

standardul **SECOM[®]**

ne inspiră și în
sustenabilitate.

Declarație de
sustenabilitate
2024-2025

SECOM[®]
HEALTHCARE
GROUP

SECOM[®]  

Mesajul Cofondatorilor

Dragi parteneri și prieteni,



Vă prezentăm cel de-al treilea raport de sustenabilitate Secom®, realizat în conformitate cu structura standardelor europene de raportare. Raportăm voluntar de șase ani, fără a avea o obligație legală, pentru că vedem transparența și responsabilitatea ca parte firească din modul în care construim businessul. În cei 22 de ani de Secom®, am învățat că un business responsabil se construiește cu rigoare, cu decizii bazate pe fapte și cu disponibilitatea de a privi onest impactul pe care îl are. Credem în puterea prevenției atunci când vorbim despre sănătate și aplicăm aceeași perspectivă și companiei: să înțelegem din timp impactul deciziilor noastre, să păstrăm ceea ce facem bine și să îmbunătățim, pe baza datelor, ceea ce ține de noi.

Perioada 2024-2025 a marcat o etapă de maturizare a modului în care

măsurăm sustenabilitatea. Dincolo de indicatorii pe care îi urmăream deja, pentru prima dată am calculat amprenta de carbon completă a companiei, extinsă voluntar la întregul lanț valoric. Rezultatul, aproape 6.000 de tone de CO₂ echivalent, ne-a arătat un lucru esențial: aproximativ 95% din emisiile inventariate se află în afara operațiunilor proprii. Este o constatare care confirmă că reducerea impactului climatic nu poate fi abordată doar prin ceea ce controlăm direct, ci presupune o colaborare mai strânsă cu partenerii din lanțul valoric.

Inventarul ne oferă un reper mai clar pentru deciziile viitoare, iar rezultatele obținute în zona energiei arată că măsurile deja asumate produc efecte concrete. Energia provenită din surse regenerabile reprezintă acum 78% din consumul nostru de energie electrică. Obiectivul inițial viza 50% dintre sedii și locațiile magazinelor; depășirea acestei ținte ne confirmă că putem avansa atunci când obiectivele sunt clare și responsabilitatea este asumată. Intensitatea energetică a activității a scăzut cu 19,1% față de 2023, în condițiile în care businessul a continuat să crească.

Tot în zona de mediu, am acționat și asupra ambalajelor, o arie în care putem interveni direct. 97% dintre flacoanele Good Routine® sunt realizate din plastic reciclat, cu un conținut de material reciclat de 98%, iar eliminarea plasticului din ambalajele folosite pentru livrarea comenzilor online de pe secom.ro este, de asemenea, în curs de finalizare.

La fel de importantă este infrastructura de date din spatele acestor decizii – felul în care colectăm și centralizăm informațiile. De aceea, am început să automatizăm o parte dintre procesele de raportare internă pentru o mai bună colectare a datelor de sustenabilitate. Platforma Voice of the Customer, de exemplu, ne permite să urmărim mai riguros reclamațiile primite, să răspundem mai rapid și să folosim feedbackul pentru îmbunătățirea continuă a produselor și serviciilor.

Am continuat să investim și în comunitate, 2,5 milioane de lei în 2024 și 2025. De-a lungul celor peste două decenii de activitate, mai mult de 110.000 de beneficiari au fost sprijiniți prin colaborarea cu peste 100 de organizații.

În același timp, dezvoltarea echipei noastre a rămas o prioritate. Suntem astăzi 211 colegi, iar în 2025 media de formare a fost de aproape 37 de ore per membru. Rigoarea pe care o cerem de la noi, ca organizație, începe cu oameni bine pregătiți, care înțeleg nu doar ce au de făcut, ci și responsabilitatea din spatele fiecărei decizii.

Pentru perioada următoare, ne-am asumat noi obiective, printre care: în 2026 să audităm principalii doi parteneri de producție Good Routine®, care acoperă 74% din portofoliul de suplimente alimentare al mărcii, iar până la finalul anului 2027 să elaborăm un ghid de achiziții sustenabile. Preferăm să ne asumăm obiective pe care le putem măsura și urmări consecvent, pentru că valoarea unui angajament se vede în capacitatea de a-l transforma în rezultate.

Le mulțumim colegilor care au contribuit la realizarea acestui raport, în special echipei extinse de sustenabilitate, și partenerilor care ne-au răspuns la întrebări dificile, dar necesare.

Pentru noi, un raport de sustenabilitate nu este o fotografie reușită a companiei, ci o radiografie onestă: ne arată unde suntem, ce facem bine și unde mai avem de lucru. Acesta este, de fapt, sensul raportării – să transformăm datele în decizii mai bune, să fim onești cu privire la ceea ce putem îmbunătăți și să susținem prin rezultate angajamentele pe care ni le asumăm. Pe termen lung, ne dorim să construim un business sănătos, care creează valoare pentru oameni și societate și își asumă responsabilitatea pentru impactul pe care îl are asupra mediului.

Andrei și Lucia Costea

Cofondatori Secom® Healthcare

1. Informații generale

1.1 Bazele pregătirii declarației de sustenabilitate

Baza generală pentru întocmirea declarației de sustenabilitate

Această declarație prezintă activitatea Secom® Healthcare din perspectiva sustenabilității, pentru exercițiile financiare 2024 și 2025. Este al treilea raport publicat de companie și primul construit după structura standardelor europene de raportare.

Documentul răspunde, în esență, la două întrebări: ce efecte are activitatea companiei asupra mediului, asupra oamenilor și asupra comunităților în care este prezentă și în ce fel aceste teme influențează, la rândul lor, deciziile și direcțiile de dezvoltare ale companiei.

Informațiile prezentate acoperă activitatea Secom® Healthcare SRL. Compania nu întocmește situații financiare consolidate, prin urmare perimetrul raportării de sustenabilitate coincide cu cel al situațiilor financiare individuale.

În perioada de raportare 2024-2025, Secom® Healthcare nu se încadrează în categoria întreprinderilor cărora le revine obligația legală de a publica o declarație de sustenabilitate. Compania a ales să continue, în mod voluntar, demersul de raportare început în anii anteriori, considerând că transparența privind impactul economic, social și de mediu al activității sale face parte din modul în care înțelege să își desfășoare afacerea.

Acesta este primul exercițiu de raportare pentru care structura declarației urmează Standardele Europene de Raportare privind Sustenabilitatea (ESRS), adoptate prin Regulamentul Delegat (UE) 2023/2772. Compania a utilizat aceste standarde drept cadru de referință pentru identificarea temelor materiale, pentru organizarea informațiilor și pentru selecția indicatorilor prezentați, fără ca declarația să constituie o afirmație de conformitate deplină cu cerințele ESRS. Elementele care nu sunt încă acoperite integral, împreună cu direcțiile de dezvoltare avute în vedere pentru ciclurile viitoare de raportare, sunt prezentate la finalul acestei secțiuni. Rapoartele de sustenabilitate anterioare ale companiei au fost elaborate în conformitate cu Standardele GRI 2021, opțiunea „in accordance”. Trecerea la structura ESRS presupune o schimbare de cadru metodologic, cu efect asupra comparabilității anumitor informații: temele materiale au fost reevaluate printr-un proces de dublă materialitate, perimetrul unor indicatori a fost extins, iar metodele de calcul au fost revizuite. Acolo unde seriile de date rămân comparabile, informațiile aferente perioadelor anterioare sunt prezentate alături de cele curente; acolo unde metodologia sau perimetrul s-au modificat, acest lucru este menționat explicit în secțiunea corespunzătoare.

Alegerea noului cadru de raportare european are un dublu scop: alinierea progresivă la practica europeană de raportare și pregătirea companiei pentru eventualele obligații viitoare, prin construirea din timp a proceselor interne de colectare și validare a datelor.

Declarația acoperă activitățile proprii ale companiei în România, precum și, în măsura disponibilității datelor, elemente relevante din lanțul valoric din amonte și din aval. Gradul

de acoperire a lanțului valoric este prezentat în cadrul indicatorilor specifici fiecărei teme materiale.

Compania nu a omis informații pe motivul protejării proprietății intelectuale, al know-how-ului sau al inovării și nici pe motivul evoluțiilor iminente sau al aspectelor aflate în curs de negociere.

Prezentări de informații în legătură cu circumstanțe specifice

Pentru aspectele legate de sustenabilitate, compania nu utilizează orizonturile de timp prevăzute ca variantă standard, respectiv termen mediu până la cinci ani și termen lung peste cinci ani, ci definiții proprii, adaptate modelului său de afaceri:

- **termen scurt:** până la un an;
- **termen mediu:** între unu și trei ani de la data raportării;
- **termen lung:** nu este utilizat, în prezent, ca orizont distinct pentru aspectele de sustenabilitate, această perioadă fiind acoperită de orizontul general de planificare strategică a activității.

Aceste intervale reflectă specificul activității companiei. Lanțul de aprovizionare internațional și un cadru de reglementare în schimbare rapidă fac dificilă fundamentarea unor angajamente pe termen foarte lung cu suficientă precizie. Un orizont mai scurt permite, în schimb, urmărirea frecventă a progresului, identificarea rapidă a abaterilor și ajustarea acțiunilor în funcție de rezultate.

Aceste definiții au fost aplicate în stabilirea obiectivelor prezentate în declarație. În evaluarea impacturilor, a riscurilor și a oportunităților, niciunul dintre elementele identificate ca semnificative nu s-a situat dincolo de orizontul mediu, ceea ce confirmă relevanța intervalelor alese.

Estimări privind lanțul valoric

O parte dintre indicatorii prezentați includ date referitoare la lanțul valoric, în special estimarea emisiilor de gaze cu efect de seră din categoria Scope 3. În absența unor date primare furnizate de partenerii comerciali, acești indicatori au fost calculați pe baza unor surse indirecte, utilizând factori de emisie recunoscuți la nivel internațional și date sectoriale disponibile public. Pentru categoriile cu ponderea cea mai mare, respectiv bunurile și serviciile achiziționate și bunurile de capital, a fost aplicată metoda bazată pe cheltuieli, care asociază factori de emisie sectoriali valorilor monetare ale achizițiilor.

Această abordare este adecvată unui prim inventar și permite identificarea zonelor cu impact ridicat, însă are o precizie mai redusă decât metodele fundamentate pe date primare. Nivelul de acuratețe este limitat de disponibilitatea și calitatea informațiilor la nivelul furnizorilor, îndeosebi al celor din afara Uniunii Europene, care nu fac obiectul unor obligații de raportare comparabile.

Colectarea datelor din lanțul valoric

Solicitarea de date de la partenerii din lanțul valoric devine un proces recurent, cu două direcții distincte. Cerințele privind ambalajele și deșeurile de ambalaje impun obținerea unor informații detaliate despre compoziția, reciclabilitatea și conținutul de material reciclat al ambalajelor utilizate. În paralel, îmbunătățirea calculului amprente de carbon presupune înlocuirea progresivă a estimărilor bazate pe cheltuieli cu date primare, solicitate direct producătorilor și furnizorilor principali.

Pentru a îmbunătăți acuratețea indicatorilor care includ date din lanțul valoric, compania își propune să continue și extindă colectarea datelor de sustenabilitate de la furnizori prin chestionare proprii, pentru a obține informații mai detaliate și standardizate privind performanța acestora în domeniile de mediu, social, etică în afaceri și achiziții sustenabile.

Standarde utilizate pentru calculul sau raportarea unor indicatori și indicatori încorporați prin referință

Declarația de sustenabilitate a Secom® Healthcare a fost elaborată având la bază cerințele ESRS, cadru care reprezintă standardul de referință pentru prezenta raportare. Pentru metodologia de calcul a emisiilor de gaze cu efect de seră compania a utilizat GHG Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard.

Declarația nu încorporează în mod direct indicatori specifici prin referință la alte documente. Cu toate acestea, pentru anumiți indicatori, s-a făcut referire la politicile specifice temelor materiale pe care compania le implementează și le publică pe site-ul propriu, pentru a oferi o contextualizare adecvată și pentru a sprijini informațiile prezentate.

1.2 Strategia și modelul de afaceri

Produse și servicii semnificative

Secom® Healthcare este o companie antreprenorială românească activă în domeniul sănătății și wellness-ului, specializată în importul, dezvoltarea, distribuția și comercializarea suplimentelor alimentare premium, a alimentelor funcționale și a produselor complementare pentru un stil de viață sănătos. Modelul de afaceri al companiei este construit în jurul promovării prevenției și educației pentru sănătate, prin facilitarea accesului consumatorilor la produse bazate pe ingrediente din surse naturale, formule validate științific și recomandări personalizate.

Portofoliul Secom® include peste 320 de suplimente alimentare, acoperind o gamă extinsă de nevoi terapeutice și de wellness: pentru susținerea sistemului imunitar, digestiv, cardiovascular, nervos, osteoarticular, sănătatea femeii, sănătatea copiilor, managementul stresului etc. Produsele sunt dezvoltate și fabricate de producători internaționali cu

experiență îndelungată în domeniul suplimentelor alimentare, fiind importate exclusiv de Secom® pe piața din România.

Produsele comercializate de companie sunt bazate pe ingrediente din surse naturale, nemodificate genetic și provenite din surse controlate, fiind supuse unor procese riguroase de verificare și control al calității. Secom® selectează parteneri care dețin certificări și standarde relevante pentru industrie, precum GMP (Good Manufacturing Practice), NSF sau certificări non-GMO. În procesul de selecție sunt evaluate atât aspecte legate de calitatea și eficiența produselor, cât și reputația și istoricul de conformitate al producătorilor.

Divizia Secom® Importuri Exclusive

Divizia Secom® Importuri Exclusive gestionează importul, promovarea și distribuția exclusivă pe piața din România a unui portofoliu de aproximativ 320 de suplimente alimentare premium provenite de la producători internaționali consacrați, precum Solaray®, Jarrow Formulas®, Nature's Way® și ChildLife® Essentials. Prin intermediul acestei divizii, compania facilitează accesul consumatorilor din România la suplimente alimentare dezvoltate pe baza cercetării științifice și fabricate conform unor standarde internaționale de calitate și siguranță.

Produsele sunt distribuite prin intermediul distribuitorilor farmaceutici, lanțurilor de farmacii, farmaciilor independente, platformelor de comerț electronic, precum și prin rețeaua proprie de retail fizic și online a companiei.

Divizia Good Routine® by Secom

Divizia Good Routine® by Secom coordonează dezvoltarea și comercializarea portofoliului propriu al companiei, care include 48 de suplimente alimentare dedicate adulților și copiilor, precum și 17 produse din categoria alimentelor funcționale.

Formulele sunt dezvoltate de echipa Innovation & Scientific Support din cadrul Secom® Healthcare și sunt produse în fabrici partenere din Italia, Spania, Serbia și Norvegia, care dețin certificări internaționale relevante pentru industria suplimentelor alimentare și a produselor funcționale.

Portofoliul Good Routine® este comercializat atât pe piața din România, cât și pe alte șapte piețe internaționale din Europa și America Centrală.

Divizia Secom® Health Store (denumită anterior Secom® Retail)

Divizia Secom Health Store, care a trecut printr-un proces de rebranding la finalul anului 2025, gestionează distribuția și comercializarea portofoliului companiei prin rețeaua proprie de retail fizic și online.

Aceasta include:

- aproximativ 320 de suplimente alimentare din portofoliul exclusiv Secom®, produse majoritar în SUA și Europa;
- portofoliul Good Routine®, format din 48 de suplimente alimentare și 17 alimente funcționale;
- un portofoliu neexclusiv de aproximativ 356 de produse din categorii complementare, precum alimente funcționale, produse de îngrijire personală, cosmetice naturale și produse pentru îngrijirea casei.

Produsele sunt comercializate prin intermediul celor 22 de magazine fizice și al platformelor online ale companiei.

În cadrul magazinelor Secom®, consumatorii beneficiază și de recomandări personalizate în fitoterapia științifică, oferite de colegi cu expertiză în domeniul sănătății și suplimentelor alimentare, pentru a susține alegerea produselor potrivite nevoilor individuale și obiectivelor de sănătate.

Piețe semnificative și grupuri de clienți

Secom® Healthcare își desfășoară activitatea în principal pe piața din România, unde operează printr-un model integrat de distribuție și retail, adresând atât segmentul business-to-business (B2B), cât și segmentul business-to-consumer (B2C).

Compania comercializează produse prin intermediul mai multor canale de distribuție și vânzare, incluzând distribuitori farmaceutici, farmacii independente, lanțuri de farmacii, platforme de comerț electronic, clinici medicale și propria rețea de retail fizic și online.

În anul 2025, rețeaua proprie Secom® includea 22 de magazine fizice localizate în: Arad, București, Bacău, Baia Mare, Brașov, Constanța, Cluj-Napoca, Craiova, Iași, Oradea, Ploiești, Pitești, Sibiu, Suceava, Târgu-Mureș și Timișoara.

La nivel internațional, compania comercializează produsele Good Routine® în Marea Britanie, Spania, Franța, Austria, Germania, Belgia și Costa Rica, prin parteneriate comerciale și platforme online.

Principalele segmente de clienți

→ Segmentul B2B

Principalele categorii de clienți business includ:

- distribuitori din sectorul farmaceutic;
- farmacii independente;
- lanțuri locale de farmacii;
- farmacii de tip discount;

- platforme de comerț electronic;
- clinici medicale;
- parteneri logistici și comerciali.

→ **Segmentul B2C**

Segmentul consumatorilor finali include:

- consumatori din România care achiziționează produse din magazinele fizice Secom® sau de pe platformele online Secom;
- consumatori care utilizează platforme diverse de comerț fizic sau electronic;
- consumatori care achiziționează produse Good Routine® prin platforme și parteneri internaționali.

Număr de angajați și venituri

La finalul anului 2024, Secom® Healthcare avea 197 de angajați, iar la finalul anului 2025 numărul total de angajați a crescut la 211.

Activitatea companiei este susținută de echipe multidisciplinare care acoperă funcțiuni precum supply chain, logistică, innovation & scientific support, retail, vânzări, marketing, reglementare/regulatory affairs, comunicare corporate și sustenabilitate, IT, financiar, juridic și resurse umane.

Cifra de afaceri aferentă perioadei de raportare a fost de 203 milioane de lei în 2024 și de 218,6 milioane de lei în 2025, reflectând consolidarea poziției companiei pe piață și evoluția constantă a activității.

Obiective de sustenabilitate legate de produse, clienți și zone geografice

Strategia Secom® Healthcare este orientată către dezvoltarea unui model de afaceri sustenabil, centrat pe îmbunătățirea sănătății și a stării de bine a consumatorilor, printr-un portofoliu de produse sigure și prin consolidarea unui ecosistem de educație și de acces la soluții de wellbeing.

Dezvoltarea unui portofoliu integrat, relevant și cu impact asupra consumatorilor

Un obiectiv strategic central îl reprezintă consolidarea unui portofoliu integrat, care combină portofoliul exclusiv de suplimente alimentare importate de la producători internaționali, brandul propriu Good Routine® și gama distribuită în rețeaua proprie de retail.

Compania urmărește menținerea poziției sale pe piața suplimentelor alimentare din România printr-un portofoliu construit pe criterii de calitate, siguranță, eficiență și inovație,

cu accent pe ingrediente din surse naturale și certificate, produse în conformitate cu standarde internaționale precum GMP, NSF sau non-GMO, acolo unde acestea sunt aplicabile.

Pentru perioada următoare, obiectivele companiei se concentrează pe verificarea independentă a calității. Compania își propune auditarea principalilor producători care realizează portofoliul Good Routine®. Această direcție înlocuiește abordarea avută în vedere anterior, bazată pe studii observaționale, reevaluată ca fiind mai puțin relevantă pentru tipul de produse comercializate.

În paralel, Secom® își propune dezvoltarea continuă a portofoliului Good Routine®, prin extinderea gamei de suplimente alimentare și diversificarea categoriilor de alimente funcționale, cu accent pe accesibilitate și pe relevanța pentru nevoile consumatorilor. Obiectivele privind ambalajele acestui portofoliu, în special creșterea ponderii produselor ambalate în plastic reciclat, sunt prezentate în capitolul dedicat utilizării resurselor și economiei circulare.

Mentținerea ponderii produselor expirate sub 1% din portofoliu rămâne un obiectiv anual, cu un dublu rol: reducerea risipei de resurse și optimizarea planificării aprovizionării.

Crearea unui ecosistem omnichannel orientat către experiență, educație și prevenție

Secom® își propune consolidarea unui ecosistem integrat, care asigură deopotrivă accesul la produse și accesul la informație relevantă privind sănătatea și prevenția. Acest ecosistem cuprinde rețeaua proprie de magazine, platformele online ale companiei, canalele B2B reprezentate de farmacii, clinici și distribuitori, precum și partenerii internaționali și marketplace-urile prin care sunt comercializate produsele Good Routine®.

Un element strategic îl reprezintă rolul companiei în educația consumatorilor și a profesioniștilor din domeniul sănătății. Secom® urmărește consolidarea poziției de sursă credibilă de informare în domeniul suplimentelor alimentare și al wellbeing-ului, prin conținut educațional propriu și prin studii dedicate. Podcastul educațional al companiei, dezvoltat începând din 2019, a înregistrat în perioada de raportare un reach de 3,7 milioane de persoane pe canalele sociale.

O a doua direcție privește documentarea nevoilor de sănătate ale populației. După prima ediție a studiului național Prevenția în România, compania are în vedere realizarea unei noi ediții, care să permită urmărirea evoluției comportamentelor de prevenție și să susțină dialogul cu profesioniștii din domeniu.

Nu în ultimul rând, compania urmărește îmbunătățirea modului în care colectează și valorifică feedbackul consumatorilor. Platforma Voice of the Customer, extinsă în perioada de raportare pentru centralizarea reclamațiilor și a sesizărilor legate de comenzi B2B și B2C, urmează să fie însoțită de o procedură formalizată și de sesiuni de instruire pentru toate

funcțiunile implicate. Detalii privind aceste mecanisme sunt prezentate în capitolul dedicat consumatorilor și utilizatorilor finali.

Consolidarea echipei, a culturii organizaționale și a infrastructurii pentru excelență operațională

Secom® investește în dezvoltarea capitalului uman și în consolidarea unei culturi organizaționale bazate pe responsabilitate, colaborare și orientare către impact.

Formarea profesională rămâne principalul instrument prin care compania susține această direcție. În perioada de raportare, media orelor de formare a depășit pragul asumat anterior, ajungând la aproape 37 ore per angajat, iar accesul la programele de dezvoltare a fost distribuit echilibrat între femei și bărbați. Pentru perioada următoare, compania își propune să treacă de la un model de învățare orientat pe volum de cursuri digitale, la un model de dezvoltare a competențelor orientat pe nevoile specifice ale fiecărei funcțiuni.

O a doua direcție privește construirea unui mediu de lucru incluziv. Compania urmărește creșterea nivelului de conștientizare în rândul angajaților prin programe interne dedicate diversității, dezvoltarea de parteneriate relevante și facilitarea accesului la oportunități profesionale pentru persoane din grupuri vulnerabile.

În plan operațional, compania urmărește digitalizarea și optimizarea proceselor interne. În perioada de raportare au fost implementate sisteme centralizate de gestiune a indicatorilor de sustenabilitate privind produsele, materialele promoționale, deșeurile și consumurile energetice, fiecare cu responsabil desemnat și cu proces de actualizare periodică. Această infrastructură susține deopotrivă eficiența operațională și calitatea raportării de sustenabilitate.

Integrarea principiilor de sustenabilitate în activitatea curentă este asigurată prin includerea obiectivelor strategice de sustenabilitate în procesul de evaluare anuală a performanței responsabililor de implementarea lor sau în prioritățile departamentelor responsabile, mecanism introdus începând cu anul 2025.

Aceste direcții susțin capacitatea companiei de a răspunde agil schimbărilor din piață și de a menține standarde ridicate de calitate și conformitate în lanțul valoric.

