București, depozitele și sediul Swan Office Park, de un organism de certificare independent. O serie de 134 de criterii au fost verificate de inspectori pentru acordarea standardului.

Principalele măsuri implementate pentru a putea primi această certificare sunt:

- Montarea la intrare a termoscanerelor cu sistem de detectare automată a temperaturii;
- Dotarea spațiilor cu dispensere automate fără atingere, cu gel dezinfectant pentru clienți și angajați;
- Instalarea geamurilor de plexiglas la case;
- Asigurarea echipamentelor suplimentare de protecție de unică folosință pentru angajați;
- Sporirea frecvenței igienizărilor;
- Amplasarea elementelor de signalistică de prevenție în toate spațiile;
- Asigurarea informării corecte și complete prin sesiuni de instructaj periodic și înființarea unei linii telefonice speciale pentru angajați.



Capitolul 8

Cum să fii un cetățean responsabil

Implicarea eMAG în societate

- ▶ eMAG și comunitățile locale
- ▶ Fundația Nouă ne pasă
- ▶ Fashion Days – Bune practici de responsabilitate socială

Sinteză și obiective

Operațiunile eMAG sunt guvernate de principiul acțiunii responsabile. Ne asumăm responsabilitatea față de economie și societate și înțelegem nevoia de a crea și menține un mediu propice dezvoltării, atât pentru partenerii noștri, cât și pentru comunitățile în care operăm.

Cifre cheie



Prin investițiile în parcul industrial DC2 vor fi create cel puțin **1.200 de noi locuri de muncă**



Am conectat drumul județean DJ 602 cu autostrada A1, **asumându-ne 100% costurile** generate de această lucrare

Programul pentru prevenirea abandonului școlar
Nouă ne pasă, s-a extins de la 24 la 46 de centre after-school și un număr de **1.227 de copii beneficiari**



Prin platforma **“Donează pentru linia întâi”**, am direcționat peste **5 milioane de măști de protecție** către medici, polițiști, jandarmi.



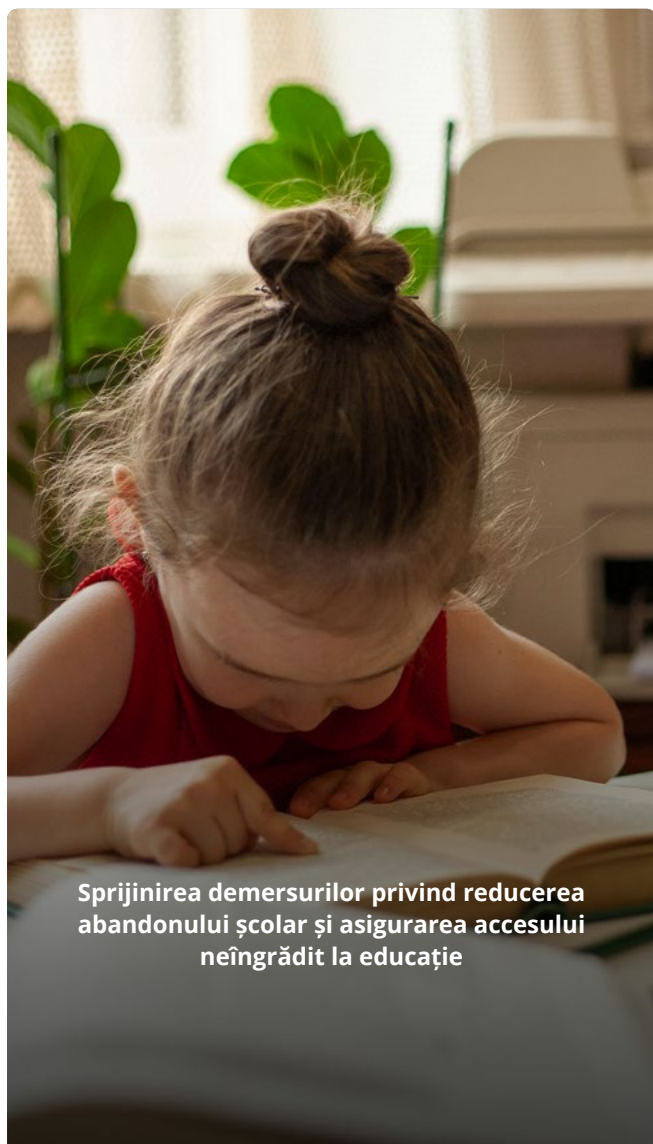
Promovăm **91 de designeri** români în portofoliul Fashion Days și continuăm să integrăm branduri noi lunar

Am strâns **97,8 tone de haine**, care au ajuns la **36.000 de familii** din toate județele țării

Sinteză și obiective

Urmărim să susținem economiile locale și să încurajăm evoluția producătorilor locali. În mod similar, prin Fundația Nouă ne pasă (Fundația eMAG) dorim să promovăm accesul la educație și să investim în viitorul tinerelor generații.

Obiective



eMAG și comunitățile locale

Chiar dacă principala noastră activitate se desfășoară online, aceasta presupune și o prezență fizică. Iar cea mai importantă astfel de prezență se află în comuna Joița, județul Giurgiu.

Investiția în noul nostru centru logistic aflat la km 19 al autostrăzii A1 va genera un impact economic și social benefic semnificativ la nivelul comunităților adiacente.

Investiția noastră a dus deja la creșterea atractivității economice a zonei, ca urmare a obținerii titlaturii de parc industrial.

Acesta se vede prin atragerea de agenți economici în incinta parcului, cu efecte benefice pe termen lung privind versatilitatea și competitivitatea comunităților locale. Astfel, vor fi create cel puțin 1.200 de noi locuri de muncă, cu impact direct pozitiv asupra nivelului de trai al viitorilor angajați și al familiilor lor, la care se adaugă cele 600 de locuri de muncă deja existente. Totodată, acest lucru va avea ca efect reducerea ratei șomajului.

De asemenea, se observă o stimulare a unor noi investiții în proximitatea parcului industrial, pentru servicii conexe activităților rezidenților, cu impact asupra peisajului socio-cultural local - au fost construite hale mici și dezvoltate business-uri colaterale.

Pentru a contribui și la dezvoltarea infrastructurii din proximitatea parcului industrial, am conectat drumul județean DJ 602 cu autostrada A1, în sensul de mers spre Pitești, asumându-ne 100% costurile generate de această lucrare. Proiectul a avut ca rezultat construcția unui sens giratoriu de 15 m în diametru cu 4 ieșiri și aproximativ 600 de metri liniari de drum pe două benzi, din DJ 602. De asemenea, dispune de 900m de bandă de decelerare dinspre București către parcul industrial și o altă de 900m de accelerare dinspre parc spre Pitești.

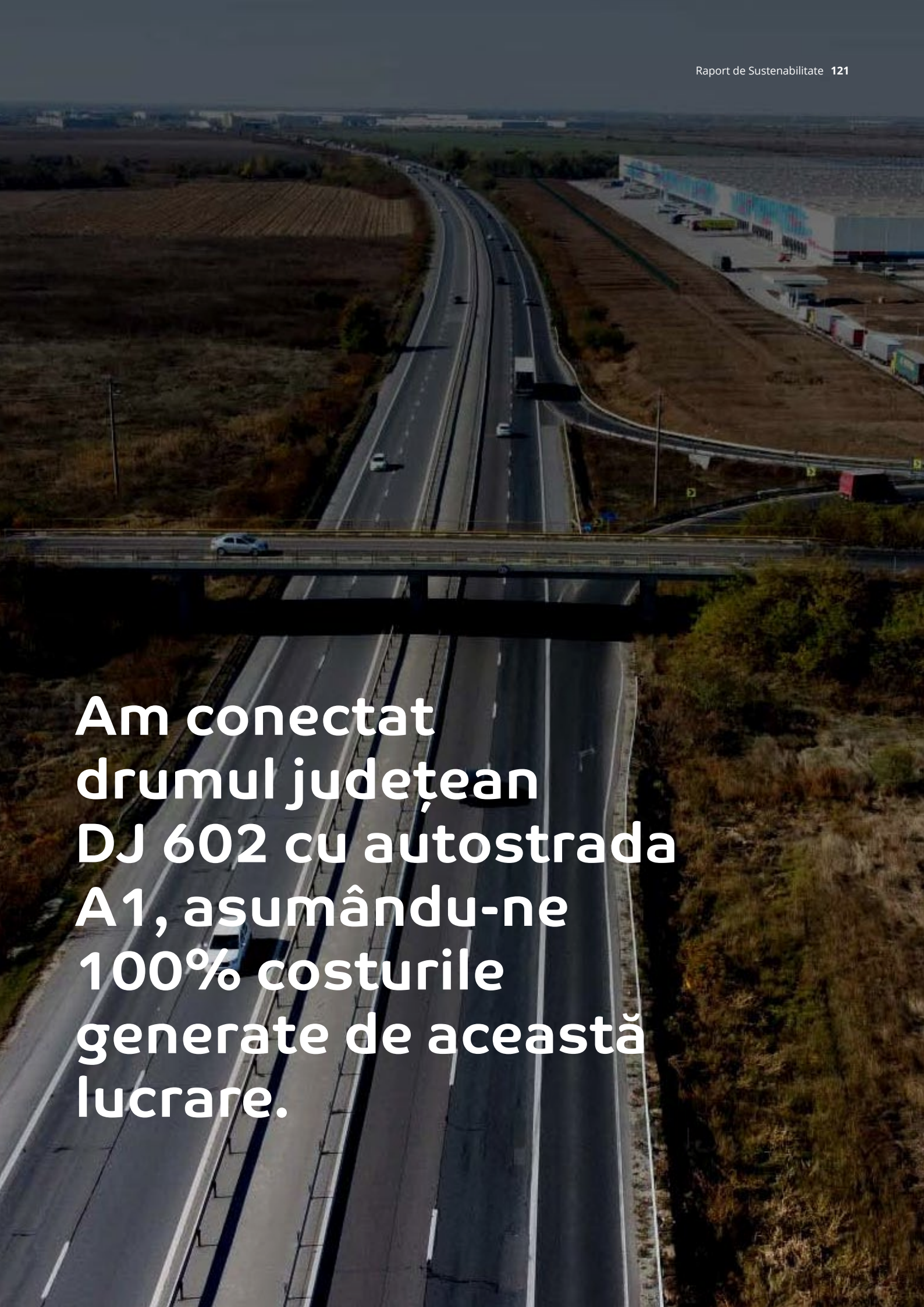


- Sens giratoriu cu 4 ieșiri
- 600 m liniari de drum pe două benzi
- Banda de decelerare – 900 m
- Banda de accelerare – 900 m

Totodată, contribuim la crearea unei culturi și a unui set de valori profesionale ale angajaților locali, cu impact indirect social și cultural asupra comunităților locale.

Toate aceste activități economice generează venituri la bugetul local, cu impact pozitiv direct asupra prosperității comunității. Estimăm că doar eMAG va plăti indirect taxe către comunitatea locală în valoare de 20 de milioane de lei pe an.

În ceea ce privește această nouă investiție într-un centru logistic, încă de la început, am luat în considerare interesul comunității și ne-am dorit ca aceasta să se bucure de avantajele prezenței noastre, fără a fi afectată de amploarea operațiunilor.



Am conectat
drumul județean
DJ 602 cu autostrada
A1, asumându-ne
100% costurile
generate de această
lucrare.

Fundația Nouă ne pasă (Fundația eMAG)

Fundația eMAG a fost lansată în octombrie 2012, din convingerea că la baza construirii unei societăți democratice fundamentată de respect, valori umane și egalitate de șanse stă educația. Pentru a reflecta această misiune, în 2021, Fundația eMAG s-a redenumit, devenind astfel, Fundația Nouă ne pasă.

În perioada 2012 – 2021, Fundația a implementat, în principal, trei mari programe: „Hai la Olimpiadă!”, „Nouă ne pasă” și „140 de bătaii pe minut”. Dincolo de cele trei mari programe, Fundația eMAG oferă sprijin și altor proiecte.

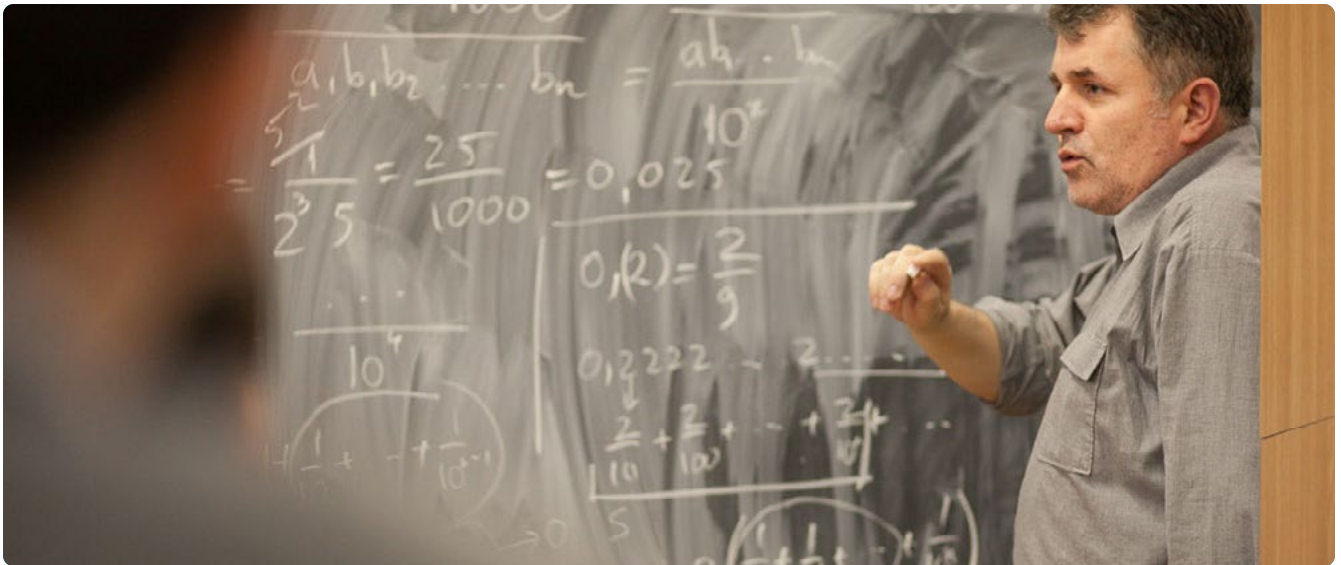
Mai mult, în 2021 Fundația a lansat două programe noi – cursuri de programare pentru copiii din orașele mici ale țării și un program de granturi pentru alte organizații care acționează pentru educație.

Pentru copii, părinți și profesori, anul școlar 2020-2021 a fost cel mai dificil, atât în plan profesional, cât și în viața personală. Un motiv în plus pentru ca

programele principale ale fundației, „Nouă ne pasă” și „Hai la Olimpiadă!”, să se adapteze vremurilor și să continue susținerea copiilor înscriși. Și nu doar aceste programe, ci întreaga activitate a Fundației, care s-a implicat în sprijinirea celor din linia întâi în lupta cu noul coronavirus.

Toate aceste programe există datorită sprijinului pe care Fundația îl primește constant din partea tuturor părților implicate. De asemenea, programele educaționale ale Fundației se bucură de sprijinul și de implicarea comunității de clienți eMAG grație donațiilor făcute de aceștia din coșul de cumpărături.





Hai la Olimpiadă!

Înțelegem susținerea performanței ca pe un demers necesar procesului de formare a viitorilor profesioniști competitivi și cu viziune.

Prin programul „Hai la Olimpiadă!” urmărim ca pregătirea pentru performanță să se desfășoare în cele mai bune condiții și să oferim această posibilitate tuturor copiilor care pot și doresc să se pregătească la un nivel peste medie. Vrem să ne asigurăm că potențialul copiilor va fi cultivat corect, cu ajutorul acelor profesori valoroși care încă există în sistemul educațional românesc.