Elemente ale strategiei legate de sustenabilitate

Pentru Secom® Healthcare, legătura dintre strategia de afaceri și temele de sustenabilitate decurge din natura activității. Compania comercializează produse destinate sănătății și stării de bine, realizate preponderent din ingrediente de origine naturală. Această poziționare creează o interdependență: contribuția la sănătatea consumatorilor reprezintă propunerea de valoare a companiei, în timp ce disponibilitatea și calitatea materiilor prime depind de starea ecosistemelor și de stabilitatea condițiilor climatice.

Calitatea și siguranța produselor

Menținerea unui standard ridicat de calitate condiționează întreaga activitate: orice abatere afectează deopotrivă sănătatea consumatorilor și încrederea în brandurile companiei, construită pe parcursul a peste două decenii. Standardul este asigurat prin selecția producătorilor certificați, prin verificarea independentă a conformității dintre etichetă și conținut și prin respectarea cerințelor de reglementare.

Dependența de lanțul valoric

Ingredientele din surse naturale și materiile prime vegetale provin de la producători internaționali și depind de condițiile climatice, de practicile agricole și de starea biodiversității. Analiza dependențelor modelului de afaceri a identificat această relație ca fiind critică, ceea ce transformă temele de mediu dintr-un aspect de conformare într-un factor de continuitate operațională. Răspunsul strategic constă într-o relație structurată cu furnizorii: evaluarea partenerilor care acoperă cea mai mare parte a achizițiilor pe criterii de mediu, sociale și de guvernare, precum și solicitarea datelor privind amprenta de carbon.

Rolul brandului propriu

Good Routine® este singura zonă în care compania decide direct formulele, specificațiile și ambalajele. Brandul propriu funcționează astfel ca principala pârgă de aplicare a criteriilor de sustenabilitate, iar rezultatele obținute în privința ambalajelor confirmă acest potențial.

Educația pentru sănătate și prevenție

Într-un domeniu în care dezinformarea și utilizarea neadecvată a suplimentelor rămân riscuri reale, compania își asumă un rol care depășește comercializarea de produse. Această direcție se materializează prin proiecte proprii cu continuitate: podcastul educativ „Supliment de bine”, studiul național „Prevenția în România”, realizat împreună cu o agenție de cercetare independentă, și conferința „Wellbeing 360°”. Rețeaua proprie de magazine completează demersul prin consiliere personalizată oferită de colegi cu pregătire în domeniul sănătății și suplimentelor alimentare.

Consolidarea capacității interne

Guvernanța este asigurată prin Comitetul de Sustenabilitate, iar responsabilitatea este transferată către nivelul operațional prin integrarea obiectivelor de sustenabilitate în evaluarea anuală a responsabililor sau în prioritățile departamentelor care le implementează. Un efort constant este dedicat centralizării indicatorilor de sustenabilitate privind produsele, materialele promoționale, deșeurile și consumurile energetice, cu scopul de a crește acuratețea informațiilor raportate. Sistemele automatizate implementate în perioada de raportare reprezintă primul pas în această direcție, urmând ca acoperirea și fiabilitatea lor să fie extinse progresiv. Măsurarea amprentei de carbon oferă baza pentru stabilirea unor obiective realiste. Aceste elemente nu produc rezultate vizibile în exterior, dar condiționează capacitatea companiei de a-și asuma obiective credibile și de a urmări progresul față de ele.

Modelul de afaceri și lanțul valoric

Modelul de afaceri al Secom® Healthcare este construit în jurul dezvoltării și comercializării de produse premium pentru sănătate și wellbeing, bazate pe ingrediente din surse naturale, formule validate științific și parteneriate cu producători internaționali și europeni specializați.

Compania operează printr-un model integrat care include:

- importul și distribuția exclusivă de suplimente alimentare;
- dezvoltarea portofoliului propriu Good Routine®;
- comercializarea produselor prin canale B2B și B2C;
- furnizarea de recomandări personalizate și inițiative de educație pentru sănătate și prevenție.

Lanțul valoric al companiei include activități desfășurate atât în amonte (upstream), cât și în aval (downstream).

Upstream – lanțul de aprovizionare

Portofoliul de suplimente alimentare importate exclusiv de Secom® provine în principal din SUA, Canada și Taiwan. Produsele sunt fabricate de producători internaționali specializați și transportate către România prin transport aerian și maritim.

În anul 2025:

- 21% din produsele importate au fost transportate aerian;
- 79% au fost transportate maritim.

Produsele Good Routine® sunt dezvoltate intern și fabricate în unități partenere din Europa, fiind transportate exclusiv rutier către România.

În cadrul activităților de retail, compania comercializează și produse complementare, precum alimente funcționale, produse de îngrijire personală și cosmetice naturale, majoritatea fiind achiziționate de la parteneri locali.

Procesul de selecție al furnizorilor și producătorilor include evaluarea:

- experienței și expertizei de producție;
- calității ingredientelor și materiilor prime;
- certificărilor relevante;
- reputației și istoricului de conformitate;
- standardelor de siguranță și calitate aplicate.

Compania a identificat dependențe importante legate de disponibilitatea materiilor prime naturale, stabilitatea lanțurilor logistice internaționale, condițiile climatice și conformitatea furnizorilor cu standardele ESG.

Operațiuni proprii

Operațiunile proprii ale companiei includ:

- planificarea aprovizionării;
- coordonarea logisticii;
- gestionarea stocurilor;
- activități comerciale și de retail;
- marketing și comunicare;
- dezvoltare de produs;
- relații cu profesioniștii din domeniul sănătății;
- servicii suport și administrative.

Compania monitorizează constant nivelurile de stoc, mărfurile aflate în tranzit și previziunile de vânzări, evaluând riscurile de tip „out of stock” și „overstock” pentru a asigura continuitatea aprovizionării.

Downstream – distribuție și relația cu consumatorii

Produsele Secom® ajung la consumatori prin:

- distribuitori și farmacii;
- magazinele fizice proprii;
- platformele online proprii;
- platforme partenere de e-commerce;
- parteneri internaționali și marketplace-uri.

Produsele Good Routine® comercializate internațional sunt transportate din fabricile europene către depozitul logistic din România și ulterior către partenerii internaționali sau depozitele Amazon UE, de unde ajung la consumatorii finali.

Compania utilizează mecanisme de customer feedback și instrumente de stakeholder engagement pentru monitorizarea satisfacției consumatorilor și îmbunătățirea continuă a produselor și serviciilor.

În cadrul evaluării de dublă materialitate realizate conform ESRS, compania a identificat drept zone relevante ale lanțului valoric:

- producătorii și furnizorii de suplimente alimentare;
- furnizorii de ambalaje și servicii logistice;
- consumatorii;
- profesioniștii din domeniul sănătății;
- platformele și partenerii comerciali.

Interesele și punctele de vedere ale părților interesate

Dialogul constant cu părțile interesate ajută compania să înțeleagă mai bine efectele activității sale și să se asigure că direcțiile urmate răspund unor nevoi reale.

Secom® a identificat treisprezece categorii de părți interesate, încadrate în două tipuri, în funcție de relația lor cu activitatea companiei. Primul cuprinde părțile afectate de activitatea Secom®: consumatorii, angajații, medicii, producătorii și partenerii internaționali, partenerii suport, partenerii de afaceri și lucrătorii din lanțul valoric. Al doilea cuprinde utilizatorii informațiilor raportate: farmaciștii, autoritățile de reglementare, organizațiile neguvernamentale, mass-media, reprezentanții industriei și comunitatea locală. Lista de stakeholderi este revizuită periodic, la fiecare exercițiu de raportare; în 2024, în urma revizuirii i s-au adăugat comunitatea locală și lucrătorii din lanțul valoric.

În cadrul analizei de dublă materialitate din 2025, consultarea directă a acoperit patru categorii. Angajații au răspuns unui chestionar dedicat, iar concluziile au fost completate de rezultatele studiului intern de engagement. Pentru consumatori au fost folosite datele adunate în platforma proprie de relaționare cu clienții, alături de un chestionar conceput special pentru acest proces. Producătorilor le-a fost transmis un chestionar de evaluare cu întrebări din domeniile mediu, social și guvernanță, primul exercițiu de acest tip realizat de companie. Partenerii de afaceri, respectiv farmaciile, platformele de comerț electronic și clinicile medicale, au fost consultați la rândul lor printr-un chestionar propriu, care a urmărit perspectiva lor asupra impactului activității Secom®.

Perspectivile celorlalte categorii ajung la companie prin studii periodice și prin canalele de comunicare permanent deschise. Medicii și farmaciștii sunt consultați anual prin sondaje dedicate, iar percepția consumatorilor este urmărită constant prin studii de piață. La acestea se adaugă concluziile analizelor de materialitate anterioare, în care aceste categorii au fost consultate direct.

Implicarea părților interesate

Comunicarea constantă și transparentă cu părțile interesate este esențială pentru ca măsurile implementate în direcția dezvoltării sustenabile să fie aliniate cu așteptările și nevoile acestora. Această interacțiune permite identificarea și prioritizarea acțiunilor cheie pentru atingerea obiectivelor de sustenabilitate.

În plus, feedbackul primit prin diversele canale de comunicare oferă perspective valoroase, care permit companiei să răspundă în mod adecvat provocărilor și oportunităților apărute în activitatea sa.

Categorie de părți interesate	Metodă de implicare	Scopul procesului de implicare	Cum ține cont compania de rezultate
Părți interesate afectate de activitatea companiei			
Angajați	Informări prin e-mail și intranet; platforma internă mySecom; chestionare și consultări de tip quiz; întâlniri Town Hall cu sesiuni de întrebări prin platformă anonimă; întâlniri dedicate culturii organizaționale. Sondaje periodice pe bază de chestionar, interviuri în profunzime; interacțiuni în magazinele fizice Secom®; platforma Voice of Customer, Mediatel.	Înțelegerea nivelului de satisfacție, a nevoilor și a preocupărilor angajaților, precum și colectarea de input relevant pentru identificarea impacturilor, riscurilor și oportunităților privind propria forță de muncă.	În evaluarea materialității, în dezvoltarea politicilor și a programelor interne și în definirea priorităților din aria resurselor umane, wellbeing și engagement.
Consumatori	Chestionare și sondaje; interacțiuni în magazinele fizice Secom®; platforma Voice of Customer.	Colectarea feedbackului privind calitatea, eficiența, accesibilitatea și siguranța produselor, precum și identificarea așteptărilor privind sănătatea, transparența și consumul responsabil.	În îmbunătățirea produselor, a serviciilor și a comunicării, precum și în dezvoltarea portofoliului.
Medici	Medical Advisory Board; Vizite de prezentare a produselor; mese rotunde și evenimente medicale organizate de terți; sondaje periodice pe bază de chestionar; aplicația Secom Professionals, platforma Voice of Customer.	Înțelegerea nevoilor profesioniștilor din domeniul sănătății și colectarea de perspective privind eficiența produselor și tendințele din domeniul sănătății și al prevenției.	În identificarea necesităților terapeutice neacoperite, în dezvoltarea produselor, în actualizarea materialelor de informare științifică și în identificarea oportunităților și riscurilor relevante.
Producători și parteneri internaționali	Comunicare prin e-mail, telefonic și prin aplicații dedicate; chestionar de evaluare cu întrebări din domeniile mediu, social și guvernantă.	Evaluarea standardelor de calitate, siguranță și conformitate și colectarea de informații privind practicile de sustenabilitate din lanțul de aprovizionare.	În evaluarea și selecția furnizorilor, în monitorizarea riscurilor din lanțul de aprovizionare și în actualizarea criteriilor aplicabile partenerilor.
Parteneri suport	Comunicare prin e-mail și telefonic, întâlniri directe, workshopuri.	Asigurarea unei colaborări eficiente cu furnizorii de servicii esențiale pentru activitatea companiei, precum logistică și transport, tehnologie, marketing și comunicare, cercetare de piață și consultanță, precum și identificarea oportunităților de optimizare operațională.	În optimizarea proceselor interne și în îmbunătățirea colaborării cu partenerii operaționali.
Parteneri de afaceri	Întâlniri directe, comunicare telefonică și prin e-mail, workshopuri; chestionar	Respectarea codului de conduită, obținerea de perspective externe	În transpunerea informațiilor comerciale în contracte și comenzi

	dedicat adresat farmaciilor, platformelor de comerț electronic și clinicilor medicale.	relevante pentru dezvoltarea activității și gestionarea riscurilor, precum și colectarea de input privind impactul activității companiei.	de achiziție, în evaluarea materialității și în adaptarea relației comerciale.
Lucrătorii din lanțul valoric	Implicare indirectă, prin producătorii și partenerii cu care compania colaborează, inclusiv prin chestionarul de evaluare pe teme sociale transmis acestora.	Identificarea riscurilor privind condițiile de muncă din lanțul de aprovizionare și distribuție.	În definirea criteriilor aplicabile partenerilor și în dezvoltarea procesului de evaluare a furnizorilor.
Utilizatori ai informațiilor raportate			
Farmaciști	Vizite în farmacii cu prezentări de produse; mese rotunde dedicate sau mixte, împreună cu medicii; interacțiuni telefonice și prin e-mail prin departamentul de customer care; sesiuni de informare și educare privind fitoterapia științifică, sondaje periodice pe bază de chestionar; platforma Voice of Customer.	Evaluarea percepției privind produsele și colaborarea comercială, precum și identificarea nevoilor și a așteptărilor consumatorilor din retailul farmaceutic.	În optimizarea relației comerciale, în îmbunătățirea comunicării și în adaptarea strategiilor de informare și educare a consumatorilor.
Autorități de reglementare	Notificări privind suplimentele alimentare către instituțiile competente, precum Institutul Național de Cercetare-Dezvoltare pentru Bioresurse Alimentare și centrele regionale de sănătate publică.	Monitorizarea cerințelor legislative și de conformitate aplicabile activității companiei și identificarea riscurilor asociate modificărilor de reglementare.	În verificarea respectării cerințelor legale și în actualizarea politicilor, a procedurilor și a proceselor de conformitate și raportare.
Organizații neguvernamentale	Comunicare prin e-mail și telefonic, întâlniri directe, participare la evenimente comune.	Înțelegerea nevoilor sociale și de sănătate relevante pentru comunități și colectarea de input privind impacturile sociale ale companiei.	În dezvoltarea proiectelor sociale și educaționale și în prioritizarea inițiativelor de investiții în comunitate.
Mass-media	Comunicare prin e-mail și telefonic, întâlniri directe, evenimente, interviuri.	Promovarea educației pentru sănătate și a consumului responsabil și evaluarea interesului public pentru subiecte privind prevenția și wellbeing-ul.	În adaptarea campaniilor de comunicare și a proiectelor educaționale și în definirea priorităților de comunicare.
Reprezentanți ai industriei	Comunicare prin e-mail și telefonic, întâlniri directe, participare la evenimente și grupuri de lucru sectoriale.	Schimb de bune practici și identificarea principalelor riscuri, oportunități și tendințe relevante pentru industrie.	În actualizarea strategiilor, a politicilor și a practicilor interne și în alinierea la cerințele și tendințele din industrie.
Comunitatea locală	Interacțiuni prin rețeaua proprie de magazine și prin	Înțelegerea nevoilor comunităților din regiunile în	În prioritizarea investițiilor în

	proiectele sociale derulate; dialog mediat de autoritățile locale și de organizațiile neguvernamentale.	care compania este prezentă prin rețeaua de retail și prin activitatea de distribuție.	comunitate și în dezvoltarea proiectelor sociale și educaționale.
--	---	--	---

Pe parcursul perioadei de raportare, Secom® a desfășurat mai multe studii și sondaje pentru a evalua satisfacția unor categorii de stakeholderi și pentru a obține feedback valoros cu privire la produsele sale din portofoliu, astfel:

Nr. crt.	Stakeholder	Metoda de implicare	Frecvența	Tema ridicată
1	Medici și farmaciști	Sondaj pe bază de chestionar	Anual	Impactul și satisfacția față de vizita medicală Secom®
2	Medici	Focus grup	Ad hoc	Obiceiuri de prescripție în categorie și percepții cu privire la imaginea de brand Secom® și Good Routine®
3	Farmaciști	Sondaj pe bază de chestionar	Ad hoc	Obiceiuri de recomandare în categorie și percepții cu privire la imaginea de brand Secom® și Good Routine®
4	Consumatori	Sondaj pe bază de chestionar	Anual	Atitudini și obiceiuri de consum în categorie, nivel de notorietate a mărcilor de producători și de produs
		Focus grup	Ad hoc	Obiceiuri de consum în categorie și percepții cu privire la imaginea de brand Secom®
		Interviuri în profunzime	Ad hoc	Obiceiuri de consum în categorie și percepții cu privire la imaginea de brand Good Routine®
		Sondaj pe bază de chestionar	Ad hoc	Obiceiuri de cumpărare în categorie și percepții cu privire la imaginea de retailer Secom®

1.3 Guvernanță

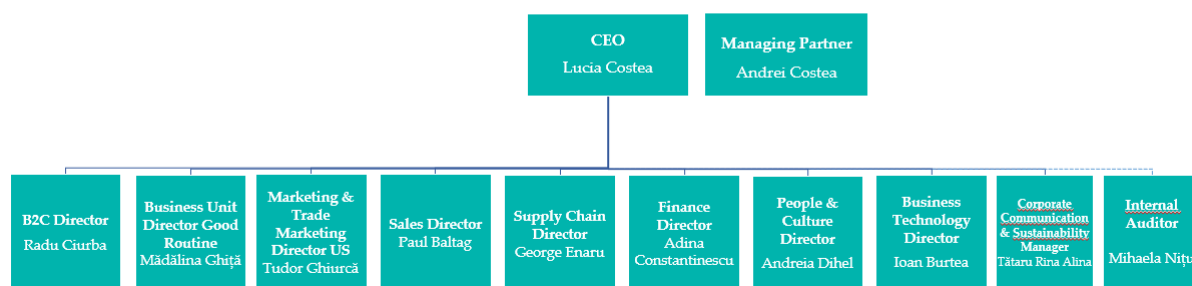
Componența și structura organelor de conducere

Compania este condusă de cofondatorii Andrei Costea și Lucia Costea. Andrei Costea este unicul acționar al companiei, cu o participație de 100% în acțiuni și este responsabil de explorarea unor noi oportunități strategice de extindere a afacerii, iar Lucia Costea se ocupă de conducerea execuției și operațiunilor din poziția de CEO.

Ei sunt susținuți în conducerea companiei de un management executiv format din alte 10 persoane. Fiecare membru al echipei de management executiv deține responsabilități specifice în diverse zone ale afacerii, asigurând implementarea eficientă a strategiilor companiei și gestionarea optimă a resurselor.



Top Management



Nr.crt.	Nume & Prenume	Poziție	Tip de membru	Durata mandatului	Alte funcții și angajamente	Vârstă	Gen	Competențe relevante pentru impactul organizației
1	Costea Andrei	Managing Partner	executiv	nelimitată	0	42	Masculin	Leadership strategic și vizionar
2	Costea Lucia	CEO	executiv	nelimitată	1 administrator	41	Feminin	Leadership executiv și gestionare a echipei de conducere
3	Baltag Paul	Sales Director	executiv	nelimitată	0	49	Masculin	Experiență în dezvoltarea și implementarea strategiilor comerciale, coordonarea echipelor complexe de vânzări, analiză de business și divizii medicale
4	Burtea Ioan-Augustin	Business Technology Director	executiv	nelimitată	0	39	Masculin	Experiență în gestionarea infrastructurii IT și a echipei tehnice

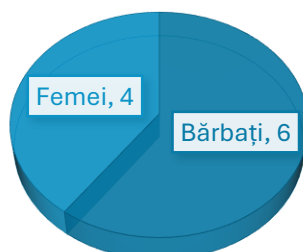
5	Ciurba Mircea-Radu	B2C Director	executiv	nelimitată	0	44	Masculin	Experiență în dezvoltarea și implementarea strategiilor de vânzări direct to consumer
6	Constantinescu Adina	Finance Director	executiv	nelimitată	1 administrator	49	Feminin	Experiență în gestionarea aspectelor financiare și contabile
7	Dihel Andreia - Georgia	People and Culture Director	executiv	nelimitată	0	50	Feminin	Implementarea strategiei de Resurse Umane
8	Enaru George	Supply Chain Director	executiv	nelimitată	0	39	Masculin	Implementarea strategiei de planificare a lanțului de aprovizionare
9	Ghiță Maria- Mădălina	Business Unit Director Good Routine®	executiv	nelimitată	0	44	Feminin	Experiență în dezvoltarea și implementarea strategiilor de marketing produs, comunicare, branding & vânzări pentru Good Routine®
10	Ghiurcă Tudor	Marketing & Trade Marketing Director US	executiv	nelimitată	0	40	Masculin	Implementare a strategiilor de marketing; comunicare și branding

Alina Tătaru, Corporate Communications and Sustainability Manager, și Mihaela Nițu, Internal Auditor, nu sunt incluse formal în structura echipei de top management a SECOM Healthcare, însă ocupă funcții cu linie de raportare directă către Chief Executive Officer (CEO).

Diversitatea de gen în organele de conducere

La nivelul conducerii companiei, echipa este formată din 6 bărbați (60%) și 4 femei (40%), rata diversității de gen fiind de 0,67.

TOP MANAGEMENT



Reprezentarea angajaților în organele de conducere

Secom® Healthcare nu are o reprezentare directă a angajaților în structurile de conducere executive. Cu toate acestea, compania promovează implicarea angajaților în procesele decizionale care îi afectează direct, prin mecanisme de dialog intern, consultare și colectare de feedback.

Aceste mecanisme includ sesiuni periodice de informare și consultare privind deciziile organizaționale relevante, întâlniri de tip Town Hall, sondaje interne privind satisfacția și climatul organizațional, precum și utilizarea canalelor interne de comunicare pentru transmiterea feedbackului și a preocupărilor angajaților. Compania utilizează, de asemenea, rezultate ale studiilor de engagement organizațional pentru identificarea ariilor de îmbunătățire și fundamentarea unor măsuri interne relevante pentru angajați.

Prin aceste instrumente, Secom® urmărește să asigure luarea în considerare a perspectivelor și intereselor angajaților în procesele decizionale relevante, contribuind la consolidarea unei culturi organizaționale bazate pe transparență, responsabilitate și participare.

Roluri și responsabilități privind supravegherea aspectelor de sustenabilitate

Conducerea companiei a înființat, începând din 2023, Comitetul de Sustenabilitate, care include membri ai echipei de conducere. Acest comitet, conform deciziei de înființare, se întâlnește cel puțin o dată pe an pentru a lua decizii strategice. În afara acestor întâlniri, Corporate Communications & Sustainability Manager coordonează o echipă extinsă de sustenabilitate, compusă din 19 membri din toate departamentele companiei. Acesta prezintă periodic statusul inițiativelor de sustenabilitate în cadrul întâlnirilor echipei de conducere și întregii organizații, în cadrul Town Hall-urilor.

Comitetul de Sustenabilitate

Are rolul de a promova principiile sustenabilității în interiorul organizației și de a trasa responsabilități clare echipelor din subordine pentru implementarea inițiativelor care contribuie la atingerea ȳintelor prevăzute de strategia de sustenabilitate a companiei. Totodată, Comitetul monitorizează implementarea strategiei, supraveghează și aprobă alocarea resurselor și validează orice actualizări aduse strategiei de sustenabilitate și obiectivelor asumate.

Atribuȳiile Comitetului de Sustenabilitate

- Aprobarea actualizării strategiei de sustenabilitate o dată la doi ani, conform evoluȳiei temelor materiale și analizei de materialitate realizată în conformitate cu reglementările legislative naȳionale și europene în vigoare (CSRD/ESRS).
- Susȳinerea Echipii Executive de Sustenabilitate din cadrul Secom®, oferind resursele umane necesare pentru implementarea etapelor cheie în procesul de raportare, precum: consultarea stakeholderilor, colectarea datelor necesare pentru realizarea raportului de sustenabilitate etc.
- Responsabilizarea echipelor din subordine de a implementa, cu consecvenȳă și în termenele stabilite, proiectele de sustenabilitate stabilite pentru atingerea obiectivelor asumate în Raportul de Sustenabilitate Secom®.
- Aprobarea acȳiunilor și proiectelor de sustenabilitate realizate de Companie (inclusiv politicile și procedurile, rapoartele de Sustenabilitate), impactul lor asupra tuturor stakeholderilor, măsura în care acestea ajută la atingerea obiectivelor și strategiei de sustenabilitate Secom®, în aria lor de expertiză.
- Evaluarea constantă a riscurilor și oportunităȳilor legate de sustenabilitate. Oferirea soluȳiilor pentru prevenirea riscurilor care pot avea un impact negativ semnificativ în business și/ sau reputaȳional și implicarea în gestionarea efectelor negative când/ dacă se produc. Riscurile generate de factorii de mediu și sociali sunt identificate și evaluate (din perspectiva probabilităȳii și a impactului în business și în reputaȳie) în matricea de riscuri Secom®.
- Contribuirea cu sugestii și recomandări în ceea ce privește iniȳiative viitoare de sustenabilitate, aliniate strategiei Secom® și trendurilor internaȳionale.

Componenȳa Secom® Healthcare Sustainability Committee

Componenȳa Comitetului este stabilită de către CEO-ul Companiei, care este totodată Președinte al Comitetului.

Comitetul va fi alcătuit din top manageri și manageri de funcȳiuni cu un impact semnificativ economic, social și/ sau de mediu, care prin puterea mare de decizie și influenȳă, pot alocă resursele umane și financiare necesare implementării iniȳiativelor de sustenabilitate Secom® aliniate strategiei.

Astfel, componenȳa Comitetului este următoarea:

- Președintele Comitetului – CEO Secom® Healthcare
- Secretarul Comitetului – Corporate Communications & Sustainability Manager Secom® Healthcare
- Marketing & Trade Marketing Director
- Business to Consumer Director
- Good Routine® Director
- Finance Director
- People & Culture Director
- Supply Chain & Regulatory Affairs Director

Durata mandatului fiecărui membru este de 2 ani, urmând ca după această perioadă să se nominalizeze și să se aprobe noua componență.

Membrii Comitetului se reunesc cel puțin o dată pe an sau la solicitarea conducerii companiei. Convocarea are loc, de regulă, în următoarele situații:

- la stabilirea bugetelor în faza de planificare anuală, pentru comunicarea rezultatelor consultării stakeholderilor sau/și
- o dată la doi ani, în faza de finalizare a Raportului de Sustenabilitate sau/și
- în cazul apariției unor blocaje în implementarea proiectelor strategice de sustenabilitate etc.

Întâlnirile se pot desfășura fizic sau online, iar participarea la întâlniri este obligatorie pentru toți membrii.

O dată la șase luni, Secretarul prezintă statusul inițiativelor către echipa de management executiv (Board of Directors), iar la finalul fiecărui an, are responsabilitatea de a realiza un raport de activitate al Comitetului în care vor fi punctate principalele reușite, dar și provocările și prioritățile pentru anul viitor.

Responsabilitățile organelor de conducere

Responsabilitatea pentru direcția strategică a companiei, inclusiv pentru integrarea aspectelor de sustenabilitate în deciziile de business, revine conducerii executive. Aceasta stabilește prioritățile, aprobă alocarea resurselor necesare și urmărește rezultatele obținute în raport cu obiectivele asumate.

Supravegherea temelor de sustenabilitate este asigurată prin Comitetul de Sustenabilitate, structură care reunește conducerea executivă și managerii funcțiilor cu impact relevant asupra performanței economice, sociale și de mediu. Comitetul aprobă direcțiile strategice, evaluează progresul față de obiectivele asumate și analizează riscurile și oportunitățile identificate, inclusiv pe cele cu potențial impact reputațional sau de conformitate.

Între întâlnirile Comitetului, coordonarea curentă revine echipei de sustenabilitate, care monitorizează implementarea inițiativelor, colectează informațiile necesare raportării și

semnalează conducerii aspectele care necesită decizie. Statusul proiectelor este prezentat periodic echipei executive.

Transferul responsabilității către nivelul operațional se realizează prin includerea obiectivelor de sustenabilitate în evaluarea anuală a responsabililor sau în prioritățile departamentului care le implementează. Fiecare obiectiv are astfel un responsabil desemnat, iar progresul este urmărit în cadrul proceselor obișnuite de evaluare a performanței și în cadrul întâlnirilor de departament pentru monitorizarea statusului principalelor priorități ale acestuia.

Expertiza în sustenabilitate și programe de formare

Structura de conducere a Secom® Healthcare include funcții executive cu responsabilități relevante pentru gestionarea impacturilor economice, sociale și de mediu ale companiei, inclusiv în domenii precum sustenabilitate, resurse umane, lanț de aprovizionare, comunicare corporate, conformitate, guvernanță și relația cu stakeholderii.

Acolo unde expertiza internă necesită complementare, compania colaborează cu consultanți externi specializați în sustenabilitate, în special pentru analiza de dublă materialitate, calculul emisiilor de gaze cu efect de seră și dezvoltarea strategiei de reducere a acestora.

Compania urmărește consolidarea continuă a competențelor privind sustenabilitatea și conduita responsabilă, printr-o combinație de formare specializată și sesiuni de informare adresate persoanelor implicate în proces.

În perioada de raportare, Corporate Communications & Sustainability Manager a participat la un curs dedicat raportării conform Standardelor Europene de Raportare privind Sustenabilitatea. În paralel, o parte din membrii Comitetului de Sustenabilitate și din echipa de sustenabilitate au beneficiat de sesiuni de instruire de 2-3 ore, susținute de un consultant extern, care au avut ca scop înțelegerea cerințelor procesului de raportare, a implicațiilor acestuia pentru fiecare funcțiune implicată și a rolului pe care îl are fiecare în colectarea și validarea informațiilor.

Totodată, cu sprijinul unui consultant extern, membri ai echipei de sustenabilitate au participat la un workshop dedicat realizării inventarului de emisii de gaze cu efect de seră. Sesiunea a avut un caracter aplicat și a urmărit dezvoltarea capacității interne de a înțelege și aplica principiile și metodologiile relevante pentru calcularea amprente de carbon, precum și pentru colectarea datelor necesare. La workshop au participat reprezentanți ai funcțiunilor relevante pentru acest proces, precum și reprezentanți ai funcțiunilor care contribuie la colectarea datelor pentru inventar, respectiv persoane responsabile cu achizițiile și aprovizionarea, contabilitatea și finanțele, sistemele informatice, activitatea comercială și de marketing, relația cu clienții, administrarea de personal și salarizarea, precum și comunicarea și sustenabilitatea.

La acestea se adaugă accesul membrilor echipei la platforme de învățare dedicate temelor de sustenabilitate (de ex. Sustainability School), care completează formarea punctuală cu o expunere continuă la subiectele relevante.

Informații furnizate organelor de conducere privind aspectele de sustenabilitate

Aspectele legate de sustenabilitate sunt comunicate periodic echipei executive și Comitetului de Sustenabilitate, în vederea sprijinirii procesului decizional și a monitorizării implementării strategiei de sustenabilitate a companiei.

În cadrul procesului de guvernanță a sustenabilității, Corporate Communications & Sustainability Manager prezintă periodic conducerii informații relevante privind progresul inițiativelor și proiectelor de sustenabilitate, stadiul obiectivelor asumate, principalele riscuri și oportunități ESG identificate, precum și rezultatele proceselor de consultare a stakeholderilor și ale exercițiilor de evaluare a materialității.

Comitetul de Sustenabilitate analizează informații referitoare la:

- implementarea strategiei și obiectivelor de sustenabilitate;
- impacturile, riscurile și oportunitățile relevante pentru companie și stakeholderi;
- rezultatele proceselor de stakeholder engagement;
- inițiativele și proiectele de sustenabilitate aflate în derulare;
- actualizările legislative și cerințele aplicabile privind raportarea de sustenabilitate;
- politicile și procedurile relevante pentru aspectele ESG.

Integrarea performanței de sustenabilitate în sistemele de stimulente

Remunerarea membrilor organelor de conducere nu include componente variabile corelate cu indicatori de performanță în domeniul sustenabilității. Procentul din remunerația recunoscută în perioada de raportare legat de astfel de considerente este, prin urmare, zero.

Mecanismul de responsabilizare pentru implementarea măsurilor în vederea atingerii obiectivelor de sustenabilitate a fost extins progresiv în perioada de raportare. Dacă anterior obiectivele de sustenabilitate erau incluse în evaluarea anuală a două poziții, respectiv Corporate Communications & Sustainability Manager și Communications & CSR Coordinator, ele au fost preluate treptat și de o parte din responsabilii funcțiilor care implementează efectiv măsurile asumate. Obiectivele privind formarea profesională revin astfel zonei de dezvoltare a resurselor umane, cele privind energia și flota auto zonei de administrare, cele privind conduita în afaceri funcțiunii juridice, iar cele privind colectarea și valorificarea feedbackului de la consumatori funcțiunii de analiză a pieței.

Pentru aceste roluri, îndeplinirea obiectivelor de sustenabilitate este evaluată în cadrul procesului anual de performanță, care determină acordarea componentei variabile a

remunerației. Mecanismul asigură astfel legătura dintre angajamentele asumate public și responsabilitatea individuală a celor care le pun în practică.

Obiectivele asumate prin prezenta declarație urmează să fie integrate în ciclul de evaluare aferent perioadei următoare.

Procesul de diligență

Tabelul de mai jos prezintă corespondența dintre elementele-cheie ale proceselor de diligență desfășurate de Secom® Healthcare și secțiunile relevante din prezenta declarație de sustenabilitate, în care sunt prezentate informații detaliate pentru fiecare element.

Elementele de bază ale proceselor de diligență	Paragraf în declarația de sustenabilitate (nr. paginii)
a) Integrarea proceselor de diligență în guvernanță, strategie și modelul de afaceri	13-14, 21-15, 53-54, 111-113
b) Implicarea părților interesate afectate în toate etapele esențiale ale proceselor de diligență	15-18
c) Identificarea și evaluarea impacturilor negative	28-31
d) Implementarea de acțiuni pentru a aborda aceste impacturi negative	43-44, 52, 54, 72-76, 95-97, 98-104, 110-113, 116
e) Monitorizarea eficacității acestor eforturi și comunicarea rezultatelor	43-44, 55, 76-77, 98, 104, 108, 128-130

Gestionarea riscurilor și controale interne privind raportarea de sustenabilitate

La nivelul companiei există o procedură internă de management al riscurilor, care definește modul de identificare, evaluare, gestionare și monitorizare a acestora, precum și responsabilitățile fiecărei funcțiuni implicate. Riscurile sunt grupate în funcție de sursa lor: cele generate de factori externi, precum evoluțiile macroeconomice, schimbările din piață sau modificările de comportament ale consumatorilor, și cele generate de factori interni, precum riscurile operaționale, informatice sau de conformitate.

Responsabilitatea identificării și gestionării riscurilor revine managerilor de departament, iar funcția de audit intern coordonează centralizarea și revizuirea matricei de riscuri la nivel de companie. Rezultatele sunt transmise conducerii executive, care analizează și aprobă forma consolidată. Procesul se sprijină pe monitorizarea continuă a contextului intern și extern, prin studii privind comportamentul consumatorilor, mecanisme de control intern și evaluări periodice la nivel de departament.

Aplicarea la raportarea de sustenabilitate

Informațiile de sustenabilitate sunt supuse aceluiași cadru de gestionare a riscurilor. Fiind primul exercițiu de raportare structurat după cerințele europene, procesul a scos la iveală

câteva vulnerabilități specifice, pe care compania le are în vedere pentru ciclurile următoare. Cea mai relevantă este dată de natura datelor. Spre deosebire de informațiile financiare, care circulă printr-un singur sistem și au un traseu de validare stabilit, datele de sustenabilitate provin din surse dispersate: facturi de utilități, evidențe de stocuri, registre de deșeuri, sisteme interne de management al reclamațiilor, informații despre angajați, chestionare adresate angajaților și partenerilor, rapoarte ale furnizorilor de servicii etc. Colectarea lor presupune coordonare între mai multe funcțiuni. Deși o parte dintre aceste date, precum cele privind consumul de energie, gestiunea deșeurilor sau reclamațiile, sunt deja raportate în mod curent, compania având în spate un istoric de peste 6 ani de raportare, extinderea perimetrului către întregul inventar aduce în proces și funcțiuni pentru care aceste teme nu reprezentau anterior o responsabilitate uzuală.

Lanțul valoric ridică o dificultate de altă natură. O parte semnificativă a informațiilor relevante nu se află în posesia companiei, ci a producătorilor și a partenerilor internaționali, dintre care mulți își desfășoară activitatea în afara Uniunii Europene și nu fac obiectul unor obligații de raportare comparabile. În absența acestor date, indicatorii aferenți se sprijină pe estimări, cu marja de aproximare pe care aceasta o presupune.

La acestea se adaugă decalajul firesc dintre cerințele de raportare și maturitatea proceselor interne. Nivelul de detaliu solicitat presupune o structurare a informației care nu se poate realiza într-un singur ciclu, iar pe parcursul tranziției către procese de raportare pe deplin structurate și alinate acestor cerințe există riscul unor inconsecvențe între ceea ce se cere și ceea ce poate fi documentat cu suficientă rigoare.

Măsurile aplicate

Pentru reducerea acestor riscuri, compania se află în proces de automatizare a colectării datelor/indicatorilor de sustenabilitate. Au fost create fișiere centralizate pentru produsele/suplimente alimentare, materiale promoționale, deșeuri și consumuri energetice, fiecare cu un responsabil desemnat, urmând ca acoperirea acestora și frecvența actualizării să fie extinse treptat. Informațiile care stau la baza calculului amprente de carbon au fost validate pe două niveluri: printr-o verificare realizată de furnizorul extern de servicii și prin confirmarea datelor de activitate de către echipa de sustenabilitate.

Pentru datele din lanțul valoric, compania a transmis producătorilor și furnizorilor relevanți un prim chestionar de evaluare pe teme de mediu, sociale și de guvernare. Exercițiul a confirmat că informațiile disponibile variază semnificativ de la un partener la altul și a fundamentat decizia de a iniția pe viitor un proces structurat de evaluare, pe criterii de sustenabilitate, a furnizorilor care acoperă 80% din valoarea achizițiilor.

Compania recunoaște că mecanismele de colectare și cuantificare a datelor de carbon sunt încă în consolidare, de care depinde acuratețea unor indicatori. Pașii următori: finalizarea automatizării, creșterea ponderii datelor primare de la parteneri și proceduri formale de validare pentru tot procesul de raportare.

1.4 Impacturi, riscuri și oportunități identificate

În cadrul procesului de Dublă Analiză de Materialitate (DMA), desfășurat în perioada august – octombrie 2025, Secom® a identificat impacturile semnificative pe care activitatea companiei le are asupra mediului și societății (materialitatea impactului), precum și riscurile și oportunitățile de sustenabilitate care pot influența performanța și dezvoltarea companiei (materialitatea financiară). Evaluarea a inclus atât operațiunile proprii, cât și dependențele provenite din relațiile de afaceri din lanțul valoric, dar și elemente legate de contextul legislativ, de contextul sustenabilității și de specificul industriei suplimentelor alimentare, respectiv tendințele și riscurile emergente identificate prin analiza rapoartelor sectoriale și prin comparația cu practicile altor companii din domeniu.

Temă/ Subtemă/ Sub-subtemă	Descriere impact material	Tipul impactului (+ sau -, actual sau potențial)	Unde apare (amonte, operațiuni proprii sau aval)	Orizontul de timp
MEDIU				
Schimbările climatice/ Adaptarea la schimbările climatice & Atenuarea schimbărilor climatice	Transportul produselor și materiilor prime pe distanțe mari generează emisii de CO ₂ , având efecte negative asupra mediului.	Negativ Actual	Amonte Aval	Termen scurt
Schimbările climatice/ Energia	Dependența companiei de sursele tradiționale de energie, provenite din combustibili fosili, duce la generarea de emisii de dioxid de carbon (CO ₂) în atmosferă.	Negativ Actual	Amonte Aval Operațiuni proprii	Termen scurt
Poluarea/ Poluarea aerului	Transportul intern și internațional al produselor, utilizarea flotei proprii de vehicule care funcționează pe bază de combustibili fosili contribuie la emisiile de CO ₂ și alți poluanți, ceea ce amplifică schimbările climatice.	Negativ Actual	Amonte Aval Operațiuni proprii	Termen scurt
	Activitățile logistice și de distribuție desfășurate de Secom® contribuie indirect la poluarea aerului prin emisiile generate de transportul produselor și de operațiunile asociate depozitării și manipulării mărfurilor. Transportul internațional și local al produselor, precum și activitățile de distribuție către parteneri și consumatori finali, implică utilizarea mijloacelor de transport care generează emisii atmosferice, inclusiv gaze cu efect de seră și alți poluanți atmosferici.	Negativ Actual	Amonte Aval Operațiuni proprii	Termen scurt

	Aceste impacturi pot contribui la deteriorarea calității aerului, în special în zonele urbane și în proximitatea infrastructurilor logistice utilizate.			
Poluarea/ Poluarea apei	Deșeurile provenite din ambalajele utilizate pentru produse pot ajunge în cursurile de apă sau în mediul înconjurător dacă nu sunt gestionate corect. Materialele de ambalaj, precum plasticul, pot contribui la poluarea apei, afectând biodiversitatea și sănătatea ecosistemelor acvatice.	Negativ Actual	Amonte Aval Operațiuni proprii	Termen scurt
Poluarea/ Poluarea solului	Folosirea și distribuirea ambalajelor de unică folosință pentru produsele distribuite poate duce la acumularea acestora în mediul înconjurător, afectând solul prin degradarea materialelor de ambalaj care nu sunt biodegradabile. Aceasta contribuie la formarea de deșeuri periculoase pentru ecosisteme și soluri.	Negativ Actual	Amonte Aval Operațiuni proprii	Termen scurt
Economie circulară/ leșirile de resurse legate de produse și servicii	Produsele comercializate sunt ambalate în diverse tipuri de materiale, inclusiv plastic, carton și sticlă, iar o parte dintre acestea pot avea un grad limitat de reciclabilitate, în funcție de infrastructura locală de colectare și reciclare. Utilizarea ambalajelor generează deșeuri post-consum care pot contribui la creșterea cantităților de deșeuri. În special, ambalajele din plastic pot avea un impact negativ asupra mediului dacă nu sunt colectate și reciclate corespunzător, contribuind la poluarea solului și a apelor și la consumul de resurse neregenerabile.	Negativ Actual	Operațiuni proprii	Termen scurt
Economie circulară/ Deșeurile	Ambalajele produselor distribuite, în special cele din plastic sau alte materiale nereciclabile, pot ajunge să fie aruncate necorespunzător, ceea ce poate duce la acumularea de deșeuri. Aceste deșeuri nu doar că afectează mediul înconjurător, dar pun și presiune asupra sistemelor locale de gestionare a deșeurilor, care nu pot face față cantităților mari de materiale greu degradabile.	Negativ Actual	Operațiuni proprii	Termen scurt
SOCIAL				
Forța de muncă proprie/ Condițiile de muncă	În lipsa unor mecanisme adecvate de gestionare a timpului de lucru și a volumului de activitate, există riscul ca angajații să fie expuși suprasolicitării profesionale, stresului și oboselii cronice. Aceste aspecte pot avea un impact negativ asupra sănătății fizice și mintale a angajaților, contribuind la apariția fenomenelor de epuizare profesională (burnout), scăderea nivelului de concentrare și diminuarea stării generale de bine. Totodată, un dezechilibru între viața profesională și cea personală poate afecta satisfacția angajaților, relațiile familiale și nivelul de engagement organizațional.	Negativ Actual	Operațiuni proprii	Termen scurt

	Prin accesul la programe de formare profesională, workshopuri, sesiuni de dezvoltare și alte oportunități de învățare, Secom® contribuie la dezvoltarea competențelor și a capacității de adaptare a angajaților. Aceste inițiative susțin dezvoltarea profesională și personală a membrilor echipei, contribuind la creșterea nivelului de satisfacție profesională, a încrederii în propriile abilități și a oportunităților de evoluție în cadrul organizației.	Pozitiv Actual	Operațiuni proprii	Termen scurt
Consumatorii și utilizatorii finali/ Impacturile legate de informare pentru consumatori și/sau utilizatorii finali/ Confidențialitatea	Prin implementarea măsurilor de protecție a datelor cu caracter personal și prin gestionarea responsabilă a informațiilor consumatorilor, Secom® contribuie la protejarea confidențialității și a drepturilor fundamentale ale acestora. Aplicarea mecanismelor de securitate și a proceselor interne privind prelucrarea datelor personale sprijină creșterea nivelului de încredere al consumatorilor în companie și în canalele sale digitale și comerciale.	Pozitiv Actual	Operațiuni proprii Aval	Termen scurt
Consumatorii și utilizatorii finali/ Siguranța personală a consumatorilor și/sau a utilizatorilor finali/ Sănătatea și siguranța	Secom® contribuie la creșterea nivelului de informare și conștientizare privind sănătatea și prevenția în rândul consumatorilor și comunității, prin programe de educație pentru sănătate derulate în colaborare cu specialiști, ONG-uri și autorități locale.	Pozitiv Actual	Operațiuni proprii Aval	Termen scurt
	Prin implementarea unor procese riguroase de control al calității pe întreg lanțul de aprovizionare și producție, Secom® asigură produse conforme cu standarde internaționale, contribuind la protejarea sănătății și siguranței consumatorilor.	Pozitiv Actual	Operațiuni proprii Aval	Termen scurt
Consumatorii și utilizatorii finali/ Siguranța personală a consumatorilor și/sau a utilizatorilor finali/ Protecția copilului	Secom® contribuie la protecția sănătății copiilor prin comercializarea de suplimente alimentare conforme cu standardele de siguranță aplicabile și prin implementarea unor procese riguroase de control al calității. Aceste măsuri reduc riscul de produse neconforme pe piață și susțin utilizarea în siguranță a produselor destinate copiilor, contribuind la protejarea bunăstării acestora.	Pozitiv Actual	Operațiuni proprii Aval	Termen scurt
Consumatorii și utilizatorii finali/Incluziunea socială a consumatorilor și/sau a utilizatorilor finali/ Accesul la produse și servicii	Secom® poate contribui la îmbunătățirea accesului la produse de sănătate prin dezvoltarea și distribuirea unui portofoliu disponibil prin multiple canale de vânzare și parteneri, facilitând accesul consumatorilor din diverse zone geografice și segmente socio-economice la produse destinate susținerii sănătății și bunăstării.	Pozitiv Potențial	Operațiuni proprii Aval	Termen mediu
Consumatorii și utilizatorii finali/Incluziunea socială a consumatorilor și/sau a utilizatorilor finali/	Secom® adoptă practici de comercializare care respectă standardele etice, oferind informații clare și transparente despre produsele sale, evitând inducerea în eroare a consumatorilor. Aceasta sprijină educația consumatorilor și contribuie	Pozitiv Actual	Operațiuni proprii Aval	Termen scurt

Practici de comercializare responsabile	la un comportament de cumpărare responsabil, care se aliniază cu nevoile și așteptările acestora.			
--	---	--	--	--