Programul pentru sprijinirea performanței școlare Hai la Olimpiadă! s-a reconfigurat în toamna lui 2020 și toate cele 52 de centre de pregătire și-au început activitatea online.

Pe lângă pregătirea celor 6.000 de elevi și studenți înscriși în aceste centre, sprijinim constant pregătirea și participarea echipelor românești de elevi și studenți la concursurile internaționale de matematică, fizică și informatică.

- > 6.071 de elevi înscriși
- > 5.924 de elevi selectați
- > 341 de profesori
- > 52 de centre
- > 12.501 de ore de pregătire pentru performanță
- > 24 de orașe
- > Buget an școlar 2020-2021 – 1.584.679 RON



Nouă ne pasă

Rata abandonului școlar în zonele rurale depășește 25%. Misiunea programului „Nouă ne pasă” este de a asigura condițiile necesare pentru ca tinerii și copiii din comunitățile defavorizate să-și continue studiile și să se poată perfecționa în domeniul ales.

Mod de intervenție: Implementăm centre after school pe principii de educație remedială în școli din comunitățile rurale. Pentru fiecare centru afterschool formăm grupe de maxim 10 copii care vor rămâne în program minim 3 ani. Copiii merg la after school trei zile pe săptămână, primesc o masă caldă și reiau lecțiile de matematică și română într-o variantă adaptată nivelului lor de pregătire. Grupele cu care lucrăm sunt formate din copii de la clasa a III-a până la clasa a VIII-a. Conform măsurărilor făcute, prezența la școală a copiilor selectați s-a îmbunătățit cu 80%, iar nivelul lor de pregătire crește cu aproximativ 1 punct în decursul unui an școlar.

În 2020-2021, programul pentru prevenirea abandonului școlar „Nouă ne pasă” s-a extins de la 24 de centre after-school la 46 de centre after-school, ceea ce înseamnă că am ajuns la un număr de 1300 de copii beneficiari.

În toamna anului 2020, le-au fost trimise tablete cu conexiune la internet tuturor copiilor din program care nu aveau posibilitatea de a intra la orele online (284 de tablete).

Pe termen lung, prin Nouă ne pasă, urmărim să atragem atenția asupra fenomenului abandonului școlar și a cauzelor acestuia în zonele rurale.

Totodată, propunem metoda noastră de intervenție ca model de bună practică pentru rezolvarea problemelor cu care se confruntă școala în aceste zone.

- > 1.227 de elevi
- > 235 de profesori
- > 46 centre în 25 de județe
- > 16.118 ore de educație remedială
- > Buget an școlar 2020-2021 – 1.860.989 RON





140 de bătăi pe minut

Înțelegem educația ca pe un demers prin care copilul se transformă într-un adult puternic, activ și responsabil. Din acest punct de vedere, deprinderea de a face mișcare în mod organizat și susținut trebuie să fie o componentă importantă a acestui proces de formare.

Cel mai tânăr program al Fundației, dedicat educației pentru o viață sănătoasă, „140 de bătăi pe minut”, a mers și el mai departe.

Dacă până în 2020 am sprijinit atât organizatorii de concursuri de înot, alergare, și triatlon să introducă în calendarul competițional și curse pentru copii, în perioada pandemiei am continuat cu susținerea cluburilor sportive care propun antrenamente

prietenoase pentru copii, fără a urmări performanța competițională. Ca o adaptare la necesitățile momentului, am conceput și programe de antrenament pentru adulți, detalii despre nutriție și despre importanța practicării sportului prin platforma 3atlon.ro.





„Donează pentru linia întâi”

Sprijin în timpul pandemiei

Pandemia de COVID-19 este o criză medicală fără precedent și pentru a o depăși este nevoie de implicarea fiecăruia dintre noi. Încă de la începutul pandemiei, moment în care măștile și materialele sanitare necesare se găseau în cantități insuficiente și, respectiv, prețuri inaccesibile, am căutat și identificat stocuri de măști pe care le-am achiziționat și donat către autorități.

Am înțeles că este nevoie de o implicare mai mare, iar pentru a avea resursele necesare gestionării unei astfel de situații, ne-am dat seama că avem nevoie de parteneri. Astfel, împreună cu Mobexpert, Bitdefender și Banca Transilvania am lansat platforma “Donează pentru linia întâi” și alături de ea un semnal de unitate. Prin intermediul platformei, ne-am propus să îi ajutăm pe cei mai expuși virusului și să le oferim și altor oameni posibilitatea de a contribui.

Inițiativa s-a bucurat de deschiderea și susținerea unui număr mare de companii, care au făcut donații importante: peste 5.700 de companii și 75.000 de oameni au contribuit. Împreună cu companiile și oamenii care au crezut în această idee am strâns peste 13,6 milioane de lei cu care am cumpărat materiale de protecție și aparatura de prima necesitate.

În acest fel, prin platforma “Donează pentru linia întâi”, am reușit să direcționăm peste 5 milioane de măști de protecție cu trei pliuri către medici,

polițiști, jandarmi și 350.000 de măști N95 (FFP2), cu grad ridicat de protecție către medicii din spitale. Lor li s-au adăugat două ventilatoare de înaltă performanță, care au fost donate către Spitalul Județean Suceava și la Spitalul Clinic Victor Babeș din București, sub coordonarea Departamentului pentru Situații de Urgență.

Tot din donații, am dotat Centrul Național de Coordonare și Conducere a Intervenției, „creierul” operațiunilor de intervenție de la începutul crizei medicale generate de COVID-19 cu echipamente de ultima generație în valoare de peste 500.000 de lei, astfel încât să poată reacționa și mai rapid atunci când viețile noastre sunt amenințate.

Donează pentru linia întâi, un efort comun în sprijinul celor care salvează vieți.

Cu banii strânși din donațiile făcute pe platforma “Donează pentru linia întâi” au fost achiziționate două aparate de ventilație mecanică și 4,5 milioane de măști, care au ajuns la peste 10.000 de medici și asistente.



Fashion Days

Bune practici de responsabilitate socială

Prin Fashion Days susținem designerii locali de haine. Am lansat Romanian Corner, unde clienții noștri pot descoperi produse ‘Made in Romania’, cu design smart, fresh și inovator, din materiale naturale, contribuind astfel la încurajarea producției locale.

La momentul actual avem 91 de branduri românești în portofoliu și continuăm să integrăm lunar aproximativ 6-7 branduri noi. Unul dintre principalele avantaje pe care acestea îl capătă, este prin însuși procesul de integrare în Romanian Corner, ce presupune învățare, analiză, o nouă abordare de business și acces la know how digital.

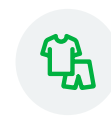
De asemenea, brandurile sunt promovate în aplicația Fashion Days și în website, în social media, prin newsletter-ele dedicate, inclusiv notificări de tip push pe mobil, campanii publicitare pe TV, având parte de vizibilitate crescută și acces către un număr mare de clienți.

Implicare în comunitate

Împreună cu Banca de Haine, am inițiat campania [#DonationDays](#), prin care ajutăm familiile nevoiașе și în același timp prelungim durata de folosință a articolelor vestimentare. Banca de Haine este principalul partener și beneficiar al campaniei, fiind o organizație non-profit ce are în grijă numeroase comunități și familii nevoiașе, către care direcționează în mod constant donații de articole vestimentare, încălțăminte, articole pentru casă și jucării.

Fashion Days a implementat întregul proces de donații: amplasarea containerelor special amenajate în 16 orașe, apoi colectarea, sortarea, igienizarea și transportul donațiilor către Banca de Haine, inclusiv suport în trimiterea acestora către beneficiarii finali.

Până acum s-au strâns 97,8 de tone de haine, care au ajuns la 36.000 de familii din toate județele țării.



97,8 tone de haine strânse până acum



36.000 de familii beneficiare



Capitolul 9

Anexe

- ▶ Anexa 1 - Indicatori GRI
- ▶ Anexa 2 - Date și raportări în conformitate cu standardele GRI
- ▶ Anexa 3 - Listă de abrevieri și note de subsol

Anexa 1

Indicatori GRI

INDICATOR	DENUMIRE	INFORMAȚII
Indicatori generali		
GRI 102	Informații generale	
102 - 1	Numele organizației	Pagina 6
102 - 2	Activități, mărci, produse și servicii	Pagina 6, 7
102 - 3	Locația sediului central	Pagina 116, Anexa 2 – Raportări Generale, Tabel 1
102 - 4	Locația centrelor operaționale	Pagina 48, 49, 116, Anexa 2 – Raportări Generale, Tabel 1
102 - 5	Apartenență și natură juridică	Pagina 8, Anexa 2 – Raportări Generale, Tabel 2
102 - 6	Piețe deservite	Pagina 6, 98, 99
102 - 7	Dimensiunea organizației	Pagina 7
102 - 8	Informații despre angajați și alți lucrători	Pagina 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, Anexa 2 – Raportări cantitative – Angajați, Tabel 13
102 - 9	Lanțul de aprovizionare	Pagina 9, 10
102 - 10	Schimbări semnificative în cadrul organizației și al lanțului de aprovizionare	Pagina 48, 80, 120
102 - 11	Principiul precauției	Pagina 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 43, 48, 49, 51, 53, 54, 55, 56, 57, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70

Anexa 1

Indicatori GRI

INDICATOR	DENUMIRE	INFORMAȚII
102 - 12	Inițiative externe	Pagina 18, 21, Anexa 2 – Raportări Generale, Tabel 6
102 - 13	Apartenența în asociații	Anexa 2 - Raportări Generale, Tabel 3
102 - 14	Declarație a unui reprezentant al conducerii	Pagina 3
102 - 15	Impacturi, Riscuri și Oportunități	Pagina 16, 17, 18, 19, 20
102 - 16	Valori, principii, standarde și norme de conduită	Pagina 11, Anexa 2 – Raportări generale, Tabel 6
102 - 18	Structura de Guvernanță	Pagina 8, Anexa 2 – Raportări Generale, Tabel 2
102 - 21	Consultarea părților interesate asupra aspectelor economice, sociale și de mediu	Pagina 22
102 - 40	Lista grupurilor de părți interesate	Pagina 22, Anexa 2 – Raportări Generale, Tabel 4
102-42	Identificarea și selectarea părților interesate	Pagina 22, Anexa 2 – Raportări Generale, Tabel 4
102-43	Procesul de implicare a părților interesate	Pagina 22
102-44	Principalele subiecte și preocupări menționate	Pagina 23
102-45	Entități incluse în declarația financiară consolidată	Pagina 8, Anexa 2 – Raportări Generale, Tabel 2
102-46	Definirea limitărilor privind subiectele și conținutul raportului	Pagina 23
102-47	Lista subiectelor materiale	Pagina 23, 24
102-48	Reiterarea informațiilor	Nu se aplică
102-49	Modificări în procesul de raportare	În conformitate cu GRI Standards, varianta Core
102-50	Perioada de raportare	1 aprilie 2020 – 31 martie 2021
102-51	Data celui mai recent raport	Iulie 2020
102 - 52	Ciclul de raportare	Anual
102 - 53	Punctul de contact pentru întrebări legate de raport	sarah.joitou@emag.ro
102 - 54	Declarația de raportare în conformitate cu Standardele GRI	Acest raport a fost elaborat în conformitate cu Standardul GRI, varianta Core
102 - 55	Index conținut GRI	Pagina 130

Anexa 1

Indicatori GRI

INDICATOR	DENUMIRE	INFORMAȚII
102 - 56	Asigurare externă	Inventarul GES a fost elaborat în coordonarea EY Netherlands
GRI 103	Abordarea de management	
103 - 1	Descrierea subiectelor materiale și a limitărilor	Pagina 26, 27, 45, 46, 72, 73, 84, 101, 102, 118, 119
103 - 2	Modalități de gestionare și componentele aferente	Pagina 13, 15, 16, 17, 29, 31
103 - 3	Evaluarea modalității de gestionare	Pagina 13, 15, 16, 17, 37, 38, 40, 41, 43, 48
Indicatori economici		
GRI 203	Impacturi economice indirecte	
203 - 1	Investiții în infrastructură și servicii susținute	Pagina 120, 121, 128
203 - 2	Impacturi economice indirecte semnificative	Pagina 85, 86, 87, 88, 92, 94, 121
Indicatori de mediu		
GRI 302	Energie	
302 - 1	Consumul de energie în cadrul organizației	Anexa 2– Raportări cantitative– Consumuri și emisii de gaze cu efect de seră, tabel 7
GRI 304	Biodiversitate	
304 - 2	Impacturi semnificative ale activităților, produselor și serviciilor asupra biodiversității	Pagina 37, 38, 42, 43
304 - 3	Habitate protejate sau restaurate	Pagina 37, 38, 42, 43
GRI 305	Emisii	
305 - 1	Emisii directe de gaze cu efect de seră (Domeniul de Aplicare 1)	Pagina 31, 32, 33, 34, Anexa 2 – Raportări cantitative– Consumuri și emisii de gaze cu efect de seră, Tabel 8
305 - 2	Emisii indirecte de gaze cu efect de seră rezultate din energie (Domeniul de aplicare 2)	Pagina 31, 32, 33, 34, Anexa 2 – Raportări cantitative– Consumuri și emisii de gaze cu efect de seră, Tabel 8
305 - 4	Intensitatea emisiilor de gaze cu efect de seră	Pagina 35
305 - 5	Reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră	Pagina 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 53, 54, 55, 56, 57, 60, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70
GRI 306	Deșeuri	
306 - 1	Deșeuri produse și impacturi semnificative legate de deșeuri	Pagina 39, 40, 41, 64, 65, 68, 70, 78, 79

Anexa 1

Indicatori GRI

INDICATOR	DENUMIRE	INFORMAȚII
306 - 2	Gestiunea impacturilor semnificative corelate cu deșeurile	Pagina 39, 40, 41, 64, 65, 68, 70, 78, 79 Anexa 2 – Raportări cantitative – Deșeuri, Tabel 12
306 - 3	Deșeuri produse	Anexa 2 – Raportări cantitative – Deșeuri, Tabel 9
306 - 4	Deșeuri deviate de la depozitarea la groapa de gunoi	Anexa 2 – Raportări cantitative – Deșeuri, Tabel 10
306 - 5	Deșeuri direcționate către depozitare la groapa de gunoi	Anexa 2 – Raportări cantitative – Deșeuri, Tabel 11
GRI 308	Evaluarea ecologică	
308 - 2	Impacturi ecologice negative în cadrul lanțului de aprovizionare și măsurile luate pentru corectarea acestora	Pagina 32, 36, 52, 53, 54, 55, 56, 60, 62, 63, 80
Indicatori sociali		
GRI 403	Sănătatea și siguranța la locul de muncă	
403 - 2	Identificarea pericolelor, evaluarea riscurilor, și investigarea incidentelor	Anexa 2 – Raportări cantitative -SSM, Tabel 15
403 - 3	Servicii de sănătate și siguranță la locul de muncă	Anexa 2 – Raportări cantitative – SSM, Tabel 15
403 - 5	Instruirea angajaților cu privire la siguranța și sănătatea în muncă	Anexa 2 – Raportări cantitative – SSM, Tabel 14
403 - 7	Prevenirea și mitigarea impactului direct al relațiilor de muncă asupra sănătății și securității în muncă	Anexa 2 – Raportări cantitative – SSM, Tabel 15
403 - 8	Angajații acoperiți de un sistem de management al sănătății și siguranței în muncă	Anexa 2 – Raportări cantitative – SSM, Tabel 13
GRI 404	Formarea și educarea	
404 - 1	Media orelor de formare per angajat per an	Pagina 106, Anexa 2 - Raportări cantitative – Angajați, Tabel 19
404 - 2	Programe pentru dezvoltarea aptitudinilor angajaților și programe de asistență profesională	Pagina 106, 107, 108
404 - 3	Ponderea angajaților care primesc în mod regulat evaluări asupra performanței și evoluției în carieră	Anexa 2 – Raportări cantitative – Angajați, Tabel 18
GRI 405	Diversitate și egalitate de șanse	
405 - 2	Raportul dintre salariul de bază al femeilor și bărbaților	Pagina 112, 113, 114 Anexa 2 – Raportări cantitative – Angajați, Tabel 20
Gri 413	Comunități locale	
413 - 1	Operațiuni care includ comunitățile locale, evaluări de impact și proiecte de dezvoltare	Pagina 38, 40, 43, 85, 86, 87, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127
413 - 2	Operațiuni cu un potențial impact negativ actual sau viitor asupra comunităților locale	Pagina 120