Temă/ Subtemă/Sub-subtemă	Descriere risc material	Orizontul de timp
MEDIU		
Schimbările climatice/ Atenuarea schimbărilor climatice	Introducerea unor reglementărilor mai stricte legate de emisiile de carbon poate impune companiei să se conformeze cerințelor stricte de reducere a emisiilor, iar nerespectarea acestora poate atrage sancțiuni sau penalități financiare, afectând activitatea operațională.	Termen mediu
Schimbările climatice/ Energia	Reglementările mai stricte legate de emisiile de carbon și eficiența energetică pot duce la creșterea costurilor pentru Secom®, în special în ceea ce privește consumul de energie provenind din surse neregenerabile. Aceste măsuri ar putea necesita investiții suplimentare pentru a respecta noile reglementări. De asemenea, fluctuațiile prețurilor acestor surse pot afecta stabilitatea financiară a companiei.	Termen mediu
Economia circulară/ Intrările de resurse, inclusiv utilizarea resurselor	Utilizarea continuă a resurselor naturale care nu pot fi regenerate rapid poate conduce la epuizarea acestora, limitând astfel accesul la resurse esențiale pentru activitatea Secom®. Acesta este un risc semnificativ în contextul reglementărilor de mediu tot mai stricte.	Termen mediu
	Pe măsură ce resursele naturale esențiale pentru producția și distribuția produselor Secom® devin din ce în ce mai rare (de exemplu, anumite materii prime sau resurse de apă), furnizorii companiei ar putea experimenta creșterea prețurilor acestor resurse. Aceasta ar putea conduce la creșterea costurilor de achiziție pentru Secom®, afectând astfel marjele de profit ale companiei și stabilitatea financiară pe termen lung. În plus, fluctuațiile prețurilor pot duce la instabilitate în lanțul de aprovizionare.	Termen mediu
SOCIAL		
Forța de muncă proprie/ Condițiile de muncă	Dacă Secom® nu respectă reglementările legale privind condițiile de muncă, cum ar fi normele de siguranță și protecția muncitorilor, aceasta riscă sancțiuni din partea autorităților de reglementare, ceea ce poate avea un impact financiar și reputațional semnificativ.	Termen mediu

	Dacă Secom® nu promovează un echilibru adecvat între viața profesională și personală, angajații pot suferi de stres și epuizare (burnout). Acest lucru poate afecta productivitatea și sănătatea mentală a angajaților, crescând riscurile legate de absenteism și scăderea performanței.	Termen mediu
GUVERNANȚĂ		
Conduita profesională/ Protecția avertizorilor	Fără un sistem eficient de protecție a avertizorilor, Secom® riscă să nu depisteze la timp practici nelegale sau neetice, ceea ce poate duce la pierderi financiare semnificative. Aceste practici ar putea atrage sancțiuni legale, amenzi sau procese costisitoare, afectând stabilitatea financiară a companiei și generând pierderi financiare directe.	Termen mediu

Temă/ Subtemă/Sub-subtemă	Descriere oportunitate materială	Orizontul de timp
MEDIU		
Schimbările climatice/ Adaptarea la schimbările climatice	Secom® poate beneficia de pe urma percepției publice pozitive prin adoptarea unor măsuri proactive pentru combaterea schimbărilor climatice și adaptarea la acestea. Aceasta poate îmbunătăți reputația companiei ca lider în domeniul sustenabilității, atrăgând astfel clienți și parteneri de afaceri care sunt interesați de soluții ecologice și responsabile.	Termen mediu
Poluarea/ Substanțele care prezintă motive de îngrijorare & Substanțele care prezintă motive de îngrijorare deosebită	Prin protejarea resurselor alimentare și reducerea poluării organismelor vii, Secom® poate dezvolta o reputație de companie cu practici de mediu responsabile, susținute prin măsuri concrete (energie din surse regenerabile certificate și ambalaje din plastic reciclat), atrăgând clienți preocupați de protecția mediului și sănătatea publică.	Termen mediu
Economia circulară/leșirile de resurse legate de produse și servicii	Secom® poate investi în soluții de reciclare și reutilizare a resurselor utilizate, contribuind astfel la reducerea deșeurilor și la economisirea de resurse. Acesta poate ajuta la reducerea costurilor operaționale și la îmbunătățirea eficienței proceselor.	Termen scurt
	Secom® poate colabora cu parteneri și furnizori care adoptă principii ale economiei circulare, ceea ce poate contribui la îmbunătățirea managementului resurselor și la reducerea cantității de deșeurii. Aceste parteneriate pot sprijini Secom® în îmbunătățirea performanței de sustenabilitate și în dezvoltarea unei rețele de afaceri responsabile față de mediu.	Termen mediu
Economia circulară/ Deșeurile	Secom® poate implementa soluții de reciclare și reutilizare a materialelor folosite în procesele de producție. Aceasta ar contribui la reducerea costurilor de gestionare a deșeurilor și la optimizarea fluxului de resurse.	Termen mediu

SOCIAL		
Forța de muncă proprie/ Condițiile de muncă Forța de muncă proprie/ Condițiile de muncă	Investind în îmbunătățirea condițiilor de muncă și în implementarea unor politici de sănătate și siguranță mai stricte, Secom® poate atrage și păstra angajați talentați și motivați. Oferind condiții de muncă excelente, compania poate deveni un angajator de top, contribuind la reducerea absenteismului și creșterea satisfacției angajaților.	Termen scurt
	Secom® poate investi în formarea continuă a angajaților, oferind cursuri și sesiuni de dezvoltare profesională. Acest lucru nu doar că va spori competențele angajaților, dar va crea și un sentiment de apartenență și loialitate față de companie, sporind performanța și inovarea.	Termen scurt
Consumatorii și utilizatorii finali/ Siguranța personală a consumatorilor și/sau a utilizatorilor finali/ Protecția copilului	Secom® poate consolida încrederea clienților prin asigurarea că suplimentele alimentare pentru copii respectă cele mai înalte standarde de siguranță și calitate. Aceasta ar atrage părinți care caută produse sigure și de încredere, contribuind la creșterea vânzărilor și la consolidarea reputației companiei ca un brand responsabil și atent la nevoile celor mici.	Termen mediu

Descrierea procesului de identificare și de evaluare a impacturilor, a riscurilor și a oportunităților (IRO) semnificative

Prezenta secțiune descrie metodologia utilizată de Secom® Healthcare pentru identificarea și evaluarea impacturilor, riscurilor și oportunităților (IRO) materiale, în cadrul primului exercițiu de raportare realizat conform Standardelor Europene de Raportare a Sustenabilității (ESRS), aferent perioadei 2024–2025.

Evaluarea a fost realizată în cadrul unor sesiuni de lucru organizate cu echipa de sustenabilitate și cu reprezentanți ai funcțiilor relevante din cadrul companiei, responsabili pentru relația cu stakeholderii și ariile analizate.

Sursele de informare folosite pentru determinarea IRO

Sursele de informare utilizate pentru determinarea impacturilor, riscurilor și oportunităților au fost diverse, incluzând atât date interne, cât și externe, integrate într-un proces detaliat de evaluare, completat cu ipoteze și estimări ale echipei interne acolo unde au lipsit datele concrete.

Surse interne

Au fost utilizate informații cu privire la performanța organizației pentru a identifica și evalua impacturile și riscurile semnificative:

- Informații financiare și operaționale relevante, cum ar fi datele legate de performanța financiară, fluctuația personalului și consumul de resurse naturale.
- Rapoarte de sustenabilitate din anii anteriori, care includ monitorizarea indicatorilor de mediu, social și guvernantă, folosiți ca punct de plecare pentru evaluarea actuală.
- Rezultatele consultărilor cu părțile interesate interne, cum ar fi chestionarele adresate angajaților și feedback-ul colectat în cadrul workshopurilor interne organizate pentru acest proces.
- Reclamațiile, sesizările și feedback-ul înregistrate pe parcursul anului prin canalele de comunicare permanent deschise către stakeholderii companiei.
- Indicatorii de performanță și analiza incidentelor operaționale, cum ar fi evenimentele legate de siguranță, respectarea reglementărilor sau performanța proceselor interne.

Surse externe

Sursele externe au fost consultate punctual, în funcție de relevanța lor pentru temele analizate:

- Reglementări și standarde aplicabile, inclusiv cerințele legale naționale și internaționale relevante pentru sectorul suplimentelor alimentare.

- Studii de piață și rapoarte sectoriale, care oferă informații despre tendințele și riscurile emergente din industrie.
- Date demografice și statistici oficiale furnizate de instituții precum Institutul Național de Statistică (INS) și Agenția Națională pentru Protecția Mediului (ANPM).
- Rapoarte internaționale, cum ar fi cele publicate de OECD sau OMS, care au fost utilizate pentru a înțelege riscurile globale asociate sustenabilității.
- Benchmarking cu alte companii din industrie, pe baza rapoartelor publicate de acestea, pentru a identifica bune practici și tendințe relevante.
- Rezultatele chestionarelor de evaluare aplicate furnizorilor.
- Rezultatele studiilor și sondajelor desfășurate continuu cu stakeholderii relevanți, pentru a capta percepțiile și preocupările lor.

Fiind primul proces realizat conform cerințelor ESRS, metodologia aplicată este în continuă dezvoltare. Evaluarea impacturilor și a riscurilor s-a bazat pe cunoștințele și experiența specialiștilor interni, iar pentru perioada următoare compania își propune să extindă bazele de date utilizate, să standardizeze sursele de informare și să rafineze procesul de analiză.

Etapele procesului

a) Cartografierea zonelor din lanțul valoric asociate cu „puncte fierbinți”

În cadrul procesului de cartografiere, s-au identificat furnizorii de suplimente ca fiind elemente cheie de care compania depinde într-o măsură semnificativă. Având în vedere că, în prezent, nu există un proces formal de evaluare a furnizorilor din perspectiva temelor de mediu, social și guvernanță (ESG), primul pas a fost realizarea unei analize a informațiilor disponibile public despre principalele zone de impact asociate furnizorilor de suplimente.

Pe baza temelor identificate, s-a elaborat un chestionar propriu de evaluare, cu întrebări specifice din domeniile de mediu, social și guvernanță, care a fost transmis către toți producătorii companiei. Acesta a reprezentat un prim exercițiu de evaluare a sustenabilității furnizorilor, incluzând întrebări atât legate de impact, cât și de aspecte ESG mai largi, iar compania va continua și va extinde aceste demersuri în perioada următoare.

De asemenea, compania a inclus în procesul de identificare a formelor de impact și o consultare cu clienții/partenerii de afaceri – farmacii, platforme de comerț electronic și clinici medicale, sub forma unui chestionar propriu. Această etapă a vizat colectarea de perspective directe privind formele de impact actuale și potențiale.

b) Cartografierea dependențelor modelului de afaceri

În procesul de analiză a dependențelor modelului de afaceri al Secom® Healthcare au fost identificate următoarele elemente critice care influențează în mod direct operațiunile și sustenabilitatea companiei:

Dependențe de mediu

- **Materii prime:** Secom® Healthcare depinde de furnizori și producători internaționali și locali pentru plante, extracte și ingrediente din surse naturale certificate. Calitatea și siguranța produselor sunt strâns legate de condițiile climatice, biodiversitate și practicile agricole. Schimbările climatice sau pierderea biodiversității pot afecta disponibilitatea și costurile materiilor prime.
- **Energie și logistică:** Operațiunile de depozitare și distribuție implică consum energetic și transporturi pe distanțe lungi, ceea ce generează dependență de stabilitatea pieței energetice și de infrastructura de transport.
- **Schimbări climatice și reglementări de mediu:** Cerințele legislative mai stricte privind amprenta de carbon și gestionarea deșeurilor pot influența costurile operaționale și reputația. De asemenea, tranziția către ambalaje sustenabile poate fi influențată de prețul și disponibilitatea acestor materiale.

Dependențe sociale

- **Forța de muncă calificată:** compania depinde de accesul la angajați calificați, atât în cercetare și dezvoltare, cât și nutriție. O piață a muncii competitivă sau migrarea talentelor poate afecta negativ compania.
- **Furnizori:** dependența de furnizori și ambalaje poate genera vulnerabilități, având în vedere riscurile de sustenabilitate și complexitatea lanțurilor globale de aprovizionare. Este necesară o evaluare continuă a conformității furnizorilor cu criteriile ESG pentru a preveni riscuri reputaționale și financiare.
- **Clienți și piețe internaționale:** compania este influențată de reglementările și de cererea din piețele externe, brandul Good Routine® fiind prezent atât în România, cât și alte șapte țări (Costa Rica, Marea Britanie, Franța, Belgia, Spania, Germania, Austria).

c) Identificarea formelor de impact, a riscurilor și oportunităților

Aceasta a fost realizată prin:

- analiza rezultatelor proceselor interne (rezultatele studiilor, sondajelor sau proceselor ongoing de stakeholder engagement, politicile existente la nivelul companiei și în relația cu entitățile din lanțul valoric, plângerile, sesizările și reclamațiile înregistrate pe canalele puse la dispoziția stakeholderilor, rezultatele auditurilor interne).
- în absența unor mecanisme interne de colectare a informațiilor, prin analiza contextului particular al fiecărei categorii de parteneri (dacă au fost identificate ca „puncte fierbinți” și/sau dependențe), luând în considerare zona geografică în care operează și consemnând problemele specifice ale industriei, așa cum sunt identificate în rapoarte și analize de specialitate ale unor organisme recunoscute.
-

d) Consultarea stakeholderilor afectați

În cadrul acestui proces, consultarea părților interesate afectate a fost realizată focalizat, implicând două categorii principale: angajații și consumatorii. Alegerea acestor grupuri a fost justificată prin accesibilitatea lor și prin relevanța specifică a feedback-ului pentru temele de interes actuale.

Angajații

- Consultarea angajaților s-a concentrat pe temele de sustenabilitate incluse în ESRS S1 – *Own Workforce*, datorită accesului facil la această categorie și a importanței lor pentru implementarea strategiilor de sustenabilitate.
- S-a utilizat un chestionar online adaptat tematic, distribuit prin canalele de comunicare interne deja existente. De asemenea, a fost avut în vedere și un studiu de engagement realizat la nivelul companiei (Human Synergistics OEI report).

Consumatorii

Consultarea consumatorilor a avut două componente:

- Date centralizate pe tema sustenabilității din platforma Voice of Customer
- Un chestionar specific adresat consumatorilor, pentru a colecta perspective relevante legate de impactul companiei asupra acestora.

Evaluarea formelor de impact

Evaluarea formelor de impact a avut loc în cadrul unor întâlniri cu reprezentanți ai echipei sustenabilitate și acolo unde a fost cazul, cu alți experți și specialiști din cadrul companiei, responsabili pentru relația cu stakeholderii afectați și formele de impact identificate. Plecând de la informațiile cunoscute intern, rezultatele consultărilor stakeholderilor afectați și pe baza dovezilor disponibile public, au fost evaluate formele de impact în funcție de criteriile stabilite, astfel:

- pentru formele de impact negative actuale, severitatea (gravitatea, extinderea și caracterul remediabil/iremediabil) și probabilitatea (căreia i-a fost alocat scorul 5 – s-a întâmplat de mai multe ori în ultimul an).
- pentru formele de impact negative potențiale, severitatea și probabilitatea apariției
- pentru formele de impact pozitive actuale, severitatea (gravitatea și extinderea) și probabilitatea (căreia i-a fost alocat scorul 5 – s-a întâmplat de mai multe ori în ultimul an).
- pentru formele de impact pozitive potențiale, severitatea (gravitatea și extinderea), alături de probabilitatea apariției.

Deși standardul nu solicită evaluarea probabilității pentru impacturile actuale, în cadrul metodologiei aplicate a fost considerată necesară includerea acesteia, pentru a asigura coerența cu procesul general de evaluare și pentru a facilita compararea impacturilor actuale cu cele potențiale.

Astfel, pentru impacturile actuale a fost alocat un punctaj de 5 pentru probabilitate, ceea ce, conform scalei utilizate, reflectă un impact care a avut loc în ultimul an. Această abordare a permis aplicarea unei metodologii unitare, care asigură consistență și comparabilitate între impacturile actuale și cele potențiale.

Scările detaliate utilizate pentru evaluarea impacturilor, a riscurilor și a oportunităților, matricele de determinare a scorurilor și pragurile de materialitate aplicate sunt prezentate în Anexa 1.

2. Mediu

Secom® Healthcare este importator și distribuitor de suplimente și alte produse premium pentru sănătate și wellbeing, precum și dezvoltator de suplimente alimentare și alimente funcționale sub brandul propriu Good Routine®, realizate în parteneriat cu producători europeni certificați. Compania nu deține capacități proprii de producție, iar activitatea sa se desfășoară în spații închiriate: sediul administrativ și rețeaua de magazine.

Această structură a modelului de afaceri determină natura impactului asupra mediului. Impactul direct, generat de consumul de energie din sedii și magazine și de flota auto proprie, este limitat ca amploare. Impactul indirect, asociat lanțului valoric, este însă semnificativ: provine din producția externalizată a produselor comercializate, din transportul internațional al mărfurilor și din ambalajele introduse pe piață. Compania este conștientă de această realitate și consideră că principala pârghie de reducere a impactului o reprezintă colaborarea cu partenerii din lanțul de aprovizionare, alături de măsurile aplicabile în operațiunile proprii.

În anul financiar 2025, Secom® a realizat pentru prima dată o analiză completă a amprentei sale de carbon, acoperind emisiile directe, cele asociate energiei achiziționate și, pentru prima oară, întregul lanț valoric. Exercițiul a fost realizat voluntar, înaintea oricărei obligații legale de raportare, cu sprijinul unui consultantului specializat și reflectă ipoteza de lucru a companiei: peste 95% din emisiile de gaze cu efect de seră provin din lanțul valoric, iar bunurile și serviciile achiziționate, împreună cu transportul în amonte, concentrează peste 90% din totalul amprentei de carbon.

Temele de mediu materiale

În urma dublei analize de materialitate desfășurate în perioada august–octombrie 2025, Secom® a identificat trei teme de mediu ca fiind semnificative pentru activitatea sa: schimbările climatice, poluarea, utilizarea resurselor și economia circulară.

Analiza a acoperit toate temele de mediu prevăzute de standardele europene de raportare. Tema apei și a resurselor marine, precum și tema biodiversității și a ecosistemelor nu au fost identificate ca semnificative: compania nu desfășoară procese care implică prelevări sau deversări semnificative de apă, iar operațiunile proprii nu sunt localizate în zone sensibile din punctul de vedere al biodiversității. Secom® recunoaște însă o legătură indirectă cu ambele teme, prin dependența lanțului de aprovizionare de materii prime naturale – plante, extracte și ingrediente de origine vegetală – a căror disponibilitate depinde de starea ecosistemelor.

Guvernanța temelor de mediu

Responsabilitatea pentru performanța de mediu este distribuită între funcțiunile operaționale relevante, sub coordonarea echipei de sustenabilitate și supravegherea Comitetului de Sustenabilitate, constituit în 2023. Comitetul este coordonat de CEO și are o

componentă multidisciplinară, ceea ce permite integrarea considerentelor de mediu în deciziile operaționale ale companiei. În perioada 2024–2025, Comitetul de Sustenabilitate s-a întrunit de două ori pe an, în principal pentru monitorizarea stadiului obiectivelor de sustenabilitate și pentru consolidarea responsabilizării echipelor implicate în implementarea acestora.

Obiectivele strategice de sustenabilitate, inclusiv cele de mediu, au fost integrate formal în procesul de evaluare anuală a performanței responsabililor sau în prioritățile departamentului responsabil de implementarea lor. Obiectivul privind realizarea inventarului de emisii a fost inclus în evaluarea anuală a Corporate Communications & Sustainability Manager, cel privind achiziția de energie regenerabilă în evaluarea Facilities & Car Fleet Manager, iar cel privind monitorizarea partenerului de colectare a deșeurilor de ambalaje în evaluarea Logistics Manager. Acest mecanism asigură transferul responsabilității de mediu către nivelul operațional de decizie.

2.1 Schimbările climatice

2.1.1 Impacturi, riscuri și oportunități

Activitatea Secom® generează un impact negativ actual asupra climei, manifestat cu precădere în afara operațiunilor proprii. Modelul de afaceri al companiei, import și distribuție de produse din portofoliul unor producători internaționali consacrați, presupune transportul mărfurilor pe distanțe mari, atât către depozitele din România, cât și către clienții și consumatorii finali. Emisiile de gaze cu efect de seră asociate acestor fluxuri logistice reprezintă principala formă de impact climatic identificată, fiind localizată deopotrivă în amonte și în aval de operațiunile companiei.

Un al doilea impact negativ actual decurge din dependența de surse tradiționale de energie, provenite din combustibili fosili. Această dependență se manifestă în operațiunile proprii, prin consumul de carburanți al flotei auto utilizate de echipele de vânzări și de distribuție și prin energia necesară funcționării sediului administrativ și a rețelei de magazine, dar și în lanțul valoric, prin energia consumată în procesele de fabricație ale producătorilor parteneri.

Calculul amprente de carbon realizat pentru anul 2025 a confirmat ierarhia acestor impacturi și a permis dimensionarea lor exactă. Emisiile provenite din bunurile și serviciile achiziționate reprezintă aproximativ 67% din amprenta totală, iar cele generate de transportul în amonte peste 20%, ceea ce plasează lanțul de aprovizionare în centrul oricărei strategii de reducere. Combustia mobilă, respectiv consumul de carburant al flotei proprii, generează aproximativ 5% din amprentă și constituie principala sursă de emisii directe aflată sub controlul companiei.

Din perspectiva riscurilor, Secom® a identificat ca semnificative două riscuri de tranziție, ambele de natură reglementară. Introducerea unor cerințe mai stricte privind emisiile de carbon poate genera costuri suplimentare de conformare și poate accelera necesitatea

modernizării flotei auto, iar reglementările privind eficiența energetică pot impune investiții în adaptarea spațiilor și a echipamentelor.

Riscurile fizice legate de climă nu au fost evaluate ca semnificative pentru operațiunile proprii. Compania nu deține capacități de producție, iar activitatea se desfășoară în spații urbane închiriate, care nu prezintă o expunere directă la fenomene meteorologice extreme. Secom® recunoaște însă o expunere indirectă, localizată în amonte: condițiile climatice și presiunea asupra ecosistemelor pot afecta disponibilitatea, calitatea și prețul materiilor prime naturale utilizate de producătorii parteneri. Această dependență a fost identificată explicit în cartografierea modelului de afaceri și este monitorizată la fiecare ciclu de raportare.

În paralel cu riscurile, analiza a identificat și o oportunitate semnificativă. Adoptarea unor măsuri proactive de reducere a amprente de carbon poate consolida percepția publică asupra companiei, într-o piață în care consumatorii și partenerii comerciali acordă o atenție tot mai mare responsabilității de mediu.

Identificarea pericolelor climatice fizice și analiza de scenarii climatice nu au fost incluse în acest prim exercițiu de raportare. Compania își propune dezvoltarea acestora în ciclurile viitoare de raportare, împreună cu extinderea colectării de date primare de la furnizori.

Reziliența strategiei și a modelului de afaceri

Secom® nu a efectuat până în prezent o analiză formală de reziliență climatică fundamentată pe scenarii cantitative. Evaluarea s-a realizat calitativ, în cadrul analizei de materialitate, prin cartografierea dependențelor modelului de afaceri față de mediu și față de cadrul de reglementare climatică.

Concluziile acestei evaluări indică o capacitate de adaptare rezonabilă. Structura de costuri a companiei nu este dominată de active fixe cu durată lungă de viață, expuse riscurilor fizice; modelul de afaceri permite diversificarea furnizorilor, a rutelor și a modalităților de transport; iar portofoliul de produse poate fi ajustat în funcție de disponibilitatea materiilor prime.

Integrarea aspectelor climatice în sistemele de stimulente

Remunerarea membrilor organelor de administrație și conducere nu include, la momentul actual, componente variabile corelate direct cu indicatori de performanță climatică.

Compania a implementat însă un mecanism de responsabilizare, prin integrarea obiectivelor de sustenabilitate în evaluarea anuală a performanței responsabililor, descrisă în secțiunea privind guvernanta temelor de mediu. Corelarea directă între performanța climatică și remunerație urmează să fie evaluată odată cu adoptarea planului de tranziție și a ȳintelor formale de reducere.

2.1.2 Politici și angajamente

La momentul actual, Secom® nu dispune de o politică formală, documentată, dedicată atenuării schimbărilor climatice sau adaptării la acestea: spațiile în care compania își desfășoară activitatea sunt închiriate, ceea ce limitează controlul direct asupra deciziilor privind infrastructura energetică, iar compania nu a intrat până în prezent sub incidența obligațiilor legale de raportare a sustenabilității.