Anexa 2

Date și raportări în conformitate cu standardele GRI

Raportări Generale

1. Lista sediilor centrale și centrelor operaționale ale grupului eMAG, 2020, GRI Disclosures 102-3, 102-4

COMPANIE	SEDIU CENTRAL	ȚARĂ
Agito Sp.z.o.o	Inflancka 4a, Varșovia	Polonia
Conversion Marketing SRL	Strada Grigore Alexandrescu 59, București	România
Extreme Digital Kft/Zrt	Strada Rákóczi 70-72, Budapesta	Ungaria
Dante International S.A.	Swan Office Park, Sos. Bucuresti Nord 15-23, Voluntari	România
eMAG IT Research SRL	Swan Office Park, Sos. Bucuresti Nord 15-23, Voluntari	România
Depanero SRL	Strada Orhideelor 27-29, București	România
Depanero SRL	Strada Portului 19A, Galați	România
PC Garage SRL	Strada Logofat Tautu 68A, București	România
International Ood	Bulevardul Tsarigradsko 40, Sofia	Bulgaria
Sameday (Delivery Solutions S.A.)	Bulevardul Splaiul Independenței 319, București	România

COMPANIE	CENTRU OPERAȚIONAL	ȚARĂ
Agito Sp.z.o.o	Depozit – DC15, Błonie	Polonia
Dante International S.A.	Call Center, Ploiești	România
Dante International S.A.	Depozit DC1 – Joița, Giurgiu	România
Dante International S.A.	Depozit W10– Chiajna, Ilfov	România
Dante International S.A.	Showroom – Calea Sagului, Timișoara	România
Dante International S.A.	Showroom - Piața Consiliul Europei 2, Timișoara	România
Dante International S.A.	Showroom – Strada Liviu Rebreanu 6A, București	România
Dante International S.A.	Showroom - Șoseaua București-Ploiești 44C, Băneasa	România
Dante International S.A.	Showroom - Șoseaua Virtuții 148, București	România

Anexa 2

Date și raportări în conformitate cu standardele GRI

COMPANIE	CENTRU OPERAȚIONAL	ȚARĂ
Dante International S.A.	Showroom - Strada Lector 1-3A, Sibiu	România
Dante International S.A.	Showroom - Strada Niciman 2, Iași	România
Dante International S.A.	Showroom - Bulevardul George Coșbuc 251, Galați	România
Dante International S.A.	Showroom - Bulevardul Tomis 218, Constanța	România
Dante International S.A.	Showroom - Strada Calomfirescu 2, Ploiești	România
Dante International S.A.	Showroom – Pitești Retail Park, Pitești	România
Dante International S.A.	Showroom - Calea Severinului 15, Craiova	România
Dante International S.A.	Showroom - Calea Mănăstur 2-6, Cluj-Napoca	România
Dante International S.A.	Showroom - Strada Piața Cetății 1, Oradea	România
Dante International S.A.	Showroom - Strada Nicolae Titulescu 58, Brașov	România
eMAG IT Research SRL	HUB – Craiova	România
eMAG IT Research SRL	HUB – Iași	România
Extreme Digital Zrt	Showroom - Erzsébet krt. 18, Budapesta	Ungaria
Extreme Digital Zrt	Showroom – Piața Őrs vezér 25/a, Budapesta	Ungaria
Extreme Digital Zrt	Showroom – Strada Ezred 1-3, Budapesta	Ungaria
Extreme Digital Zrt	Showroom – Mammút, Strada Lövház 2-6, Budapesta	Ungaria
Extreme Digital Zrt	Showroom – Colț Móricz Zsigmond 15, Budapesta	Ungaria
Extreme Digital Zrt	Showroom – Strada Szentmihályi 131, Budapesta	Ungaria
Extreme Digital Zrt	Showroom – Bulevardul Szent István 30, Budapesta	Ungaria
Extreme Digital Zrt	Showroom – Strada Bev38 6, Budapesta	Ungaria
Extreme Digital Zrt	Showroom – Strada Kinizsi 5, Budaörs	Ungaria
Extreme Digital Zrt	Showroom – Strada Piac 56, Debrecen	Ungaria

Anexa 2

Date și raportări în conformitate cu standardele GRI

COMPANIE	CENTRU OPERAȚIONAL	ȚARĂ
Extreme Digital Zrt	Showroom – Strada Vasvári Pál 1, Győr	Ungaria
Extreme Digital Zrt	Showroom – Strada Petőfi Sándor 4, Kecskemét	Ungaria
Extreme Digital Zrt	Showroom – Strada Corvin 2, Miskolc	Ungaria
Extreme Digital Zrt	Showroom – Strada Szarvas 13, Nyíregyháza	Ungaria
Extreme Digital Zrt	Showroom – Strada Nagy Lajos király 16, Pécs	Ungaria
Extreme Digital Zrt	Showroom – Strada Várkörút 52, Székesfehérvár	Ungaria
Extreme Digital Zrt	Showroom – Bulevardul Tisza Lajos 60, Szeged	Ungaria
Extreme Digital Kft	Depozit – Strada Zöldmező, Üllő	Ungaria
Extreme Digital Kft	Depozit – Strada K-Sped, Üllő	Ungaria
International Ood	Showroom – Bulevardul "Sitnyakovo" 48, Sofia	Bulgaria
Sameday (Delivery Solutions S.A.)	Depozit - Sat Rudeni, Ilfov	România
Sameday (Delivery Solutions S.A.)	Depozit - Strada Stefan Cel Mare, 154, Sibiu	România
Sameday (Delivery Solutions S.A.)	Depozit – Strada Sesului, Apahida, Cluj-Napoca	România
Sameday (Delivery Solutions S.A.)	Agentție – Intrarea Oxigenului 1A, Cernica, Ilfov	România
Sameday (Delivery Solutions S.A.)	Agentție – Bulevardul Aurel Vlaicu 125, Constanța	România
Sameday (Delivery Solutions S.A.)	Agentție – Bulevardul A. I. Cuza, Tunari, Ilfov	România
Sameday (Delivery Solutions S.A.)	Agentție – Strada Ana Ipatescu 39, Jilava, Ilfov	România
Sameday (Delivery Solutions S.A.)	Agentție – Calea Aviatorilor 4, Ghiroda, Timiș	România
Sameday (Delivery Solutions S.A.)	Agentție – Strada Dacia 1B, Chiajna, Ilfov	România
Sameday (Delivery Solutions S.A.)	Agentție – Splaiul Independenței 319, București	România
Sameday (Delivery Solutions S.A.)	Agentție – Strada Industriilor 10, Chiajna, Ilfov	România
Sameday (Delivery Solutions S.A.)	Easybox Factory - Splaiul Independenței 319, București	România

Anexa 2

Date și raportări în conformitate cu standardele GRI

2. Lista companiilor din cadrul Grupului eMAG și acționarii acestora, GRI Disclosures 102-5, 102-45

COMPANIE	STRUCTURĂ DE ACȚIONARIAT
Agito SP ZOO (Polonia)	Deținută de Dante International SA (99,99%) și MIH e-commerce Holdings BV (0,01%)
Conversion Marketing SRL	Deținută de Dante International SA (90%) și Pahomi Marius Mihai (10%)
Delivery Solutions SA	Deținută de Dante International SA (92,4339%) și Baltaru Lucian (7,2507%)
Depanero SRL	Deținută de Dante International SA (99,9997%) și Iulian Gabriel Stanciu (0,0003%)
eMAG International OOD	Deținută de Dante International SA (99%) și Iulian Gabriel Stanciu (1%)
eMAG IT Research SRL	Deținută de Dante International SA (99,98%) și Iulian Gabriel Stanciu (0,02%)
eMAG Logistica SRL	Deținută de Dante International SA (99,99%) și Iulian Gabriel Stanciu (0,01%)
eMAG Operations SRL	Deținută de Dante International SA (99,98%) și Iulian Gabriel Stanciu (0,02%)
eMAG Retail SRL	Deținută de Dante International SA (100%)
Extreme Digital eMAG Kft	Deținută de Dante International SA (52%) și de Extreme Digital Group Vagyonkezelő Kft. (48%)
HCL Online Advertising SRL	Deținută de Dante International SA (96,1%), Șerban Andrei-Alin (1,1%), Brenda Mihai Cristian (1,5%) și Duță Laurențiu Bogdan (1,3%)
International Marketplace Network B.V.	Deținută de Dante International SA (25%), Cnova France (25%), e-Price Operations SRL (25%) și real- Holding GmbH (25%)
PC Garage SRL	Deținută de Dante International SA (100%)
Zitec Com SRL	Deținută de Dante International SA (24,9061%), Ștefan Laura Camelia (3,7547%), Daia Lucian Cristian (1,5019%), Bălțeanu Marius Gabriel (1,5019%), Lăpușan Alexandru Cătălin (32,0969%), Lăpușan Ramona Simona (32,0969%), Pena Cristian Laurențiu (2,0708%) și Axon Alexandru (2,0708%)

3. Asociații și alte organizații în care eMAG este membru, 2020, GRI Disclosure 102-13

ASOCIAȚII ȘI ALTE ORGANIZAȚII ÎN CARE EMAG ESTE MEMBRU, 2020	
American Chamber of Commerce	(AmCham)
Asociația Română a Magazinelor Online	(ARMO)
Asociația Patronală a Industriei de Software și Servicii	(ANIS)
Concordia	
Foreign Investors Council	(FIC)
UN Global Compact	

Anexa 2

Date și raportări în conformitate cu standardele GRI

4. Lista grupurilor de părți interesate incluse în procesul de consultare, GRI Disclosure 102-40

PĂRȚI INTERESATE
Top-Management și manageri ai departamentelor eMAG
Angajații grupului eMAG
Furnizori de mărfuri și servicii
Clienți comerciali
Reprezentanți ai instituțiilor publice
Administrație locală
Organizații Non-Guvernamentale
Reprezentanți media
Asociații profesionale românești din sectorul comerțului electronic
Asociații profesionale europene din sectorul comerțului electronic
Reprezentanți ai mediului academic românesc

5. Certificări, GRI Disclosure 103-1

STANDARD	CERTIFICARE PENTRU	SOCIETATE	TERMEN
BREEAM International New Construction 2016	Centrul logistic DC2, design phase, calificativ Excellent	Dante International S.A.	/
BREEAM International In-Use: Commercial Version 6	Centrul logistic DC1, calificativ Excellent	Dante International S.A.	2021 - 2024
ISO 9001	Sistem de management al calității	Dante International S.A.	2019 - 2022
ISO 14001	Sistem de management de mediu	Dante International S.A.	2019 - 2022

Anexa 2

Date și raportări în conformitate cu standardele GRI

6. Regulamente, coduri și politici ale Grupului eMAG, GRI Disclosure 102-16, 103-2

REGULAMENT, COD, POLITICĂ	CONȚINUT
Regulament de ordine interioară	Între prevederile regulamentului de ordine interioară se regăsesc, printre altele, drepturile și obligațiile angajaților și angajatorului precum și măsurile în vigoare pentru asigurarea securității și sănătății la locul de muncă. Regulamentul conține dispoziții clare cu privire la etica muncii și integrează principiile de egalitate de gen și șanse la locul de muncă.
Cod de etică și conduită în afaceri	Codul de etică și conduită în afaceri stabilește valorile și măsurile necesare în vederea integrării standardelor de etică în afacerile, strategiile și operațiunile grupului. Principiile de bază ale codului includ: angajarea echitabilă, sănătatea și siguranța la locul de muncă, protecția mediului, integritatea și responsabilitatea în afaceri.
Politica de Whistleblowing	Politica de whistleblowing a fost dezvoltată cu scopul de a construi o cultură deschisă și bazată pe încredere, care previne conduita necorespunzătoare. Aceasta stabilește procedurile de denunțare a conduitei necorespunzătoare precum și cele de protejare și asistență pentru angajați.
Politica anti-corupție a Grupului eMAG	Politica anticorupție stabilește standardele interne anti-corupție aplicate la nivelul Grupului eMAG. Obiectivul este acela de a proteja grupul și angajații săi față de implicarea în acte de corupție. Angajamentul este acela de a respecta prevederile legale pentru combaterea faptelor de corupție, de a dezvolta reguli interne pentru implementarea acestora și a le aplica în relația cu orice terț.
Procedura privind gestionarea conflictelor de interese	Procedura privind gestionarea conflictelor de interese are ca obiective principale promovarea onestității, integrității și a unei culturi corecte de gestionare precum și susținerea corectitudinii deciziilor angajaților grupului eMAG luate în exercitarea îndatoririlor care le revin.
Politica privind conformitatea legală	Politica privind conformitatea legală reflectă angajamentul făcut de grupul eMAG de a-și desfășura activitățile în conformitate cu legile, regulile și reglementările aplicabile. Această politică stabilește, de asemenea, cerințele pentru programele de conformitate legală din cadrul grupului eMAG. Obiectivul este acela de a proteja Grupul și angajații săi de comportamente care nu sunt conforme cu legile și reglementările în vigoare.
Politica privind sancțiunile și controlul exporturilor	Obiectivul politicii privind sancțiunile și controlul exporturilor este acela de a asigura că angajații grupului eMAG înțeleg importanța și respectă sancțiunile economice și comerciale. Toate companiile din Grupul eMAG trebuie să respecte aceste standarde.
Declarația privind Drepturile Omului	Declarația Universală a drepturilor omului prezintă o serie de standarde necesare pentru recunoașterea demnității inerente tuturor ființelor umane. În cadrul declarației Grupului eMAG ne angajăm să respectăm aceste drepturi și standarde și să contribuim la dezvoltarea lor.

Anexa 2

Date și raportări în conformitate cu standardele GRI

Raportări cantitative - Consumuri și emisii de gaze cu efect de seră

7. Consum de energie, operațiunile grupului eMAG, 2020, GRI Disclosure 302-1

DOMENIUL DE APLICARE 1		DOMENIUL DE APLICARE 2	
Energie din surse neregenerabile		Energie din surse neregenerabile	
Combustibil auto [GJ]	60.256	Energie electrică [MWh]	10.975
Gaze naturale [GJ]	13.922	Energie din surse regenerabile	
Fugitive [kg]	46	Energie electrică [MWh]	3.629

8. Emisii de gaze cu efect de seră [t CO₂e], operațiunile grupului eMAG, 2020, GRI Disclosures 305-1, 305-2

DOMENIUL DE APLICARE 1	
Combustibil auto	4.729
Gaze naturale	725
Fugitive	0
DOMENIUL DE APLICARE 2	
Energie electrică	3.762
AMPRENTA DE CARBON OPERAȚIONALĂ	
Total	9.216

Anexa 2

Date și raportări în conformitate cu standardele GRI

Raportări cantitative - Deșeuri

9. Deșeuri produse, [t], operațiunile grupului eMAG – Agito, Dante, Conversion, Depanero, Extreme Digital, Sameday, 2020, GRI Disclosure 306-3

TIP DE DEȘEURI	CANTITATE DE DEȘEURI (TONE)
Deșeuri generale	1.448,539
Deșeuri municipale	934,566
Plastic	592,959
Compozite	498,632
DEEE (electrice)	108,506
Sticlă	0,012
Metal	24,652
Hârtie și carton	2.266,420
Lemn	164,465
Grădină și parcuri	2,738
Total Deșeuri Generate (t)	6.041,489