Dezvoltarea unei politici de mediu integrate, aplicabile la nivelul tuturor diviziilor, a fost asumată ca obiectiv în raportul de sustenabilitate anterior, cu termen 2026. În urma evaluării interne, compania a decis reprogramarea acestui obiectiv pentru anul 2027, pentru a-l corela cu dezvoltarea competențelor interne necesare în domeniul protecției mediului. Secom® consideră că o politică adoptată formal, dar lipsită de resurse și de responsabilități clar alocate, ar avea un caracter declarativ, și preferă construirea prealabilă a capacității de implementare.

În absența unei politici formalizate, activitatea companiei este ghidată de un set de principii și practici aplicate consecvent:

- achiziția de energie electrică din surse regenerabile pentru sediul central și pentru o parte semnificativă a rețelei de magazine;
- aplicarea criteriilor de eficiență energetică la înlocuirea echipamentelor din sedii și magazine;
- planificarea reînnoirii flotei auto cu modele cu emisii reduse, în funcție de ciclul de viață al vehiculelor;
- monitorizarea bienală a amprente de carbon, cu acoperirea întregului lanț valoric.

Planul de tranziție pentru atenuarea schimbărilor climatice

La data raportării, Secom® nu dispune de un plan formal de tranziție climatică aprobat de organele de administrație și conducere. Reducerea impactului climatic este gestionată printr-un set de obiective operaționale asumate, cu responsabili desemnați la nivel de funcție și cu monitorizarea anuală a progresului, abordare pe care compania o consideră adecvată dimensiunii și naturii activității sale.

Inventarul a permis identificarea principalelor surse de emisii și stabilirea anului 2025 ca an de referință, reprezentând totodată baza pentru definirea și implementarea, în timp, a măsurilor necesare pentru atingerea obiectivului mai amplu, de reducere cu 1,5% a emisiilor.

Pe această bază, compania a definit ținta de reducere prezentată în secțiunea 2.1.4, pârghiile de decarbonizare care o susțin și obiectivele operaționale aferente, fiecare cu responsabil desemnat. Progresul este urmărit prin actualizarea anuală a inventarului de emisii, iar obiectivele sunt revizuite și recalibrate la fiecare ciclu de raportare, în funcție de rezultatele obținute și de evoluția contextului operațional și de reglementare.

Emisii de gaze cu efect de seră blocate

Modelul de afaceri al companiei limitează expunerea la emisii blocate în active cu durată lungă de viață. Principalele elemente cu potențial de blocare sunt flota auto proprie, a cărei durată de utilizare de patru până la șase ani permite reînnoirea progresivă cu modele mai eficiente, și contractele de închiriere pentru sediu și magazine. Compania gestionează acest risc prin planificarea ciclurilor de reînnoire a flotei și prin aplicarea criteriilor de eficiență energetică la echipamentele achiziționate.

2.1.3 Acțiuni și resurse alocate

Măsurile întreprinse de Secom® pentru reducerea impactului climatic vizează deopotrivă operațiunile proprii, unde compania are control direct, și lanțul valoric, unde influența se exercită prin dialog și prin criteriile aplicate în relația cu partenerii.

Acțiuni realizate

- **Decarbonizarea consumului de energie electrică.** Compania a contractat energie din surse regenerabile pentru sediul central și pentru 11 din cele 22 de locații, acoperind aproximativ 78% din consumul cantitativ de energie electrică. Obiectivul inițial asumat, de 50% dintre sedii și locațiile magazinelor, a fost astfel depășit.
- **Eficiențizarea flotei auto.** Până la nivelul anului 2023, au fost înlocuite 55 din cele 85 de autovehicule ale flotei cu modele mild-hybrid. Combustia mobilă rămâne principala sursă de emisii directe, generând 99,4% din emisiile de Scope 1.
- **Eficiența energetică în sedii și magazine.** Electrocasnicele sunt înlocuite progresiv cu modele de clasă energetică minimum C, în funcție de ciclul de viață al echipamentelor existente. Totodată laptopurilor de lucru ale colegilor sunt înlocuite la finalul ciclului de viață cu altele mai performante din perspectiva consumului.
- **Măsurarea completă a amprentei de carbon.** Inventarul realizat pentru anul 2025 acoperă emisiile directe, cele asociate energiei achiziționate și toate categoriile relevante din lanțul valoric. Obiectivul inițial viza doar primele două categorii; acoperirea a fost extinsă voluntar, pentru a permite o înțelegere completă a impactului climatic al companiei – astfel obiectivul a fost depășit
- **Automatizarea colectării datelor/indicatorilor de sustenabilitate.** Au fost implementate fișiere centralizate pentru produsele suplimentare alimentare, materiale promoționale, deșeuri și consumuri energetice, fiecare cu responsabil desemnat și proces de actualizare periodică. Această infrastructură susține direct calitatea inventarelor viitoare de emisii.

Acțiuni planificate

Rezultatele inventarului de emisii au permis identificarea zonelor cu potențialul cel mai ridicat de reducere, care orientează direcțiile de analiză ale companiei pentru perioada următoare. Pentru fiecare dintre acestea, Secom® evaluează măsurile fezabile din punct de vedere operațional și financiar, urmând ca implementarea să se realizeze gradual, în funcție de rezultatele analizei și de contextul specific fiecărei arii.

- **Colaborarea cu furnizorii și producătorii parteneri.** Cea mai mare parte a emisiilor companiei provine din bunurile și serviciile achiziționate. Secom® analizează modalități de a dezvolta dialogul cu partenerii din amonte pe teme de sustenabilitate, inclusiv prin colectarea de informații privind amprenta de carbon, ceea ce ar permite deopotrivă o mai bună înțelegere a impactului și identificarea unor direcții comune de reducere.
- **Optimizarea transportului din amonte.** Transportul mărfurilor reprezintă a doua sursă de emisii ca amploare, cu o pondere semnificativă a transportului aerian. Compania evaluează posibilitatea de a utiliza, acolo unde este fezabil operațional, modalități de transport cu impact redus, precum și de a optimiza planificarea comenzilor de import.
- **Efficientizarea flotei auto.** Flota reprezintă principala sursă de emisii directe. Compania urmărește continuarea procesului de înnoire început în anii anteriori, prin orientarea către modele cu emisii reduse, în funcție de ciclul natural de reînnoire și de opțiunile disponibile pe piață.
- **Optimizarea rutelor și conducerea eficientă.** Sunt analizate soluții de optimizare a rutelor pentru flota de aprovizionare și pentru echipele de vânzări, precum și oportunitatea unui program de instruire pentru conducere eficientă.
- **Criterii de eficiență la achiziția echipamentelor.** Compania are în vedere aplicarea unor criterii de eficiență energetică la achiziția dotărilor noi, precum și extinderea duratei de utilizare a echipamentelor existente prin mentenanță preventivă.
- **Reducerea impactului deplasărilor.** Sunt evaluate soluții de reducere a emisiilor generate de naveta angajaților și de călătoriile de afaceri, adaptate specificului activității.

Implementarea măsurilor care vizează lanțul valoric depinde în mare măsură de disponibilitatea și de cooperarea partenerilor externi. Compania abordează aceste direcții în mod gradual, prin dialog cu furnizorii-cheie, urmând ca măsurile care se dovedesc fezabile și cu impact real în reducerea emisiilor să fie incluse în obiectivele operaționale ale perioadelor următoare.

2.1.4 Ținte și obiective

Perioada 2024-2025 a marcat o etapă de consolidare a demersului de mediu al companiei, în care direcțiile stabilite anterior au fost duse mai departe, iar în unele cazuri depășite.

Cel mai important pas l-a constituit măsurarea amprentei de carbon. Ceea ce fusese proiectat inițial ca un exercițiu limitat la emisiile directe și la cele asociate energiei achiziționate s-a transformat, pe parcurs, într-un inventar complet, extins voluntar la întregul lanț valoric. Pentru anul 2025, inventarul indică emisii totale de 5.991,49 tone CO₂ echivalent, oferind companiei, pentru prima dată, o imagine completă a impactului său climatic și baza necesară pentru orice decizie de reducere.

În paralel, tranziția către energie regenerabilă a avansat mai rapid decât se anticipase. Contractarea energiei verzi, avută în vedere inițial pentru jumătate dintre locații, acoperă în prezent sediul central și 11 din cele 22 de puncte de lucru, ceea ce reprezintă aproximativ 78% din consumul cantitativ de energie electrică.

Alte două direcții rămân în desfășurare. Înlocuirea electrocasnicelor cu modele din clase energetice superioare avansează corelat cu ciclul de viață al echipamentelor, iar compania a decis extinderea ariei de aplicare și asupra echipamentelor electronice. În ceea ce privește flota auto, confirmarea combustiei mobile drept principala sursă de emisii directe a determinat reevaluarea ritmului de înnoire, compania analizând posibilitatea de a accelera tranziția către modele cu emisii reduse.

Ținta de reducere a emisiilor de gaze cu efect de seră

Pornind de la inventarul complet al emisiilor aferent anului 2025, stabilit ca an de referință, Secom® își asumă o țintă de reducere pentru perimetrul aflat sub controlul său direct, respectiv emisiile directe și cele asociate energiei achiziționate.

Indicator	An de referință 2025	Țintă 2035
Emisii Scope 1 și Scope 2 market-based (tone CO ₂ e)	296,15	237,00
Reducere față de anul de referință	-	-20%

Atingerea țăintelor stabilite pentru reducerea emisiilor din Scope 1 se sprijină pe patru pârghii de decarbonizare, ale căror contribuții se cumulează:

- electrificarea progresivă a flotei, prin înlocuirea a 10% din flota auto cu vehicule hibride în 2026 și ulterior, înlocuirea a 10% din flotă cu vehicule 100% electrice până în 2031. Implementarea acestei măsuri va fi reevaluată în 2030, în funcție de evoluția condițiilor economice, a modelului de business și a soluțiilor disponibile la acel moment;
- extinderea acoperirii cu energie electrică regenerabilă de la aproximativ 80% la 100% din consumul cantitativ, ceea ce ar elimina emisiile reziduale asociate energiei achiziționate;

- optimizarea rutelor reprezentanților de vânzări, prin utilizarea instrumentelor bazate pe inteligență artificială pentru analiza universului de clienți și a geolocalizării acestora, în vederea recomandării unor trasee mai eficiente și a reducerii consumului de combustibil;
- îmbunătățirea eficienței energetice a echipamentelor din sedii și magazine.

Ținta asumată acoperă aproximativ jumătate din traiectoria de referință aliniată științific, prezentată în tabel ca reper de comparație. Diferența urmează să fie acoperită prin deciziile privind componența flotei care vor fi luate începând cu 2030, precum și prin măsuri suplimentare aflate în analiză. Compania a optat pentru asumarea unei ținte prudente, susținute integral de măsuri aprobate intern, urmând ca aceasta să fie revizuită pe măsură ce noile decizii sunt adoptate.

Emisiile din lanțul valoric

Compania nu își asumă, în acest stadiu, ținte cantitative de reducere pentru emisiile din lanțul valoric, deși acestea reprezintă 95,1% din amprenta totală. Emisiile din categoriile dominante au fost calculate predominant prin metoda bazată pe cheltuieli, care nu permite încă o monitorizare fiabilă de la un an la altul, iar reducerea lor depinde majoritar de deciziile producătorilor și ale furnizorilor externi.

Prioritatea companiei pentru perioada următoare este creșterea calității datelor privind lanțul valoric, prin colectarea amprentelor de carbon direct de la furnizorii principali, ca precondiție pentru stabilirea unor ținte credibile și verificabile.

Obiective asumate pentru 2026 și 2027

Pe baza rezultatelor inventarului de emisii, compania și-a stabilit următoarele obiective pentru perioada următoare, în ordinea priorității:

- **Actualizarea bienală a inventarului de emisii**, cu menținerea acoperirii pentru întregul lanț valoric, începând cu anul 2027.
- **Elaborarea și adoptarea unei politici de mediu** aplicabile la nivelul tuturor diviziilor, în 2027.
- **Formalizarea responsabilităților privind protecția mediului** prin integrarea lor în politica de mediu a companiei și în fișele de post ale pozițiilor-cheie relevante, până în 2027.
- Înlocuirea a 10% din flotă cu **mașini 100% hibrid** – 2026
- **Electrificarea progresivă a flotei**, cu atingerea unui prag de 10% autovehicule electrice până în 2031.
- **Solicitarea datelor de tip amprenta de carbon de la producătorii și furnizorii principali**, începând cu 2027.

Compania are în analiză un set suplimentar de măsuri, ale căror termene de implementare și responsabili urmează să fie stabiliți: organizarea unui program de instruire pentru

conducere eficientă și utilizarea transportului maritim în locul celui aerian, în măsura în care este posibil și sustenabil și economic.

2.1.5 Consumul de energie și mixul energetic

Consumul de energie al companiei provine din operațiunile proprii: carburanții utilizați de flota auto, gazul natural folosit pentru încălzirea spațiilor, precum și energia electrică și termică necesare funcționării sediului administrativ și a rețelei de magazine. Secom® nu deține capacități proprii de producție a energiei și nu consumă energie provenită din surse nucleare (alta decât proporția de energie din mixul energetic).

Sursa de energie	2023 MWh	2024 MWh	2025 MWh
Combustibili fosili, benzină	682,43	751,85	860,74
Combustibili fosili, motorină	404,67	359,78	367,60
Combustibili fosili, gaz natural	433,13	429,30	113,30
Energie termică achiziționată	31,32	33,40	74,85
Energie electrică achiziționată	191,09	245,60	305,19
<i>din care din surse regenerabile</i>	<i>160,00</i>	<i>175,40</i>	<i>237,90</i>
Consum total de energie	1.742,64	1.819,93	1.721,68
Pondere surse fosile în consumul total	90,8%	90,4%	86,2%
Pondere surse regenerabile în consumul total	9,2%	9,6%	13,8%
Consum de energie din surse nucleare	0	0	0
Producție proprie de energie	0	0	0

Consumul total de energie electrică din surse regenerabile (achiziție directă sau contracte cu proprietarii spațiilor unde sunt localizate magazinele Secom) a reprezentat 78% din totalul consumului de energie electrică.

Intensitatea energetică

Intensitatea energetică exprimă totalul energiei consumate pentru desfășurarea activității, raportat la venitul net al companiei.

Indicator	2023	2024	2025
Intensitate energetică (kWh / mii lei venit net)	9,741	8,965	7,876

Intensitatea energetică a scăzut cu 8,0% în 2024 față de 2023 și cu 12,2% în 2025 față de 2024, ceea ce înseamnă o reducere cumulată de 19,1% față de anul 2023.

2.1.6 Emisiile de gaze cu efect de seră

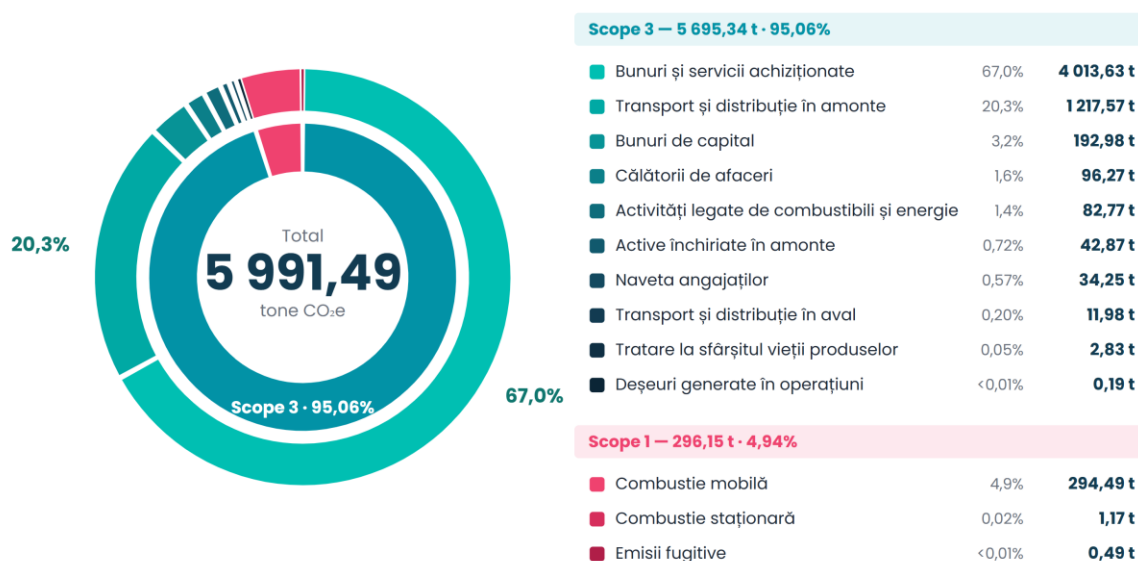
Anul financiar 2025 este primul pentru care Secom® dispune de o imagine completă a emisiilor de gaze cu efect de seră generate de activitatea sa. Inventarul acoperă emisiile directe, pe cele asociate energiei achiziționate și, pentru prima oară, întregul lanț valoric, de la producția bunurilor achiziționate de companie până la tratarea ambalajelor la finalul ciclului de viață al produselor.

Cuantificarea a fost realizată cu sprijinul unui consultant extern specializat, în conformitate cu Protocolul privind gazele cu efect de seră, prin aplicarea abordării controlului operațional, și cu standardul ISO 14064-1. Factorii de emisie provin din bazele de date internaționale CEDA și DEFRA, ediția 2025.

Categorie de emisii	2025 t CO ₂ e	% din total 2025
Emisii directe (Scope 1)	296,15	4,94%
Combustie staționară	1,17	sub 0,1%
Combustie mobilă	294,49	4,92%
Emisii fugitive	0,49	sub 0,1%
Energie achiziționată (Scope 2), market-based	0,00	0,00%
Energie achiziționată (Scope 2), location-based	9,22	—
Emisii din lanțul valoric (Scope 3)	5.695,34	95,06%
Bunuri și servicii achiziționate	4.013,63	66,99%
Bunuri de capital	192,98	3,22%
Activități legate de combustibili și energie	82,77	1,38%
Transport și distribuție în amonte	1.217,57	20,32%
Deșeuri generate în operațiuni	0,19	sub 0,1%
Călătorii de afaceri	96,27	1,61%
Naveta angajaților	34,25	0,57%
Active închiriate în amonte	42,87	0,72%
Transport și distribuție în aval	11,98	0,20%
Tratare la sfârșitul vieții produselor vândute	2,83	sub 0,1%
Total (market-based)	5.991,49	100%
Total (location-based)	6.000,71	—

Perimetrul energetic prezentat în secțiunea privind consumul de energie include atât energia electrică achiziționată direct de companie, cât și energia refacturată de proprietarii spațiilor în care funcționează o parte dintre magazine. În inventarul de emisii, cele două

categorii se regăsesc în locuri diferite: energia contractată direct este cuantificată în cadrul emisiilor asociate energiei achiziționate (Scope 2), unde valoarea market-based este zero, întrucât întreaga cantitate provine din surse regenerabile certificate, în timp ce energia refacturată, pentru care contractul de furnizare nu este încheiat de companie, este cuantificată în cadrul emisiilor din lanțul valoric (Scope 3), la categoria activelor închiriate în amonte. Ponderea de 78% energie verde raportată la nivelul consumului total reflectă faptul că, la o parte dintre spațiile închiriate, contractele proprietarilor nu asigură integral energie din surse regenerabile.



Intensitatea emisiilor

Indicator	2025
Intensitatea emisiilor market-based (kg CO ₂ e / mii lei venit net)*	27,41
Emisii per angajat (t CO ₂ e / angajat)	28,40
Număr mediu de angajați	211

*sau 138,2 kg per 1.000 euro

Categoriile excluse din inventar

Inventarul nu include categoriile care nu sunt relevante pentru modelul de afaceri al companiei. Secom® nu utilizează abur industrial, astfel încât căldura achiziționată sub această formă nu face obiectul cuantificării. Produsele comercializate nu sunt supuse unei prelucrări ulterioare și nu consumă energie în faza de utilizare, ceea ce exclude ambele categorii asociate etapelor din aval ale ciclului lor de viață. Compania nu închiriază active

către terți și nu operează francize, iar în privința investițiilor, în perioada de raportare nu au fost realizate operațiuni de capital de natură să genereze emisii în această categorie.

Metodologie, ipoteze și calitatea datelor

Pentru emisiile directe și cele asociate energiei achiziționate au fost utilizate date primare de activitate, provenite din facturile de combustibil, energie electrică și utilități. Pentru categoriile din lanțul valoric cu pondere majoritară – bunuri și servicii achiziționate, bunuri de capital, călătorii de afaceri – a fost aplicată metoda bazată pe cheltuieli, pornind de la valorile monetare înregistrate în jurnalul intern de achiziții.

Această abordare este adecvată unui prim inventar, dar implică un grad de aproximare mai ridicat decât metodele fundamentate pe date primare de la furnizori. Compania și-a stabilit ca prioritate creșterea progresivă a ponderii datelor primare, prin solicitarea de date de tip amprente de carbon calculate direct de la producătorii și furnizorii principali. Validarea calculelor s-a realizat pe două niveluri: o verificare încrucișată la nivelul consultantului, prin aplicarea principiului celor patru ochi, și confirmarea datelor de activitate de către echipa de sustenabilitate a companiei.

Comparabilitatea cu raportările anterioare

Cifrele aferente anului 2025 nu sunt direct comparabile cu cele publicate pentru perioada 2022–2023. Raportarea anterioară acoperea exclusiv emisiile directe și pe cele asociate energiei achiziționate, cu factori de conversie naționali și calcule realizate intern, fără includerea emisiilor fugitive. Inventarul din 2025 extinde acoperirea la întregul lanț valoric, utilizează baze de date internaționale și a fost realizat de un consultant extern specializat. Diferențele dintre valorile raportate reflectă atât evoluția activității, cât și rafinarea metodologică și extinderea perimetrului. Din acest motiv, anul 2025 a fost stabilit ca nou an de referință pentru monitorizarea viitoare a emisiilor.

Absorbții de gaze cu efect de seră și credite de carbon

Compania nu desfășoară și nu finanțează proiecte de absorbție sau stocare a gazelor cu efect de seră, nici în cadrul operațiunilor proprii, nici în lanțul valoric. Secom® nu a achiziționat și nu utilizează credite de carbon și nu și-a asumat public obiective privind atingerea neutralității climatice. Abordarea companiei se concentrează pe reducerea efectivă a emisiilor, nu pe compensarea acestora, în conformitate cu ierarhia de atenuare promovată de standardele europene de raportare.

Stabilirea prețului intern al carbonului

Compania nu aplică un sistem intern de stabilire a prețului carbonului și nu are planificată introducerea unui în viitorul apropiat, având în vedere dimensiunea organizației și stadiul actual al strategiei climatice. Această opțiune urmează să fie reevaluată în contextul următoarelor cicluri de raportare.

2.2 Poluarea

2.2.1 Impacturi, riscuri și oportunități

Impacturile Secom® asupra calității aerului, apei și solului decurg din aceleași două componente ale modelului de afaceri care determină și amprenta climatică: fluxurile logistice și ambalajele produselor comercializate.

Transportul intern și internațional al mărfurilor, precum și utilizarea flotei auto proprii de către echipele de vânzări și de distribuție, generează emisii de poluanți atmosferici. Acest impact negativ actual se manifestă pe întreg parcursul lanțului valoric, în amonte, prin transportul mărfurilor de la producători, în operațiunile proprii, prin activitatea flotei, și în aval, prin livrările către clienți și consumatori. Activitățile logistice și de distribuție desfășurate de partenerii companiei contribuie, la rândul lor, în mod indirect, la aceeași formă de impact.

O a doua formă de impact negativ actual este asociată ambalajelor. Deșeurile provenite din ambalajele produselor pot ajunge, la finalul ciclului de viață, în cursurile de apă sau pot afecta calitatea solului, în special în cazul ambalajelor de unică folosință. Acest impact se produce preponderent în aval, după momentul consumului, ceea ce îl plasează în afara controlului direct al companiei, dar în interiorul responsabilității sale, în calitate de operator care introduce ambalajele pe piață.

Analiza de materialitate a identificat, în legătură cu această temă, și o oportunitate. Prin contribuția la reducerea poluării și la protejarea resurselor naturale, Secom® își poate consolida poziția într-o piață în care preocuparea pentru calitatea mediului a început să influențeze deciziile de achiziție, mai ales ale tinerilor.

Compania nu a identificat riscuri semnificative asociate în mod distinct temei poluării. Riscurile de natură reglementară care ar putea afecta activitatea sunt cele descrise în secțiunea privind schimbările climatice, întrucât vizează aceleași surse: transportul și consumul de energie.

2.2.2 Politici și angajamente

La momentul actual, Secom® nu dispune de o politică formală dedicată prevenirii și controlului poluării. Gestionarea impactului asociat ambalajelor se realizează prin conformarea cu obligațiile legale privind răspunderea extinsă a producătorului: compania are încheiat un contract cu o organizație specializată în implementarea acestor obligații, care preia responsabilitățile de colectare, recuperare și reciclare a ambalajelor introduse pe piața națională. Lunar, Secom® transmite către Fondul pentru Mediu declarațiile referitoare la ambalajele distribuite.

Substanțe care prezintă motive de îngrijorare

Compania nu utilizează și nu emite în mod direct substanțe care prezintă motive de îngrijorare. Produsele comercializate sunt suplimente alimentare, alimente funcționale, produse de îngrijire personală și cosmetice naturale, reglementate de legislația specifică

privind siguranța alimentară și a produselor cosmetice, iar procesele desfășurate de companie nu implică emisii industriale de poluanți în aer, apă sau sol. Conformitatea produselor cu cerințele de reglementare este asigurată prin sistemul de selecție și control al producătorilor parteneri, descris în capitolul dedicat consumatorilor și utilizatorilor finali.

2.2.3 Acțiuni și ținte

Măsurile prin care Secom® reduce contribuția la poluare se suprapun, în bună măsură, cu acțiunile de reducere a emisiilor de gaze cu efect de seră și cu cele privind ambalajele, prezentate în secțiunile 2.1.3 și 2.3.3. Cele mai relevante dintre acestea sunt:

- hibridizarea flotei auto și electrificarea progresivă planificată, cu efect direct asupra emisiilor de poluanți atmosferici din trafic;
- optimizarea rutelor și programul de conducere eficientă, care reduc deopotrivă consumul de carburant și emisiile asociate;
- reducerea treptată a ponderii transportului aerian în favoarea celui maritim pentru importuri, acolo unde este fezabil din punct de vedere operațional;
- înlocuirea foliei de plastic utilizate pentru protecția produselor fragile și a cutiilor cu bandă adezivă cu ambalaje din carton certificat FSC, cu sistem de închidere fără scotch, pentru comenzile online;
- monitorizarea partenerului responsabil de colectarea și valorificarea deșeurilor de ambalaje, cu verificarea publică a trasabilității.

Compania nu a stabilit ținte cantitative distincte pentru prevenirea și controlul poluării. Impacturile identificate la această temă sunt gestionate prin țintele și obiectivele stabilite la temele schimbărilor climatice și economiei circulare, care acoperă sursele lor principale: emisiile din transport și ambalajele introduse pe piață.

Indicatori

Indicatorii cantitativi relevanți pentru această temă sunt prezentați în secțiunile corespunzătoare, pentru a evita repetarea informației: emisiile asociate transportului și flotei sunt cuprinse în secțiunea 2.1.6, iar cantitățile de materiale de ambalare și deșeurile generate în secțiunile 2.3.4 și 2.3.5. Compania nu raportează emisii de poluanți în aer, apă și sol în sensul strict al standardului european, întrucât nu operează instalații industriale supuse unor astfel de obligații de monitorizare.

2.3 Utilizarea resurselor și economia circulară

2.3.1 Impacturi, riscuri și oportunități

Ca importator și distribuitor, Secom® introduce pe piață produse ambalaje într-o varietate de materiale: sticlă, plastic, carton, aluminiu și lemn. Utilizarea acestor materiale constituie un impact negativ actual asupra consumului de resurse naturale, localizat în operațiunile proprii, întrucât compania este cea care decide ce produse listează și, în cazul brandului propriu, cum sunt acestea ambalate.

Ambalajele generează, la finalul ciclului de viață al produselor, deșeuri, în special din plastic, care constituie, de asemenea, un impact negativ actual. Deși momentul producerii acestui impact se situează în aval, după consum, responsabilitatea companiei se exercită prin obligațiile legale privind valorificarea ambalajelor și prin deciziile privind materialele utilizate pentru ambalarea produselor marcă proprie.

Din perspectiva riscurilor, compania a identificat două forme de vulnerabilitate legate de resurse. Utilizarea continuă a unor materiale care nu pot fi regenerate rapid poate conduce la creșterea costurilor de aprovizionare, iar epuizarea progresivă a resurselor naturale esențiale pentru producția și distribuția produselor poate afecta continuitatea aprovizionării.

Analiza a identificat însă și trei oportunități semnificative, care conturează direcția de acțiune a companiei în această arie. Investițiile în soluții de reciclare și reutilizare a resurselor pot reduce dependența de materiale noi, cu efect direct asupra costurilor de aprovizionare. Colaborarea cu parteneri și furnizori care adoptă principiile economiei circulare permite dezvoltarea unor soluții de ambalare pe care compania nu le-ar putea obține acționând singură, având în vedere că designul ambalajelor primare este decis, în cea mai mare parte, în amonte. Excepția o constituie brandul propriu Good Routine®, unde compania stabilește direct specificațiile de ambalare, iar rezultatele obținute până în prezent confirmă potențialul acestei abordări. Nu în ultimul rând, implementarea unor soluții de reciclare pentru materialele care ies din circuit la finalul ciclului de viață al produselor răspunde unei așteptări tot mai clar exprimate de consumatori și de partenerii comerciali, consolidând poziționarea brandurilor companiei.

2.3.2 Politici și angajamente

La momentul actual, Secom® nu dispune de o politică formală dedicată economiei circulare, însă abordarea companiei este determinată de poziția pe care o ocupă în lanțul valoric. Fiind importator și distribuitor, compania nu controlează direct designul ambalajelor primare ale produselor provenite din portofoliul partenerilor externi. Pârghiile de care dispune sunt influențarea specificațiilor pentru brandul propriu Good Routine®, dialogul cu producătorii parteneri privind soluțiile de ambalare și gestionarea responsabilă a materialelor utilizate în operațiunile proprii.

Gestionarea obligațiilor privind ambalajele introduse pe piață se realizează prin contractul încheiat cu o organizație de implementare a răspunderii extinse a producătorului, care asigură colectarea, recuperarea și reciclarea acestora. Deșeurile menajere, de hârtie, plastic și carton rezultate din activitatea de birou sunt colectate separat și preluate de prestatorul de servicii cu care colaborează administrația clădirii în care se află sediul central. Pentru magazinele proprii, compania are contracte încheiate cu firme de salubritate, care ridică deșeurile menajere din toate locațiile, inclusiv pe cele care nu mai pot fi refolosite.

Ca obiectiv intermediar, compania și-a propus realizarea unui Ghid de achiziții sustenabile în care va defini criterii orientative/recomandări aplicabile în achiziții: spre exemplu, specificații tehnice minime pentru echipamente, utilizarea materialelor reciclate pentru consumabile și ambalaje, precum și criterii de mediu în evaluarea furnizorilor. Aria de aplicare a acestor criterii este condiționată de structura modelului de afaceri, capacitatea directă de influență fiind concentrată în zona brandului propriu.

2.3.3 Acțiuni și resurse alocate

Acțiuni realizate

În perioada de raportare, Secom® a obținut rezultate concrete în direcția reducerii consumului de materiale și a creșterii ponderii materialelor reciclate:

- **Creșterea ponderii plasticului reciclat în ambalajele Good Routine®.** La nivelul anului 2025, 97% dintre flacoanele din portofoliul Good Routine® au fost realizate din plastic reciclat, cu un conținut de material reciclat de 98%. Raportat la întregul portofoliu Good Routine®, ponderea produselor ambalate în plastic reciclat este de 78%.
- **Eliminarea plasticului din ambalajele pentru comenzile online.** Folia de plastic utilizată pentru protecția produselor fragile și cutiile cu bandă adezivă au fost înlocuite cu ambalaje din carton certificat FSC, cu sistem de închidere fără scotch. Tranziția este în curs de finalizare, ambalajele din stocul existent urmând a fi utilizate până la epuizare.
- **Utilizarea hârtiei reciclate.** Toate materialele tipărite administrative pentru sediu și magazine au fost realizate din hârtie reciclată.
- **Reducerea produselor expirate.** Ponderea produselor expirate din portofoliu a fost menținută la 0,41%, sub obiectivul asumat de maximum 1%, prin optimizarea planificării stocurilor.
- **Monitorizarea partenerului de colectare a deșeurilor de ambalaje.** Colaborarea cu organizația care preia obligațiile de valorificare face obiectul unei monitorizări periodice. Compania urmărește datele de transparență publicate de partener, care documentează cantitățile colectate și valorificate și permit verificarea trasabilității acestora, precum și raportul de sustenabilitate publicat de organizație, un reper suplimentar privind practicile pe care partenerul le aplică în propria activitate.

Acțiuni planificate

Pentru perioada următoare, compania are în vedere extinderea acestor măsuri prin implementarea unui program de colectare a flacoanelor goale în magazinele proprii, însoțit de stimulente pentru clienții care returnează ambalajele, sub forma unui proiect-pilot în câteva magazine din București. Totodată, compania își propune auditarea producătorilor pentru o parte semnificativă din portofoliul Good Routine® și stabilirea unor criterii de sustenabilitate aplicabile în achiziții, cu specificații tehnice minime pentru echipamente și materiale.

2.3.4 Ținte și obiective

Obiectivele privind materialele și ambalajele asumate în raportul anterior au fost realizate sau depășite. Compania privește aceste rezultate ca etape ale unui proces continuu, nu ca puncte finale: ponderea materialelor reciclate și volumul resurselor consumate depind de decizii care se reiau la fiecare reînnoire de ambalaj, la fiecare comandă de materiale promoționale și la fiecare ajustare a planificării stocurilor. Pentru perioada următoare, obiectivele vizează deopotrivă consolidarea rezultatelor obținute și extinderea lor către zone încă neacoperite:

- Atingerea unei ponderi de 80% de ambalaje realizate din plastic reciclat, la nivelul întregii game Good Routine® și al tuturor tipurilor de ambalaje utilizate. (2027)
- Menținerea anuală a ponderii produselor expirate sub 1% din portofoliu. (ongoing)
- 30% din POSM-urile produse la nivelul tuturor diviziilor să fie realizate din hârtie 100% reciclată (2026)
- Realizarea unui Ghid de achiziții sustenabile în care vor fi definite criterii orientative/recomandări aplicabile în achiziții până în 2027
- Implementarea unui program pilot de colectare a flacoanelor goale în magazinele proprii – selecție de magazine (2027)

2.3.5 Materiale utilizate

Materialele utilizate de companie se împart în două categorii: ambalajele produselor introduse pe piață și materialele consumate în activitatea de birou și în cea promoțională.

Materiale de ambalare utilizate în operațiuni

Material	2023 tone	2024 tone	2025 tone
Sticlă	91,58	114,64	123,14
Plastic	123,56	165,09	223,96
din care PET	68,37	103,35	121,26

Hârtie și carton	62,72	123,15	222,85
Lemn	16,76	30,19	35,04
Aluminiu	0,24	0,02	0,02
Total	294,85	433,09	605,01

Materiale utilizate în activitatea promoțională

Începând cu anul 2024, compania a implementat un proces de automatizare a colectării datelor privind materialele promoționale. Informațiile prezentate mai jos sunt extrase din sistemele proprii, pe baza datelor privind compoziția materialelor transmise de furnizori, și acoperă cantitățile recepționate în cursul anului 2025. Pentru anii anteriori, datele nu au fost colectate într-o formă comparabilă, motiv pentru care raportarea începe cu exercițiul 2025.

Material	Cantitate tone	Pondere %	Din care reciclat tone
Hârtie și carton	53,95	81,9%	4,40
Textile	5,78	8,8%	0,16
Plastic	3,41	5,2%	0,09
Metal	2,48	3,8%	0,00
Alte materiale	0,21	0,3%	0,00
Lemn și fibre	0,08	0,1%	0,00
Total	65,91	100%	4,65

Cantitățile au fost determinate pe baza greutateii unitare a fiecărui material, conform specificațiilor primite de la furnizori, înmulțită cu cantitatea efectiv recepționată în cursul anului. Pentru articolele compuse din mai multe materiale, greutatea totală a fost repartizată pe categorii proporțional cu greutatea fiecărei componente.

Procentul de conținut reciclat raportat se bazează exclusiv pe informațiile declarate de furnizori și reflectă doar cazurile în care aceștia au confirmat explicit un procent de material reciclat pentru articolul respectiv. Este posibil ca și alte materiale din portofoliu să conțină, parțial sau integral, conținut reciclat, însă informația nu a fost disponibilă la momentul raportării, fie pentru că nu a fost solicitată sistematic tuturor furnizorilor, fie pentru că nu toți furnizorii au transmis un răspuns. Prin urmare, valoarea de 4,65% reprezintă un nivel minim confirmat, nu neapărat nivelul real total. Compania are în vedere o solicitare structurată către toți furnizorii de materiale promoționale, pentru a completa și valida aceste informații într-un ciclu viitor de raportare.

2.3.6 Deșeuri generate

Cantitățile de deșeuri generate în rețeaua proprie de magazine și în sediile companiei sunt monitorizate lunar, pe fiecare locație, și raportate pe două fluxuri principale: deșeuri reciclabile și deșeuri menajere.

Categorie de deșeuri	2024 tone	2025 tone
Deșeuri reciclabile	4,38	5,01
Deșeuri menajere	3,75	3,83
Total	8,13	8,84

Categoria deșeurilor reciclabile include, pentru anul 2025, atât cantitățile raportate global de majoritatea locațiilor, cât și fracțiile colectate separat în unele magazine, respectiv hârtie și carton, plastic, sticlă, metal și deșeuri biodegradabile.

Categorie	2024 tone	2025 tone
Deșeuri direcționate spre eliminare		
Deșeuri municipale amestecate, incinerare	3,75	3,83
Produse neconforme, incinerare	0,48	7,32
Produse expirate, incinerare	4,25	2,54

3. Social

3.1 Echipa noastră

În cadrul Secom®, forța de muncă proprie reprezintă un element operațional esențial pentru desfășurarea activității companiei, precum și pentru relația cu clienții și partenerii. Performanța companiei depinde în mod direct de disponibilitatea, competențele și nivelul de angajament al colegilor. De aceea, compania urmărește asigurarea unor condiții de muncă conforme și echitabile, prin aplicarea cadrului legal aplicabil și prin dezvoltarea unor politici interne în domeniul resurselor umane.

Impacturile, riscurile și oportunitățile semnificative și interacțiunea acestora cu strategia și modelul de afaceri

Modelul de afaceri al Secom® se bazează pe activități de selecție, import, distribuție și comercializare a suplimentelor alimentare premium, cu ingrediente certificate și brevetate la nivel global. În acest context, forța de muncă proprie reprezintă element extrem de important întrucât influențează direct performanța și relația cu clienții. Continuitatea activității și menținerea poziționării pe piață depind de disponibilitatea și retenția colegilor, precum și de capacitatea companiei de a dezvolta competențe relevante într-un domeniu caracterizat de cerințe ridicate privind conformitatea și acuratețea informațiilor comunicate.

În procesul de identificare și evaluare a impacturilor, riscurilor și oportunităților aferente forței de muncă proprii sunt incluși toți angajații cu contract individual de muncă.

Monitorizarea acestor aspecte se realizează prin politici și proceduri interne care acoperă în principal: condițiile de muncă, timpul de lucru, salarizarea, sănătatea și securitatea în muncă, echilibrul între viața profesională și cea personală, precum și dezvoltarea competențelor. Acestea sunt completate de mecanisme de dialog social și de procese de evaluare periodică a satisfacției și angajamentului angajaților.

Impacturile pozitive vizează stabilitatea locului de muncă, bunăstarea și dezvoltarea profesională și egalitatea de șanse. Accesul la oportunități de dezvoltare profesională generează un impact pozitiv asupra angajaților, contribuind la creșterea competențelor, a nivelului de angajament și a satisfacției profesionale. Acest impact este susținut prin programe de formare profesională interne și externe, acces la cursuri specializate și sesiuni de training adaptate nevoilor diferitelor roluri (de exemplu, vânzări, comunicare, leadership). Fiecare angajat a beneficiat, în medie, de 36,9 ore de training pe parcursul anului 2025. Compania utilizează un sistem digital de monitorizare a orelor de training și derulează anual procese de evaluare și planificare a carierei, în vederea identificării nevoilor individuale de dezvoltare.

Un impact negativ potențial este asociat cu volumul de muncă și organizarea activității. În cadrul Secom®, volumul de muncă este monitorizat constant, iar managementul urmărește

menținerea unui echilibru între viața profesională și cea personală. Politicile interne sunt aliniate legislației muncii și includ prevederi privind timpul de lucru și perioadele de repaus. De asemenea, sunt implementate și mecanisme de dialog cu angajații, iar reprezentanții angajaților participă la întâlniri periodice cu managementul, în cadrul cărora sunt discutate aspecte relevante privind condițiile de muncă.

Neconformitatea cu legislația muncii și cu cerințele privind sănătatea și securitatea în muncă poate constitui un risc. Acesta este gestionat prin implementarea unui cadru de politici și proceduri, instruirii periodice obligatorii, evaluări de risc și audituri interne, precum și prin colaborarea cu experți externi. În prezent, riscul este evaluat la un nivel scăzut.

Un alt risc este asociat dezechilibrelor între viața profesională și cea personală, care pot conduce la scăderea nivelului de angajament sau la apariția fenomenelor de epuizare profesională. Compania abordează acest risc prin politici de flexibilitate, încurajarea utilizării concediilor și programe de wellbeing. Până în prezent, nu au fost identificate cazuri de burnout, însă riscul este monitorizat în mod continuu.

Oportunitățile identificate vizează promovarea unui mediu de lucru sigur și sănătos; îmbunătățirea continuă a condițiilor de muncă și consolidarea măsurilor de sănătate și securitate reprezintă o oportunitate de a crește atractivitatea companiei ca angajator și de a susține retenția angajaților. Asigurarea unui mediu de lucru sigur contribuie la reducerea absenteismului, la menținerea stării de bine a angajaților și la creșterea nivelului de angajament. În cadrul Secom®, această oportunitate este reflectată de nivelul de angajament al angajaților (80% media din ultimii trei ani) și de o rată a absenteismului de 2,1%, situată în linie cu benchmark-ul industriei.

Dezvoltarea continuă a competențelor angajaților reprezintă o oportunitate strategică, în contextul unui model de afaceri care necesită cunoștințe specializate și capacitatea de a comunica eficient informații despre produse. Investițiile în formare contribuie la creșterea performanței, la adaptabilitatea organizației și la consolidarea angajamentului angajaților. Secom® valorifică această oportunitate prin implementarea unui cadru structurat de învățare și dezvoltare, care include programe de formare funcțională și tehnică, precum și inițiative dedicate diferitelor linii de business. Acestea includ, de exemplu, programe de vânzări, comunicare și alte formări adaptate nevoilor specifice ale echipelor.

Politici legate de forța de muncă proprie

Compania a dezvoltat și implementează un set cuprinzător de politici de resurse umane și de sănătate și securitate în muncă pentru a gestiona impacturile, riscurile și oportunitățile asociate forței de muncă proprii. Acestea se aplică tuturor angajaților, indiferent de tipul contractului, funcție sau locație, acoperind activitățile companiei.

Angajamentele privind drepturile omului

Secom® își asumă respectarea drepturilor omului în relația cu propria forță de muncă și își aliniază politicile interne la standardele internaționale de referință: Principiile directoare ale ONU privind afacerile și drepturile omului, Declarația OIM privind principiile și drepturile fundamentale la locul de muncă și Orientările OCDE pentru întreprinderile multinaționale.

Angajamentul este formalizat prin trei documente interne. Codul de conduită stabilește standardele de comportament așteptate atât de la angajați, cât și de la companie, având la bază principiile tratamentului corect, ale demnității și ale respectului la locul de muncă. Politica de nediscriminare și egalitate de șanse interzice orice formă de discriminare pe criterii de gen, vârstă, etnie, dizabilitate, orientare sexuală sau alte caracteristici protejate, în procesele de recrutare, promovare, remunerare și dezvoltare profesională. Politica privind prevenirea hărțuirii definește comportamentele inacceptabile la locul de muncă și procedura de gestionare a sesizărilor.

Punctul de plecare al acestei abordări este premisa că fiecare persoană din echipă are dreptul la un mediu de lucru sigur, echitabil și lipsit de discriminare sau hărțuire, indiferent de divizia de activitate, de tipul de contract sau de locul în care își desfășoară munca. Traducerea ei în practica de zi cu zi se face prin standardele comportamentale interne, care stabilesc explicit limitele acceptabile în relația dintre colegi. Acestea sunt comunicate încă din procesul de integrare a noilor angajați și sunt evaluate ulterior în cadrul proceselor de evaluare intermediară și anuală, alături de rezultatele profesionale. Comportamentul față de colegi devine astfel parte din evaluarea formală a performanței, nu un principiu declarativ.

Responsabilitatea pentru respectarea drepturilor angajaților este împărțită între conducere, managerii de linie și departamentul People & Culture și este integrată în procesele de recrutare, evaluare, dezvoltare și încetare a raporturilor de muncă. Monitorizarea se realizează prin canalul intern de raportare a neregulilor, prin care angajații pot semnala confidențial eventuale încălcări, fără teama unor represalii, precum și prin verificările periodice de sănătate și securitate în muncă. Aceste angajamente și mecanisme se aplică întregii forțe de muncă, indiferent de tipul de contract, de divizie sau de locația de muncă.

Alinierea la cadrul de reglementare european

Dincolo de standardele internaționale, politicile companiei urmăresc cerințele directivelor europene relevante pentru forța de muncă proprie. Directiva (UE) 2023/970 privind transparența salarială se reflectă în analiza periodică a decalajului mediu de remunerare între femei și bărbați, pe grade de post, susținută printr-un instrument dedicat de monitorizare. Directiva (UE) 2019/1937 privind protecția avertizorilor în interes public este acoperită prin mecanismul intern de raportare. Directiva (UE) 2019/1158 privind echilibrul dintre viața profesională și cea privată se regăsește în politicile de flexibilitate a programului de lucru și în sprijinul acordat angajaților cu responsabilități familiale.

Locuri de muncă sigure și timpul de lucru

Stabilitatea raporturilor de muncă este un element definitoriu al modului în care Secom® își organizează forța de muncă. La finalul anului 2025, 98,6% dintre angajați aveau contract individual de muncă pe perioadă nedeterminată și 99,1% lucrau cu normă întreagă, iar compania nu are angajați cu program de lucru negarantat. Contractele pe perioadă determinată sunt utilizate punctual, iar munca cu fracțiuni de normă este acordată la solicitarea angajaților.

Activitatea companiei presupune interacțiuni directă cu consumatorii și cu profesioniștii din domeniul sănătății, iar consecvența acestei relații depinde de continuitatea echipelor. Din acest motiv, compania nu externalizează funcții operaționale către furnizori de forță de muncă și nu utilizează lucrători independenți.

Timpul de lucru, perioadele de repaus, munca suplimentară și evidența orelor lucrate sunt reglementate prin Regulamentul intern și prin contractele individuale de muncă, în conformitate cu prevederile Codului muncii. Compania monitorizează volumul de muncă și urmărește încadrarea în limitele legale ale timpului de lucru, aspect corelat direct cu impactul negativ potențial identificat în legătură cu organizarea activității.