Anexa 2

Date și raportări în conformitate cu standardele GRI

10. Deșeuri deviate de la depozitarea la groapa de gunoi, [t], operațiunile grupului eMAG– Agito, Dante, Conversion, Depanero, Extreme Digital, Sameday, 2020, GRI Disclosure 306-4

DEȘEURI NEPERICULOASE DEVIATE DE LA DEPOZITAREA LA GROAPA DE GUNOI		
Tip de deșeuri	Cantitate	Proces de management al deșeurilor
Deșeuri generale	0,249	Reciclare
Plastic	592,959	Reciclare
Grădină și parcuri	2,738	Reciclare
DEEE (electrice)	108,506	Reciclare
Sticlă	0,012	Reciclare
Metal	24,652	Reciclare
Hârtie și carton	2.266,420	Reciclare
Lemn	1.644,65	Reciclare
Total deșeuri deviate	3.160,001	

11. Deșeuri depozitate la groapa de gunoi, [t], operațiunile grupului eMAG– Agito, Dante, Conversion, Depanero, Extreme Digital, Sameday, 2020, GRI Disclosure 306-5

DEȘEURI NEPERICULOASE DEPOZITATE LA GROAPA DE GUNOI*		
Tip de deșeuri	Cantitate	Proces de management al deșeurilor
Deșeuri municipale	934,566	Depozitare la groapa de gunoi
Deșeuri Generale	1.448,539	Depozitare la groapa de gunoi
Total deșeuri depozitate	2.383,105	

*depozitare off-site

Anexa 2

Date și raportări în conformitate cu standardele GRI

12. Procesul de colectare și evaluare a datelor despre deșeurile colectate de către furnizorul de servicii contractat, GRI Disclosure 306-2

LOCAȚII DE COLECTARE	PROCES DE COLECTARE	LEGISLAȚIE RELEVANTĂ
Depozite Logistice	Situațiile și documentele relevante primite de la colectorii de deșeuri autorizați, contractați de Dante International, sunt trimise pe e-mailul de lucru indicat de furnizorul de servicii de gestionare a deșeurilor până la data de 15 a fiecărei luni pentru datele din luna precedentă.	
Showroom-uri	Pentru aceste locații, furnizorul de servicii pune la dispoziție un model de bază de date care este completat de către managerii showroom-urilor în conformitatea cu informațiile cuprinse în documentele primite de la colectorii de deșeuri contractați.	Legea nr. 211/2011 privind regimul deșeurilor*
	Aceste date sunt trimise pe e-mailul de lucru indicat de furnizorul de servicii până la data de 15 a fiecărei luni pentru datele din luna precedentă.	Hotărârea Guvernului nr. 856/2002 privind evidența gestiunii deșeurilor și pentru aprobarea listei cuprinzând deșeurile, inclusiv deșeurile periculoase**
	Clasificarea deșeurilor generate din activitatea showroom-urilor este făcută de către furnizorul de servicii de gestionare a deșeurilor. În urma unor vizite la locațiile contractate acesta efectuează o analiză în baza căreia este creată clasificarea.	
	Această activitatea se desfășoară constant, pe tot parcursul anului în conformitate cu contractul încheiat, pentru a îmbunătăți colectarea selectivă a deșeurilor și alte obligații legate de protecția mediului, obiectivul de bază fiind respectarea obligațiilor legale pentru astfel de puncte de lucru.	
Anual (până la 31 martie) datele sunt raportate autorităților de protecție a mediului pentru fiecare punct de lucru.		

* Începând cu 26.09.2021, noua lege privind gestionarea deșeurilor intră în vigoare (OUG 92/2021) și în termen de 180 de zile noile anexe de gestionare a deșeurilor vor fi reglementate prin ordin ministerial.

** Procedurile de instruire și implementare pentru măsurile de colectare selectivă a deșeurilor și obligațiile aferente vor fi actualizate în conformitate cu noile cerințe legale. De asemenea, procedura de colectare și centralizare a datelor din anexele și tabelele legale va fi actualizată odată cu apariția Ordinului Ministerial menționat.

Anexa 2

Date și raportări în conformitate cu standardele GRI

Standardele eMAG în domeniul sănătății și siguranței în muncă

13. Sesiuni de instruire SSM, categorii de beneficiari în 2020, GRI Disclosure 403-8

CATEGORII DE BENEFICIARI	
Categorie beneficiari	Număr
Angajați în depozite	1.532
Angajați în showroom-uri	470
Angajați în sediul de birouri	1.717

14. Procedură de instruire a angajaților în 2020, GRI Disclosure 403-5

PROCEDURA DE INSTRUIRE A ANGAJAȚILOR	
1.	La angajare se realizează examenul de medicina muncii cu ajutorul fișei de identificare a factorilor de risc profesional, întocmită de inspectorul SSM pentru fiecare post de lucru, unde angajatul primește fișa de aptitudini în muncă.
2.	Luăm măsurile corespunzătoare pentru ca, în zonele cu risc ridicat și specific, accesul să fie permis numai lucrătorilor care au primit și și-au însușit instrucțiunile adecvate.
3.	Derulăm programe de instruire în conformitate cu tematicile/programele de instruire-testare pe care le aprobăm în calitate de angajator în acord cu legile din România. Acestea cuprind 3 faze: instruirea introductivă generală, instruirea la locul de muncă, instruirea periodică.
4.	Instruirea periodică este dedicată întreg personalului și are ca scop reîmprospătarea și actualizarea cunoștințelor în domeniul securității și sănătății în muncă. Intervalul dintre două instruirii periodice și periodicitatea verificării instruirii sunt stabilite prin programul de instruire-testare elaborat la nivelul unității, în funcție de condițiile locului de muncă și/ sau postului de lucru.*
* În showroom-uri, intervalul dintre două instruirii periodice nu este mai mare de 6 luni, iar în sediul de birouri este de cel mult 12 luni. În depozite, instruirile periodice au loc la cel mult 3 luni.	

Anexa 2

Date și raportări în conformitate cu standardele GRI

15. Măsuri implementate în 2020, GRI Disclosures 403-2, 402-3, 403-7

MĂSURI IMPLEMENTATE	
Prevenție	În colaborare cu un serviciu extern de prevenire și protecție evaluăm riscurile pentru securitatea și sănătatea lucrătorilor, inclusiv în ce privește alegerea echipamentelor de muncă, a substanțelor sau preparatelor chimice utilizate și amenajarea locurilor de muncă.
	În urma evaluării întocmim metode de lucru și de producție specifice fiecărui post de lucru.
	Achiziționăm atât echipamente de muncă cât și echipamente de protecție individuale și colective performante care să corespundă cerințelor de conformitate reglementate de legislația în vigoare.
Protecție	La angajare, personalul este expus unei evaluări stricte ce are la bază: verificarea stării de sănătate, testarea psihologică, perioadă de verificare a capacităților fizice și profesionale la locul de muncă.
	Gradul de calificare a viitorului angajat și a experienței acestuia sunt verificate și evaluate.
	Personalul este informat și instruit în privința cerințelor legale în vigoare, a riscurilor la care sunt expuși, consecințele/urmările lor precum și asupra măsurilor ce trebuie luate și respectate, specifice fiecărui loc de muncă în parte.
	Responsabilizăm în mod ierarhic, în funcție de implicarea fiecăruia, întreg personalul în ceea ce privește Securitatea și Sănătatea în Muncă în Situații de Urgență.
Evaluare	Reevaluăm riscurile aferente fiecărui loc de muncă atunci când condițiile inițiale au fost schimbate datorită apariției tehnologiilor mai performante, a activităților noi, schimbarea locației, modernizarea proceselor tehnologice etc.
	Evaluăm periodic cunoștințele de Securitate și Sănătate în Muncă și Situații de Urgență asimilate în urma efectuării instructajului periodic și a modului în care sunt aplicate în practică.
	Evaluăm modul în care sunt efectuate exercițiile practice de acordare a primului ajutor.