Sistemul de management al sănătății și securității ocupaționale

Sistemul de management al sănătății și securității ocupaționale în cadrul Secom® a fost dezvoltat raportat la legislația aplicabilă, definită prin Legea 319/2006 a Securității și Sănătății în Muncă și Normele de Aplicare ale Legii stabilite în HG 1425/2006 cu modificările și completările ulterioare.

Accidentele de muncă

În ceea ce privește riscurile privind accidentele de muncă, în cadrul companiei este constituită o comisie de evaluare formată din persoanele cu competențe conform legii care au identificat riscurile de accidente și îmbolnăvire profesională prin metoda de evaluare INCDPM și au stabilit nivele de risc pentru fiecare loc de muncă, iar pe baza evaluării a fost elaborat Planul de Prevenire și Protecție ce cuprinde toate măsurile tehnice, organizatorice, igienico-sanitare și de altă natură.

Cercetarea accidentelor se face conform Legii 319/2006 a Securității și Sănătății în Muncă și a Normelor de Aplicare ale acesteia, HG 1425/2006. Se întocmește un dosar de cercetare a evenimentului, iar după finalizarea procesului se stabilesc măsuri corective sau de îmbunătățire în funcție de cauzele ce au dus la eveniment.

Raportarea situațiilor de risc

Toți membrii echipei Secom® sunt instruiți periodic și au ca obligație legală și prevăzută în fișa postului raportarea oricărui pericol/situație periculoasă la care este expus el sau altcineva care își desfășoară activitatea în acea zonă către managerul direct.

Oamenii din echipa Secom® și contractorii care lucrează în companie sunt instruiți periodic și au obligația legală să oprească activitatea și să raporteze către persoana desemnată orice situație despre care au motive să o considere un pericol pentru ei sau pentru alte persoane.

Potrivit legislației, nicio poziție din cadrul companiei nu este considerată ca fiind cu grad de risc moderat sau ridicat. Nu e cazul ca membrilor din echipa Secom®, prin natura activității să le fie pusă viață în pericol în așa fel încât aceștia să renunțe la procesul de lucru. Activitatea oamenilor din echipa Secom® se realizează în vizite de farmacii sau spitale, în cadrul birourilor și magazinelor Secom®.

Serviciile de Securitate și Sănătate în Muncă

Serviciile de Securitate și Sănătate în Muncă sunt externalizate și îndeplinesc activitățile de Prevenire și Protecție permise de legislația actuală, cum ar fi: elaborarea documentelor specifice, semnalizarea de securitate, afișarea instrucțiunilor specifice pentru lucrători, Instruirea lucrătorilor la angajare și suport în instruirea periodică, controale interne de prevenire, etc.

Oamenii din echipa Secom® își desemnează reprezentanți la nivelul Comitetului de Securitate și Sănătate în Muncă, reprezentanți ce culeg informații și propuneri cu privire la aspecte legate de sănătatea și securitatea în muncă din rândul lucrătorilor și fac propuneri în cadrul ședințelor Comitetului.

În cadrul companiei este constituit Comitetul de securitate și sănătate în muncă în care sunt desemnați reprezentanți din partea angajatorului și din partea salariaților. Aceștia se întâlnesc trimestrial (de 4 ori pe an). Responsabilitățile sunt cele stabilite de legislația actuală în domeniu și sunt descrise în regulamentul de funcționare al CSSM.

Traininguri și instruirii

În perioada de raportare au existat traininguri dedicate sănătății și securității în muncă, organizate sub formă de instruirii periodice în lunile aprilie și octombrie ale fiecărui an, fizic sau online, în funcție de situație.

Instruirile SSM la angajare și periodice conțin următoarele informații: Legislația relevantă SSM, Conștientizarea consecințelor accidentelor de muncă, Definiția accidentelor de muncă și modul de raportare ale acestora, Pericole și riscuri generale și specifice activităților desfășurate, Semnalizarea, Pericole/riscuri pe traseul de deplasare.

Alte servicii

Compania pune la dispoziția membrilor echipei un abonament medical la Regina Maria care include o paletă foarte largă de investigații. Acest abonament este acordat gratuit și pentru un membru din familia salariatului (dacă acel membru este sub 18 ani și salariatul are mai mulți copii, atunci toți copiii salariatului beneficiază de acest abonament). De asemenea, oferim servicii de consultanță și psihoterapie prin programul de beneficii flexibile.

Încurajăm constant colegii să adopte un stil de viață sănătos, promovând alimentația echilibrată și participarea la activități sportive. Echipa Secom® este frecvent invitată să ia parte la diverse activități de wellness, wellbeing și sport, contribuind astfel la bunăstarea lor generală.

Politica organizației privind diversitatea, egalitatea de șanse și combaterea discriminării

Compania noastră asigură un mediu de lucru stimulant, fără niciun fel de discriminare sau hărțuire. Avem convingerea că o colaborare bună între oameni cu diferite aptitudini, perspective și experiențe este fundamentală în atragerea persoanelor talentate, dar și pentru a permite dezvoltarea și inovarea în activitate. Deciziile referitoare la membrii echipei, inclusiv recrutarea, angajarea, formarea, evaluarea și promovarea, sunt și vor fi bazate exclusiv pe merit și performanțe individuale și nu pot fi influențate de aspecte discriminatorii precum rasă, etnie, religie/ credință, orientare sexuală, stare civilă sau preferințe politice. Se interzice în cadrul relațiilor de muncă orice fel de discriminare directă sau indirectă, aplicând principiul egalității de tratament față de toți salariații, fără discriminări bazate pe criterii de sex, orientare sexuală, caracteristici genetice, vârstă, apartenență națională, rasă, culoare, etnie, religie, opțiune politică, origine socială, handicap, situație sau responsabilitate familială, apartenență. Constituie discriminare directă faptele și actele de excludere, deosebire, restricție sau preferință, întemeiate pe unul sau mai multe dintre criteriile prezentate anterior, care au ca scop sau ca efect neacordarea, restrângerea ori înlăturarea recunoașterii, folosinței sau exercitării drepturilor prevăzute în legislația muncii.

Pentru muncă egală sau de valoare egală este interzisă orice discriminare bazată pe criteriu de sex cu privire la toate elementele și condițiile de remunerare.

Orice salariat care prestează o muncă trebuie să beneficieze de condiții de muncă adecvate activității pe care o desfășoară în cadrul societății, de protecție socială, de securitate și sănătate în muncă, precum și de respectarea demnității și a conștiinței sale, fără nicio discriminare.

Totodată, Secom® respinge manifestarea oricărei forme de hărțuire, abuz sau mobbing (stres psihic/ hărțuire). Astfel, compania noastră interzice orice gen de comportament, verbal sau fizic, ce poate fi interpretat drept hărțuire sau hărțuire sexuală sau care este înjositor sau jignitor față de un alt membru al echipei sau față de altă persoană, în special pe criterii cum ar fi vârsta, rasa, naționalitatea, religia sau sexul persoanei respective. Considerăm hărțuire orice situație în care se manifestă un comportament nedorit, exprimat fizic, verbal sau nonverbal, având ca obiect sau ca efect lezarea demnității persoanei în cauză și crearea unui mediu de intimidare, ostil, degradant, umilitor sau jignitor.

Hărțuirea sexuală este definită prin orice situație în care se manifestă un comportament nedorit cu conotație sexuală, exprimat fizic, verbal sau nonverbal, având ca obiect sau ca efect lezarea demnității persoanei în cauză și crearea unui mediu de intimidare, ostil, degradant, umilitor sau jignitor.

Orice comportament activ sau pasiv care prin efectele pe care le generează/ favorizează sau defavorizează nejustificat ori supune unui tratament injust sau degradant un salariat, față de un alt salariat, constituie o formă de discriminare și poate atrage concedierea disciplinară a celui vinovat.

În cazul în care un salariat se consideră discriminat sau hărțuit în condițiile enumerate mai sus, acesta este în drept să inițieze procedura de soluționare a cererilor și reclamațiilor individuale, descrisă în Regulamentul de Ordine Interioară. Dacă în urma analizelor interne sesizarea se consideră a fi întemeiată, luăm toate măsurile pentru înlăturarea efectelor negative suferite de cel discriminat sau hărțuit și adoptăm măsurile corespunzătoare pentru tragerea la răspundere a salariaților vinovați de astfel de fapte.

La finalul anului 2023, Secom® a adoptat și pus în aplicare [politica de raportare a neregulilor \(Whistleblowing\)](#), prin care ne asigurăm de faptul că orice persoană se simte susținută în a se exprima liber și în a raporta aspecte despre care suspectează că implică un comportament nepotrivit, neetic, ilegal sau necorespunzător în cadrul Secom® Healthcare SRL. Încurajăm identificarea și reclamarea oricărui comportament nepotrivit, neetic, ilegal sau necorespunzător, la toate nivelurile.

În perioada de raportare 2024-2025, în cadrul companiei noastre nu au fost raportate incidente ce au avut drept cauză drepturile omului sau discriminarea.

Politica organizației privind remunerarea

În Secom® există procedura privind compensarea și beneficiile oamenilor din echipa noastră, care are ca scop definirea și formalizarea proceselor de gestionare a informațiilor necesare pentru calculul salarial, bonusuri, precum și distribuirea responsabilităților și definirea rolurilor implicate în acest întreg proces.

Avem un pachet de beneficii salariale competitiv la nivelul pieței muncii ce include pe lângă salariul fix, bonus de performanță – acordat trimestrial pentru pozițiile din vânzări și anual pentru celelalte poziții, abonament medical, asigurare de viață și accidente, reduceri la suplimentele alimentare din portofoliu, sesiuni de psihoterapie, prima de recomandare pentru colegii care contribuie la recrutarea unui coleg în echipă, cadouri cu ocazia diverselor sărbători legale: Paște și Crăciun, vouchere pentru evenimentele deosebite din viața colegilor (zi de naștere, căsătorie, naștere copil).

Toți oamenii din echipă pot alege beneficiile care se potrivesc cel mai bine nevoilor și preferințelor lor, din platforma MyBenefit, oferindu-le astfel o experiență personalizată. În plus, pentru că suntem preocupați constant să loializăm și să motivăm colegii să rămână în echipă, la aniversarea fiecărui an petrecut în cadrul companiei, le oferim acestora un bonus aniversar de 1.000 lei net în primii 3 ani și 1.500 începând din anul 4 de activitate, dar și o zi de concediu suplimentară pentru colegii cu vechime între 1 și 3 ani și 2 zile pentru colegii cu vechime de 4 și 5 ani.

Politica organizației privind instruirea și formarea profesională

Procedura noastră de dezvoltare începe cu un proces riguros de evaluare, în cadrul căruia sunt identificate nevoile individuale de formare și dezvoltare ale fiecărui membru al echipei. Această evaluare comprehensivă include o analiză a competențelor actuale, a performanțelor anterioare, precum și a obiectivelor profesionale. Pe baza acestei evaluări, se elaborează un plan de dezvoltare personalizat, adaptat pentru a maximiza potențialul fiecăruia.

Secom® își propune următoarele obiective privind dezvoltarea oamenilor din echipă:

- acomodarea la cultura organizației prin atingerea unui nivel adecvat de dezvoltare a competențelor comportamentale generale;
- dezvoltarea unor competențe tehnice/ funcționale/ specifice pentru a putea răspunde cu succes responsabilităților postului;
- dezvoltarea competențelor de management & leadership;
- însușirea unor noi moduri de acțiune aliniate la tendințele din societate;
- dezvoltarea unor competențe în linie cu propriile aspirații de carieră ale colegilor, corelate cu strategia Secom® și resursele alocate;
- dezvoltarea accelerată a unor competențe în linie cu planurile de succesiune stabilite.

Cadrul metodologic folosit pentru activitatea de învățare organizațională este bazat pe abordarea 70/20/10:

- ◇ **10% Formal/ Educație**
reprezintă învățarea prin programe de training și cursuri;
- ◇ **20% Social/ Expunere**
reprezintă învățarea prin colaborare, fie că este vorba de coaching, de consultarea cu persoanele din anturajul propriu și alte metode interactive sau consultative;
- ◇ **70% Experiențial/Experiență**
reprezintă învățarea care se întâmplă în fiecare zi la locul de muncă prin rezolvarea sarcinilor și a provocărilor ce apar în activitatea curentă.

Identificarea nevoilor de instruire reprezintă un proces permanent care constă în:

- analiza decalajului dintre nivelul existent și cel dorit de performanță, pentru diferențierea situațiilor în care acesta poate fi acoperit prin instruire/dezvoltare de cele în care sunt necesare alte acțiuni care nu presupun instruire (analiza

motivației, acces la resurse, rezolvarea unor situații conflictuale, reducerea supraîncărcării, gestionarea unei atitudini necorespunzătoare etc.);

- identificarea nevoilor de instruire pentru acei oameni din echipă care nu au competențele necesare îndeplinirii obiectivelor de performanță actuale sau viitoare pe post (de ex: în cazul unui potențial transfer pe un alt post), proiecte specifice etc.;
- documentarea nevoilor de instruire.

Nevoile de instruire și dezvoltare sunt identificate individual, astfel:

În timpul procesului de management al performanței

- În setarea de obiective/responsabilități noi sau cu cerințe/standarde mai înalte;
- Ca urmare a faptului că evaluarea a fost sub standardul așteptat.
- În cadrul procesului de integrare / orientare pentru fiecare om din echipe recent recrutat/ promovat;
- În cadrul procesului de Management al Talentelor pentru membrii din echipă confirmați în Planul de succesiune;
- În orice moment se identifică o nevoie specifică, clară, adresabilă prin acțiuni de training și dezvoltare.

Pentru programele de instruire/dezvoltare desfășurate, Secom® poate cere membrului echipei să semneze un act adițional la contractul individual de muncă conform prevederilor Regulamentului Intern.

Learning and Development Partner este responsabil de:

- Monitorizarea periodică a costurilor referitoare la programele de dezvoltare versus bugetul aprobat, precum și furnizarea informațiilor referitoare la sumele cuprinse în actele adiționale încheiate pentru formarea membrilor echipei;
- Gestionarea informațiilor și documentelor aferente fiecărui program de formare și dezvoltare (inclusiv confirmarea prezentei pe lista participanților) precum și a Planurilor individuale de dezvoltare 70/20/10 la nivelul întregii organizații.

Politica organizației privind recrutarea

Procesul de recrutare are la bază o procedură clară și obiectivă de selecție, pentru a ocupa posturile vacante cu persoanele cele mai calificate.

În Secom® comunicăm în mod transparent pozițiile vacante, către întreaga organizație. Pot exista excepții de la acest principiu doar în următoarele situații:

- Există un (singur) succesor identificat și pregătit, caz în care se va proceda la o numire (managerul direct trimite către Directorul People & Culture detaliile referitoare la promovare);

- Există un nivel de urgență ridicat, caz în care se va proceda la o numire (interimat-numire pe o perioadă determinată, cu acordul angajatului) după acordul Directorului People & Culture;

După comunicarea poziției vacante, se inițiază procesul de selecție propriu-zis.

Politica noastră de recrutare ia în considerare pentru posturile vacante atât colegii care au calificările, abilitățile și motivația necesare, cât și candidații externi care au aplicat la posturile anunțate prin canalele media agreeate. În situația unei similarități de profil, prioritate au candidații interni. Ne încurajăm oamenii din echipă să își dezvolte potențialul și să își urmărească interesele profesionale în cadrul organizației. Mobilitatea internă este o modalitate importantă prin care asigurăm cea mai bună compatibilitate posibilă între posturi și cunoștințele, abilitățile și experiența oamenilor din echipă, prin care atât compania cât și oamenii își ating obiectivele.

În funcție de rolul deschis, procesul de recrutare trebuie să se finalizeze:

- în maximum 20 de zile lucrătoare pentru rolurile de junior;
- în maximum 30 de zile lucrătoare pentru rolurile de volum (ex. Sales Representatives, Medical Representatives, Store Consultant);
- în maximum 40 de zile lucrătoare pentru rolurile de specialiști
- în maximum 60 de zile lucrătoare pentru rolurile de middle management;
- în maximum 75 de zile lucrătoare pentru rolurile senior management;
- în maximum 90 - 120 de zile lucrătoare pentru rolurile de top management.

Factorii care vor fi luați în considerare pentru a determina măsura în care un candidat este potrivit pentru un post în cadrul Secom® sunt:

- experiența în muncă;
- educația/pregătirea profesională;
- performanța înregistrată în actuala poziție;
- recomandările din partea managerilor și colegilor;
- conduita etică și profesională;
- compatibilitatea cu [valorile Secom®](#);
- potențialul demonstrat fie în postul anterior, fie în cadrul sesiunilor de evaluare și dezvoltare etc.;

- candidații care au fost sancționați disciplinar în ultimele 12 luni nu sunt eligibili pentru transfer sau promovare (cu excepția situației în care poziția este restructurată);
- doar oamenii din echipa Secom® care au o vechime de cel puțin 12 luni active în actualul post în cadrul Secom® sunt eligibili pentru transfer sau promovare; excepții se pot face cu acordul managerului postului în structura căruia se găsește persoana propusă și al Directorului People & Culture;
- dacă un om din echipă a împlinit acest interval de timp minimal, acestuia nu îi poate fi restricționat transferul/promovarea pe o altă poziție ci se poate proceda la stabilirea unei perioade de tranziție de maxim 2 luni de la data avizării raportului de selecție.

Totodată, compania monitorizează constant nivelul de satisfacție și angajament al angajaților printr-un studiu anual de engagement, pe baza căruia sunt definite planuri de acțiune concrete pentru sprijinirea retenției și motivării. Această abordare contribuie la menținerea unui climat de lucru stabil.

Procese pentru colaborarea cu forța de muncă proprie și cu reprezentanții lucrătorilor cu privire la impacturi

Colaborarea cu propria forță de muncă are loc atât direct, cu toți angajații, cât și prin intermediul reprezentanților acestora. La nivelul companiei nu este constituit un sindicat, iar angajații sunt reprezentați prin reprezentanți ai salariaților, aleși în condițiile legislației muncii. Aceștia participă la consultările prevăzute de lege, inclusiv cu privire la condițiile de muncă și la pachetul de beneficii, în cadrul unor întâlniri cu departamentul People & Culture și cu CEO-ul companiei.

Dialogul direct cu angajații se realizează prin mai multe canale, cu frecvențe diferite. Studiul anual de angajament, realizat cu instrumentul Human Synergistics OEI, se află la a treia ediție consecutivă și evaluează cultura organizațională, climatul de lucru și intenția angajaților de a rămâne în companie (Intention to Stay). Între două ediții, Pulse Survey-urile oferă o imagine curentă asupra stării de spirit și a nevoilor echipei. Open Talks permit angajaților să adreseze direct întrebări CEO-ului, lunar, iar Town Hall-urile organizate trimestrial prezintă direcțiile strategice și rezultatele de business. Comunicarea curentă se face prin platforma internă MySecom și prin „Visul Nostru”, informarea lunară a Board-ului către toți colegii, care sintetizează evoluțiile din fiecare divizie de activitate.

Colaborarea are loc atât în etapa de identificare a aspectelor relevante pentru angajați, prin studiul de angajament, Pulse Survey-uri și consultările cu reprezentanții salariaților, cât și în etapa de comunicare și de evaluare a măsurilor implementate, prin întâlnirile organizate după studiul anual și prin Town Hall-uri. Ea combină informarea, consultarea și, într-o măsură mai limitată, participarea, prin implicarea directă a reprezentanților

salariaților în discuții cu conducerea. Cu excepția rolului reprezentanților salariaților, reglementat de Codul muncii, aceste mecanisme sunt inițiative voluntare ale companiei.

Modul în care feedbackul ajunge în decizii. Informațiile colectate prin aceste canale sunt analizate de departamentul People & Culture și integrate în procesul decizional. Un exemplu din perioada de raportare: analiza răspunsurilor primite în urma unei consultări la care au participat 61 de colegi a condus la o propunere înaintată CEO-ului, care viza măsuri de creștere a angajamentului cu un cost redus de implementare. Rezultatele studiului de angajament stau, la rândul lor, la baza planului anual de acțiuni al departamentului. Angajații află cum le-a fost folosit feedbackul prin canale complementare: reprezentanții salariaților transmit direct colegilor rezultatele consultărilor la care participă, iar după fiecare ediție a studiului de angajament compania organizează întâlniri cu toate echipele pentru a prezenta concluziile și planul de acțiune rezultat.

Consultările structurate cu reprezentanții salariaților se desfășoară la nivel central, fără un proces formalizat separat la nivel de magazin sau de echipă locală. Studiile de angajament, Pulse Survey-urile și întâlnirile ulterioare acoperă însă întreaga forță de muncă, inclusiv rețeaua de magazine și echipele de teren.

Responsabilitatea operațională pentru desfășurarea acestor procese și pentru integrarea rezultatelor în modul în care compania gestionează temele relevante pentru angajați revine Directorului People & Culture. Responsabilitatea finală aparține CEO-ului, căruia îi raportează direct și care participă la consultările cu reprezentanții salariaților.

Compania urmărește în timp trei indicatori pentru a evalua dacă aceste procese produc efecte reale: evoluția anuală a scorului de angajament, rata fluctuației de personal și Intention to Stay, măsurat distinct în cadrul studiului anual. Rezultatele sunt analizate de departamentul People & Culture și stau la baza planului anual de acțiuni, ceea ce permite ajustarea abordării acolo unde indicatorii arată o tendință nefavorabilă.

Femeile reprezintă majoritatea forței de muncă a companiei, 85% la finalul anului 2025. Răspunsurile din studiile de angajament nu sunt în prezent segmentate separat pe această categorie, însă aspectele cu relevanță directă pentru echitatea de gen, în special remunerarea, sunt monitorizate prin instrumentul intern de transparență salarială.

Având în vedere profilul de activitate al companiei, de distribuție și comerț, fără operațiuni industriale proprii, impactul asupra forței de muncă proprii al tranziției către operațiuni cu emisii reduse este considerat nesemnificativ în acest moment. Nu au fost identificate nevoi de restructurare sau de recalificare majoră legate de acest proces. Compania va reevalua acest aspect pe măsura implementării măsurilor descrise în capitolul de mediu.

Procese de remediere a impacturilor negative și canalele prin care lucrătorii proprii își pot exprima preocupările

În cadrul Secom®, mecanismele de exprimare a preocupărilor și de remediere a impacturilor negative asupra forței de muncă proprii sunt integrate în procesele de resurse umane și în sistemele de conformitate ale companiei.

Compania asigură mai multe canale prin care angajații pot semnaliza preocupări sau pot contribui la identificarea unor potențiale impacturi negative.

Dialogul direct este facilitat prin existența reprezentanților angajaților, care participă la întâlniri periodice cu departamentul People & Culture și cu CEO-ul companiei. Aceste întâlniri permit discutarea temelor relevante pentru angajați, inclusiv aspecte legate de condițiile de muncă, volumul de lucru sau dezvoltarea profesională.

În completare, compania colectează feedback prin procese interne precum evaluările periodice și studiile de engagement, care contribuie la identificarea timpurie a potențialelor disfuncționalități organizaționale.

În anul 2023, compania a implementat o politică de raportare a neregulilor (whistleblowing), care oferă un cadru formal pentru raportarea preocupărilor legate de posibile încălcări ale legislației, ale normelor interne sau ale standardelor etice.

Mecanismul este disponibil pentru angajați și alte categorii de persoane relevante și permite raportarea unei game largi de situații, inclusiv:

- încălcări ale legislației muncii sau ale drepturilor omului;
- cazuri de discriminare sau hărțuire;
- probleme privind sănătatea și securitatea în muncă;
- nerespectarea cerințelor de conformitate sau a obligațiilor legale;
- alte comportamente care pot afecta integritatea sau reputația companiei.

Raportările pot fi realizate prin mai multe canale interne, inclusiv:

- platformă online securizată;
- e-mail dedicat;
- sesizare directă către funcții desemnate (People & Culture, juridic, audit intern).