Anexa 2

Date și raportări în conformitate cu standardele GRI

Raportări cantitative - Angajați

16. Numărul total al angajaților interni și externalizați în cadrul grupului eMAG, în 2020, în funcție de gen, GRI Disclosure 102-8

NUMĂRUL ANGAJAȚILOR ÎN 2020							
COMPANIE	ANGAJAȚI EXTERNALIZAȚI			ANGAJAȚI INTERN			TOTAL ANGAJAȚI
	Femei	Bărbați	Total	Femei	Bărbați	Total	
Agito Sp. z. o. o.	-	-	-	15	26	41	41
Conversion Marketing SRL	-	-	-	15	17	32	32
Dante International Kft	9	5	14	203	241	444	458
Dante International S.A.	217	238	455	1.669	1.595	3.264	3.719
Delivery Solutions S.A. (Sameday)	93	140	233	386	753	1.139	1.372
Easybox Factory SRL	-	-	-	2	9	11	11
eMAG International OOD	1	-	1	128	75	203	204
Emag IT Research SRL	-	-	-	212	531	743	743
Emag Logistica SRL	-	-	-	2	2	4	4
Extreme Digital Zrt	20	31	51	124	228	352	403
HCL Online Advertising SRL	5	75	80	57	76	133	213
PC Garage SRL	-	-	-	32	57	89	89
Depanero SRL	-	-	-	84	180	264	264
TOTAL	345	489	834	2.929	3.790	6.719	7.553

Anexa 2

Date și raportări în conformitate cu standardele GRI

17. Numărul total al angajaților grupului eMAG în funcție de tipul de contract de muncă în 2020, GRI Disclosure 102-8

COMPANIE	ANGAJAȚI CU CONTRACT NEDETERMINAT	ANGAJAȚI CU CONTRACT DETERMINAT	TOTAL
Agito Sp. z. o. o.	40	1	41
Conversion Marketing SRL	31	1	32
Dante International Kft	441	17	458
Dante International S.A.	3.398	321	3.719
Delivery Solutions S.A. (Sameday)	1.363	9	1.372
Easybox Factory SRL	9	2	11
eMAG International OOD	198	6	204
Emag IT Research SRL	737	6	743
Emag Logistica SRL	null	4	4
Extreme Digital Zrt	382	21	403
HCL Online Advertising SRL	208	5	213
PC Garage SRL	88	1	89
Depanero SRL	264	-	264
GRAND TOTAL	7.159	394	7.553

Anexa 2

Date și raportări în conformitate cu standardele GRI

18. Procentul angajaților eMAG care au primit o evaluare a performanței și feedback pentru dezvoltarea carierei în 2020, GRI Disclosure 404-3

Procentul angajaților care au primit o evaluare a performanței și feedback pentru dezvoltarea carierei		
Total angajați		97,03%
Gen	Femei	97,17%
	Bărbați	97,06%
Categorie de angajați	Managerial	97,4%
	Non-managerial	95,67%

19. Media orelor de formare per angajat per an în 2020, în eMAG, GRI Disclosure 404-1

Timp mediu de training	Per angajat	Gen		Categorie de angajați	
		Bărbați	Femei	Managerial	Non-managerial
In class, Virtual Class, Conference, Virtual Conference	6h 45min (405 minute)	7h 4min (424 minute)	6h 17min (377 minute)	6h 49min (409 minute)	6h 7min (367 minute)

Anexa 2

Date și raportări în conformitate cu standardele GRI

20. Salariul de bază al femeilor în raport cu cel al bărbaților, 2020, GRI Disclosure 405-2

COMPANIE	LOCAȚIE	ANGAJAȚI	MIDDLE MANAGEMENT
Conversion Marketing SRL	România	108%	-
Dante International SA	România	107%	108%
Emag IT Research SRL	România	88%	100%
Dante International Kft	Ungaria	93%	70%
Extreme Digital Zrt	Ungaria	100%	112%
eMAG International OOD	Ungaria	97%	86%

*Spațiul liber marchează lipsa datelor aferente la momentul raportării

Anexa 3

Listă de abrevieri

LISTĂ DE ABREVIERI	
AFS	After Sales (după vânzare)
AWB	Air waybill – document care însoțește orice expediție, având un cod unic de identificare care permite urmărirea expedierii
B2B2C	Business to Business to Customer, este un model de afaceri în care compania 1 își vinde produsul sau serviciul în parteneriat cu compania 2 unui client final
B2C	Business to Customer se referă la procesul direct de vânzare a produselor și serviciilor între o afacere și consumatorii care sunt și utilizatorii finali ai produselor sau serviciilor sale
B2S	Back to Sender (înapoi la expeditor)
BREEAM	Building Research Establishment Environmental Assessment Method - un sistem de certificare a clădirilor verzi recunoscut pe plan internațional
CO ₂	Dioxid de carbon
CO ₂ e	Dioxid de carbon echivalent
eNPS	Employee Net Promoter Score
ESG	Mediu (Environmental), social (Social) și guvernantă (Governance)
FBE	Fulfilment by eMAG
GES	Gaze cu efect de seră
GJ	Gigajoule
GRI	Global Reporting Initiative
HR	Human Resourcers, Resurse Umane
IMM	Întreprinderi mici și mijlocii
KWh	Kilowatt-oră
Livrare door-to-door	Livrarea coletului direct la ușa clientului
Livrare last-mile	Livrarea unui colet de la depozit la client

Anexa 3

Listă de abrevieri

LISTĂ DE ABREVIERI	
MJ	Megajoule
MW	Megawatt
MWh	Megawatt-oră
ODD	Obiectiv de Dezvoltare Durabilă
PET	Plastic folosit pe scară largă pentru ambalaje
PIB	Produs Intern Brut
SDG	Sustainable Development Goals (Obiective de Dezvoltare Durabilă)
SSM	Siguranța și sănătatea în muncă
t CO ₂ e	Tonă de dioxid de carbon echivalent

Anexa 3

Lista notelor de subsol

¹ Emisiile generate de lanțul de aprovizionare al grupului eMAG au fost estimate pentru prima dată în anul 2020 și nu au fost auditate

² Factorii de emisii au fost preluați din IEA Emission Factors 2019, International Energy Agency

³ GHG Protocol Scope 2 Guidance, market-based approach, pagina 46

⁴ Ținta de -50% comparativ cu anul 1990, valabil pentru categoria de autoutilitare

⁵ Is E-Commerce good for Europe? Oliver Wyman, 2021. [is-ecommerce-good-for-europe.pdf \(oliverwyman.com\)](https://www.oliverwyman.com/insights/articlesviews/is-ecommerce-good-for-europe/2021/01/01/)

⁶ Conform unui studiu derulat în Țările de Jos pentru Transportation Research Procedia în 2019: From home delivery to parcel lockers: a case study in Amsterdam. [From home delivery to parcel lockers: a case study in Amsterdam - ScienceDirect](https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2214180119300000)

⁷ Calculul se bazează pe premisa că o livrare la easybox generează în medie 14 g CO₂, iar o livrare standard generează în medie 300 g CO₂, conform studiului derulat pentru Procedia în 2019.

⁸ Pentru produse vândute în showroom-uri încă emitem facturi pe hârtie la solicitarea clientului.

⁹ Criteriile ESG sunt criterii de mediu (E = Environment), social (S) și de guvernanță (G).

¹⁰ [CIRCULAR ECONOMY fact sheet \(europa.eu\)](https://ec.europa.eu/economy_finance/circular_economy_fact_sheet_en)

¹¹ Cercetarea a fost elaborată pentru anul calendaristic 2020

¹² În cercetare au fost considerate atât activitățile proprii desfășurate de eMAG în România (impact direct), cât și tranzacțiile de afaceri cu colaboratorii noștri locali (impact indirect), precum și efectul cheltuielilor angajaților eMAG și ale colaboratorilor noștri pentru cumpărarea de produse și servicii din România (impact indus)

¹³ Numărul salariaților activi la 31 decembrie 2020 era 5.567.428. Sursa: Inspekția Muncii



emag

Raport de Sustenabilitate 2020