Compania permite transmiterea sesizărilor în mod anonim și asigură confidențialitatea identității persoanelor care raportează. Pentru sesizările nominale, se transmite confirmarea de primire în termen de 7 zile, iar feedbackul privind stadiul soluționării este furnizat în termen de maximum trei luni.

Este interzisă orice formă de represalii împotriva persoanelor care raportează cu bună-credință, iar încălcarea acestui principiu poate conduce la măsuri disciplinare.

Procese de remediere

Sesizările primite sunt analizate de funcțiile competente, în funcție de natura acestora, și sunt investigate conform procedurilor interne. În urma evaluării, compania poate implementa măsuri corective care vizează:

- remedierea situațiilor identificate;
- prevenirea reapariției acestora;
- îmbunătățirea proceselor interne sau a condițiilor de muncă.

De asemenea, informațiile rezultate din mecanismele de feedback și din sesizări sunt utilizate pentru ajustarea politicilor interne și pentru îmbunătățirea continuă a practicilor de management al resurselor umane.

Investigarea sesizărilor primite prin canalul formal revine unei echipe dedicate, formată din reprezentanți ai departamentului People & Culture și din alți membri relevanți în funcție de natura situației, cu un termen de răspuns de până la 30 de zile.

Până la data prezentei declarații, în 2024 și 2025, compania nu a înregistrat sesizări formale transmise prin canalul de raportare a neregulilor. Situațiile apărute în activitatea curentă sunt identificate și soluționate direct, prin colaborarea dintre departamentul People & Culture și managerul direct al angajatului implicat, ceea ce permite o intervenție rapidă și adaptată contextului. În funcție de natura și de gravitatea situației, măsurile aplicate pot include medierea facilitată de People & Culture, instruirii suplimentare pentru persoanele sau echipele implicate, ajustări ale proceselor sau ale politicilor interne atunci când situația indică o cauză sistemică, precum și măsuri disciplinare, care pot merge până la încetarea contractului de muncă în cazurile grave sau confirmate.

Această abordare pe două niveluri, canal formal pentru situațiile care necesită confidențialitate sau au o gravitate ridicată și rezolvare directă prin People & Culture și managerul de linie pentru situațiile curente, permite companiei să răspundă proporțional cu impactul constatat.

Gradul de cunoaștere și de încredere în aceste canale

Angajații sunt informați despre existența și rolul acestor canale încă din procesul de integrare în companie, iar informarea este reluată periodic prin platforma internă și prin comunicări pe e-mail. Pentru a evalua dacă angajații au încredere în aceste structuri ca modalitate eficientă de a-și exprima preocupările și de a le vedea soluționate, compania include întrebări dedicate în studiul anual de angajament și în Pulse Survey-uri. Răspunsurile oferă o măsură directă a percepției asupra eficacității și credibilității canalelor și sunt analizate de departamentul People & Culture ca parte a evaluării generale a climatului organizațional.

Prin aceste mecanisme, compania urmărește identificarea timpurie a impacturilor negative asupra angajaților și gestionarea acestora într-un mod structurat și documentat.

Gestionarea impacturilor, riscurilor și oportunităților privind forța de muncă proprie

Identificarea și prioritizarea acțiunilor

Compania identifică acțiunile necesare pornind de la analiza de dublă materialitate, completată continuu cu semnale din studiul anual de angajament, din Pulse Survey-uri, din consultările cu reprezentanții salariaților, din mecanismul de raportare a neregulilor și din interacțiunea directă dintre departamentul People & Culture și managerii de linie.

Întrucât forța de muncă proprie este angajată direct, impacturile asupra acesteia sunt generate de deciziile și de practicile de management ale companiei, nu printr-o relație de afaceri cu un terț. Ca urmare, răspunsul constă în acțiune directă asupra politicilor, proceselor sau practicilor interne, și nu în măsuri de influențare a unui partener extern.

Amplarea răspunsului este determinată de gravitatea și de întinderea aspectului identificat. Situațiile individuale sunt gestionate prin dialog direct între People & Culture și managerul implicat. Aspectele cu potențial sistemic sunt analizate de conducerea People & Culture și validate împreună cu CEO-ul, putând conduce la planuri de acțiune la nivel organizațional. Prioritizarea are în vedere severitatea impactului asupra angajaților afectați, numărul de persoane vizate și capacitatea companiei de a interveni direct și eficient.

Acțiuni pentru prevenirea și atenuarea impacturilor negative

Rezultatele studiului anual de angajament stau la baza unei foi de parcurs structurate pe patru faze pentru anul 2026, care reunește măsurile de creștere a angajamentului. În completare, compania a introdus Pulse Survey-uri și întâlniri cu toate departamentele, care permit colectarea de feedback între edițiile studiului anual și comunicarea transparentă a măsurilor adoptate.

În privința volumului de muncă și a colaborării dintre echipe, compania a răspuns prin programul de wellbeing Well by SECOM, construit pe un calendar tematic lunar care include webinarii de sănătate mentală și fizică, activări practice și parteneriate cu furnizori specializați, precum și prin dezvoltarea competențelor de management în cadrul programelor de formare.

Pentru echitatea de remunerare între femei și bărbați, începând cu anul 2026, compania a implementat un instrument intern de transparență salarială, aliniat Directivei (UE) 2023/970, prin care monitorizează periodic decalajul mediu de remunerare pe grade de post, cu scopul de a identifica și de a corecta eventuale disparități.

Eficacitatea acestor acțiuni este urmărită prin evoluția anuală a scorului de angajament, prin rata fluctuației de personal și prin evoluția decalajului salarial, indicatori de rezultat, nu doar de desfășurare a activităților.

În perioada de raportare, compania nu a identificat impacturi negative semnificative reale asupra propriei forțe de muncă, care să fi necesitat măsuri formale de remediere. Situațiile

punctuale apărute în activitatea curentă au fost gestionate direct, conform abordării descrise în secțiunea privind procesele de remediere, iar mecanismul formal de raportare a neregulilor rămâne disponibil pentru situațiile care ar necesita o intervenție structurată sau confidențială.

Inițiative cu impact pozitiv asupra angajaților

Dincolo de măsurile de prevenire și de atenuare, compania derulează o serie de inițiative al căror scop principal este generarea unui impact pozitiv direct asupra angajaților.

Programul de mentorat Step Forward oferă colegilor selectați mentorat structurat din partea membrilor Board-ului, cu scopul de a accelera dezvoltarea profesională și de a construi un flux intern de succesiune pentru rolurile de conducere. Cultura de recunoaștere reunește inițiative dedicate performanței și contribuției angajaților, inclusiv recompense pentru colegii activi în procesul de învățare continuă. Procesul de Talent Management și FIT Tool oferă fiecărui manager și fiecărui angajat o imagine asupra potrivirii cu rolul, cu echipa și cu organizația, precum și asupra direcțiilor de dezvoltare. Well by SECOM contribuie la starea de bine a angajaților prin activări lunare tematice de sănătate fizică și mentală, alimentație și sport, organizate în parteneriat cu Corporate Sano, 7card și Regina Maria. Programele de formare din cadrul academiilor interne au ca scop explicit dezvoltarea competențelor și a potențialului angajaților, dincolo de nevoile operaționale imediate.

Gestionarea riscurilor legate de forța de muncă proprie

Modelul de afaceri al companiei, construit pe distribuție, vânzări și o rețea proprie de magazine, depinde direct de propria forță de muncă, în special de echipele din magazine și de cele de vânzări de teren, care asigură cea mai mare parte a interacțiunii cu clienții. Principalul risc care decurge din această dependență este perturbarea activității în cazul unei fluctuații ridicate de personal sau al unui decalaj de competențe în echipele cheie.

Compania gestionează acest risc prin mai multe măsuri aflate în implementare. Foaia de parcurs pentru 2026 vizează reducerea riscului de pierdere a personalului cheie. Procesul de Talent Management și FIT Tool permit identificarea timpurie a nepotrivirilor dintre angajat și rol, precum și a nevoilor de dezvoltare, reducând riscul plecărilor neplanificate. Programele de formare și programul de mentorat Step Forward diminuează riscul de decalaj de competențe și susțin succesiunea pe rolurile de conducere. Termenele interne stabilite pentru procesul de recrutare reduc durata de ocupare a pozițiilor vacante și limitează impactul operațional al plecărilor. Instrumentul de transparență salarială susține menținerea unei remunerații competitive, factor relevant pentru retenție.

Dat fiind profilul forței de muncă proprii, formată din angajați cu contracte individuale de muncă încheiate în România, compania nu identifică riscuri semnificative de natură reputațională sau juridică legate de munca forțată sau de munca copiilor.

Valorificarea oportunităților legate de forța de muncă proprie

În cadrul Secom®, oportunitățile identificate în legătură cu forța de muncă proprie vizează în principal creșterea nivelului de angajament, dezvoltarea competențelor și consolidarea retenției angajaților. Acestea sunt abordate prin implementarea unor politici și programe specifice în domeniul remunerării, beneficiilor și dezvoltării profesionale.

Un element central îl reprezintă procedura privind compensarea și beneficiile, care definește procesele de gestionare a salarizării, acordarea bonusurilor și responsabilitățile funcțiilor implicate. Compania urmărește menținerea unui nivel de remunerare competitiv, aliniat pieței muncii, printr-o structură care include salariu fix și componente variabile de performanță, acordate diferențiat în funcție de specificul rolurilor.

Pachetul de beneficii este conceput pentru a sprijini bunăstarea angajaților și pentru a contribui la retenția acestora. Acesta include beneficii de bază, precum servicii medicale și asigurări, precum și beneficii suplimentare orientate spre sprijin personal și echilibru între viața profesională și cea personală. Compania oferă, de asemenea, acces la un sistem flexibil de beneficii, care permite angajaților să își personalizeze opțiunile în funcție de nevoile individuale.

Pentru susținerea oportunităților legate de dezvoltarea profesională, compania implementează programe de formare interne și externe, adaptate nevoilor diferitelor roluri și linii de business. Acestea includ instruiți tehnice și funcționale, precum și programe dedicate dezvoltării competențelor de comunicare, vânzări sau leadership. Procesele de evaluare anuală și planificare a carierei contribuie la identificarea nevoilor de dezvoltare și la alinierea acestora cu obiectivele organizaționale.

Totodată, compania utilizează instrumente digitale pentru monitorizarea participării la programele de formare, ceea ce permite o evidență structurată a dezvoltării competențelor la nivel organizațional.

Aceste direcții susțin, totodată, poziționarea companiei pe piața muncii. Procesul de Talent Management, FIT Tool și programul de mentorat Step Forward oferă angajaților o perspectivă clară de creștere în interiorul organizației, iar programul Well by SECOM și cultura de recunoaștere contribuie la o propunere de valoare diferențiată pentru angajați, relevantă atât pentru retenție, cât și pentru atragerea de noi colegi. Termenele interne stabilite pentru recrutare permit companiei să răspundă rapid nevoilor de creștere a echipei.

Valorificarea acestor oportunități este urmărită prin evoluția anuală a scorului de angajament și a indicatorului Intention to Stay, prin analiza periodică a decalajului de remunerare, prin rezultatele înregistrate față de termenele interne de recrutare și prin evaluarea periodică a alocărilor din ABC+ Talent Matrix, care permite ajustarea programelor de dezvoltare.

Practici proprii care ar putea genera impacturi asupra angajaților

Compania urmărește ca propriile practici comerciale și operaționale să nu genereze impacturi negative asupra forței de muncă. Pentru echipele de vânzări, ale căror venituri includ componente variabile legate de obiective comerciale, este avut în vedere efectul acestor obiective asupra volumului de muncă și asupra nivelului de presiune resimțit, deși aspectul nu este reglementat în prezent printr-o politică formală dedicată. Schemele de bonusare sunt analizate periodic și recalibrate atunci când este cazul.

Prelucrarea datelor cu caracter personal ale angajaților este reglementată printr-o politică documentată, care acoperă colectarea, utilizarea și stocarea informațiilor din procesele de resurse umane. În deciziile privind reorganizarea activității sau încetarea raporturilor de muncă, compania are în vedere impactul asupra persoanelor afectate și urmărește respectarea prevederilor legale aplicabile, gestionând situațiile prin dialog direct între People & Culture, managerul implicat și angajat.

Resursele alocate

Pentru gestionarea impacturilor asupra propriei forțe de muncă, compania alocă anual un buget dedicat departamentului People & Culture, distinct de cheltuielile salariale. În 2025 acesta a totalizat peste 2,4 milioane de lei, în 2024 bugetul dedicat departamentului People & Culture a fost de 1,7 milioane de lei și a fost structurat pe cinci categorii: comunicare internă, formare și dezvoltare, beneficii, consultanță, respectiv recrutare și selecție. Cea mai mare parte a resurselor este direcționată către comunicarea și dialogul cu angajații, inclusiv instrumentele de măsurare a angajamentului, și către formare și dezvoltare profesională.

Bugetul dedicat formării și dezvoltării profesionale a fost de peste 845.000 lei în 2025 și 500.000 de lei în 2024 și a acoperit cursuri cu furnizori externi, logistica aferentă sesiunilor de formare, participarea la conferințe și seminarii de specialitate, precum și instrumente de dezvoltare, între care platforma de e-learning, cu licențe pentru aproximativ 200 de angajați, și programul intern de recunoaștere a învățării continue.

Programele interne de formare din perioada 2024-2025 au fost organizate astfel Leaders of Secom, dedicată managerilor, cu teme precum leadership situațional, managementul echipelor și managementul schimbării; Sales Academy, pentru echipele de vânzări; Sales Academy Retail, pentru echipele din magazine; și cursuri tehnice de specialitate pentru departamentele suport.

Alocarea este susținută integral din resurse operaționale proprii, aprobate anual în procesul de planificare bugetară. Compania nu utilizează instrumente de finanțare durabilă dedicate pentru finanțarea acestor acțiuni, iar valoarea resurselor pentru anii următori se stabilește anual, în același proces.

Monitorizarea eficacității

Compania urmărește recurent un set de instrumente și indicatori pentru a evalua dacă aceste acțiuni produc rezultate: studiul anual de angajament, care permite compararea

rezultatelor de la an la an; Pulse Survey-urile, care oferă o măsurare mai frecventă între edițiile studiului anual; procesele de evaluare intermediară și anuală, prin care se urmărește evoluția competențelor la nivel individual; rata fluctuației de personal; indicatorii de participare, precum numărul de ore de formare per angajat și numărul de utilizatori activi ai platformei de e-learning; și numărul de sesizări primite prin mecanismul de raportare a neregulilor.

Compania nu utilizează în prezent audituri externe dedicate sau evaluări realizate de terți ca surse de verificare a eficacității acestor acțiuni. Rezultatele sunt analizate de departamentul People & Culture și integrate în procesul anual de planificare, inclusiv bugetară, ceea ce permite ajustarea acțiunilor acolo unde indicatorii arată o tendință nefavorabilă.

Ținte legate de gestionarea impacturilor semnificative, de promovare a impacturilor pozitive, precum și de gestionarea riscurilor și a oportunităților semnificative

Țintele prezentate în continuare acoperă temele identificate ca semnificative pentru forța de muncă proprie și sunt definite în corelație directă cu impacturile, riscurile și oportunitățile identificate. Ele urmăresc reducerea impacturilor negative, consolidarea celor pozitive și susținerea performanței organizaționale pe termen lung.

O parte dintre ținte sunt exprimate cantitativ, cu valoare și termen definite, iar altele reprezintă direcții de acțiune pe care compania le urmărește fără a le fi asociat, în acest stadiu, o valoare-țintă măsurabilă. Compania a optat pentru această abordare în primul său exercițiu de raportare structurat conform ESRS, urmând ca țintele să fie completate și calibrate pe măsura consolidării seriilor de date. Pentru o parte dintre ele, responsabilitatea a fost integrată în obiectivele anuale de performanță ale funcțiilor implicate, ceea ce asigură urmărirea lor în cadrul proceselor curente de management.

Rezultatele față de obiectivele asumate pentru 2025

În raportul precedent, compania și-a asumat trei obiective legate direct de forța de muncă proprie.

Astfel, în ceea ce privește asigurarea unui nivel minim de formare profesională de 30 de ore pe an pentru fiecare membru al echipei, indiferent de poziția ocupată, obiectivul a fost depășit, media realizată în 2025 fiind de 36,93 ore per angajat.

În cazul obiectivului care a vizat menținerea unui raport egal între media numărului de ore de formare pentru femei și cea pentru bărbați, în cazul cursurilor obligatorii adresate tuturor colegilor, precum cele de securitate și sănătate în muncă, tehnologia informației și conformitate, acesta a fost realizat, media fiind de o oră pentru ambele categorii.

Al treilea obiectiv viza angajarea a cel puțin cinci persoane din categorii vulnerabile la discriminare și realizarea a cel puțin două comunicări anuale pe tema diversității și a

combaterii discriminării. Obiectivul a fost realizat parțial. Compania a purtat discuții cu două organizații neguvernamentale specializate, fără ca acestea să conducă la angajări, iar una dintre ele a propus o abordare alternativă, aflată în evaluare. În aceeași perioadă, compania a încheiat contracte cu furnizori de servicii care lucrează cu persoane cu dizabilități. Din cele două comunicări interne asumate a fost realizată una, iar cursul intern dedicat diversității și combaterii discriminării a devenit obligatoriu pentru toți colegii.

Obiective pentru 2026 și 2027

Pentru 2026, compania menține pragul minim de 30 de ore de formare profesională pe an pentru fiecare membru al echipei, indiferent de poziția ocupată, precum și obiectivul privind raportul egal între media orelor de formare pentru femei și cea pentru bărbați, în cazul cursurilor obligatorii. Responsabilitatea pentru ambele este integrată în obiectivele anuale ale funcției de dezvoltare profesională.

În domeniul diversității și incluziunii, compania și-a definit o direcție mai amplă: dezvoltarea unui mediu de lucru incluziv, prin creșterea nivelului de conștientizare, prin crearea de parteneriate relevante și prin facilitarea accesului la oportunități pentru grupurile vulnerabile. Pentru 2026, obiectivul asumat este realizarea a cel puțin două comunicări interne anuale pe tema diversității și a combaterii discriminării. Pentru 2027, compania își propune ca toți colegii să finalizeze cursul intern dedicat acestui subiect și să adere la Camera de Comerț pentru Diversitate din România. La acestea se adaugă două direcții permanente: continuarea colaborării cu furnizori care implică persoane din categorii vulnerabile și adaptarea anunțurilor de angajare, astfel încât să reflecte deschiderea organizației față de persoane din categorii vulnerabile, persoane cu dizabilități și minorități.

Sănătatea și securitatea în muncă

Compania urmărește menținerea unui mediu de lucru sigur și prevenirea incidentelor prin aplicarea continuă a măsurilor de protecție, prin instruirii periodice și prin evaluări de risc. Obiectivele din acest domeniu sunt orientate spre menținerea unui nivel scăzut al incidentelor și spre îmbunătățirea continuă a condițiilor de muncă.

Volumul de muncă și echilibrul dintre viața profesională și cea personală

În contextul impacturilor asociate volumului de muncă, compania urmărește prevenirea suprasolicitării angajaților și menținerea unui echilibru adecvat între viața profesională și cea personală. Direcțiile stabilite vizează îmbunătățirea organizării activității și a alocării resurselor, în vederea reducerii riscurilor asociate stresului profesional. Ele au fost definite inclusiv pe baza consultărilor interne, care au evidențiat percepții legate de volumul de muncă și de resursele disponibile în anumite structuri.

Angajamentul și retenția

Pentru monitorizarea percepției angajaților privind experiența la locul de muncă, inclusiv aspectele asociate echilibrului dintre viața profesională și cea personală,

compania utilizează studiul anual de angajament. În ultimii doi ani am avut o medie de angajament de 80%, iar pentru 2026 compania și-a stabilit ca obiectiv atingerea unui scor de 83%. Sunt urmărite, totodată, oportunitățile legate de creșterea atractivității ca angajator și de dezvoltarea capitalului uman, prin politicile de remunerare, de beneficii și de formare profesională.

Conformitatea cu legislația muncii

Compania stabilește obiective pentru gestionarea riscurilor asociate neconformării cu legislația muncii și cu cerințele privind sănătatea și securitatea în muncă, precum și pentru menținerea unui nivel adecvat de retenție și de angajament al angajaților.

Modul în care sunt stabilite și urmărite țintele

Stabilirea acestor obiective are la bază informații colectate din studiul anual de angajament, din procesele de evaluare a performanței și din consultări directe cu angajații. Reprezentanții angajaților participă la întâlniri periodice cu managementul, în cadrul cărora sunt discutate aspecte relevante privind condițiile de muncă, volumul de lucru și nevoile de dezvoltare, contribuind astfel la definirea priorităților organizaționale.

Progresul în raport cu obiectivele stabilite este monitorizat prin instrumente interne, între care studiul anual de angajament, evaluările periodice și sistemele de urmărire a participării la programele de formare. Rezultatele sunt analizate la nivelul conducerii și utilizate pentru ajustarea măsurilor implementate. Ele sunt prezentate angajaților în cadrul întâlnirilor organizate după fiecare ediție a studiului anual, iar observațiile formulate cu acest prilej sunt luate în considerare la calibrarea măsurilor pentru anul următor.

Caracteristicile angajaților companiei

La finalul anului 2024, compania avea 197 de angajați, iar la finalul anului 2025 numărul acestora a ajuns la 211.

2024
197
angajați
163 F · 34 B



+14 angajați · +7,1%

2025
211
angajați
180 F · 31 B



Femei

Bărbați

O siluetă = 10 angajați

Număr total de angajați	Femei	Bărbați	Total	
2024	163	34	197	
2025	180	31	211	

Media numărului de angajați a fost de 189,25 în 2024 și de 210,58 în 2025. Toți angajații companiei își desfășoară activitatea în România, motiv pentru care nu este prezentată o defalcare pe țări.

Numărul de angajați este raportat la număr de persoane. Compania nu utilizează echivalentul în normă întreagă. Numărul total de angajați este raportat la finalul perioadei de raportare, la 31 decembrie, iar media numărului de salariați a fost determinată prin suma numărului de angajați aferent fiecărei luni împărțită la numărul de luni ale perioadei de raportare.

Numărul de angajați este raportat la număr persoane. Compania nu utilizează echivalentul în normă întreagă (ENI). Media numărului de salariați a fost determinată prin suma numărului de angajați aferent fiecărei luni împărțită la numărul de luni ale perioadei de raportare (12 luni).

Tip de angajați	2024			2025		
	Femei	Bărbați	Total	Femei	Bărbați	Total
Număr de angajați permanenți	156	33	189	178	30	208
Număr de angajați temporari	7	1	8	2	1	3
Număr de angajați cu program de lucru negarantat	0	0	0	0	0	0
Număr de angajați cu normă întreagă	161	34	195	178	31	209
Număr de angajați cu fracțiune de normă	2	0	2	2	0	2

Secom® Healthcare monitorizează anual evoluția fluctuației de personal, atât din perspectiva plecărilor voluntare, cât și a celor inițiate de companie, pentru a înțelege dinamica forței de muncă și pentru a identifica oportunități de îmbunătățire a experienței angajaților.

În perioada de raportare, numărul total al plecărilor a fost de 38 de angajați atât în 2024, cât și în 2025. Dintre acestea, în anul 2024, 27 de plecări au fost voluntare, iar 11 plecări au fost involuntare, în timp ce în anul 2025, 34 de plecări au fost voluntare, iar 4 plecări au fost involuntare. Rata totală de fluctuație a personalului a fost calculată prin raportarea

numărului total de angajați care au părăsit compania în perioada de raportare la numărul mediu de angajați.

Pe baza acestei metodologii, rata fluctuației totale a fost de:

- 20,08% în 2024,
calculată raportat la
un număr mediu de 189,25 angajați;
- 18,04% în 2025,
calculată raportat la
un număr mediu de 210,58 angajați.

Rata fluctuației voluntare, calculată prin raportarea numărului de plecări voluntare la numărul mediu de angajați a fost de:

- 14,27% în 2024;
- 16,15% în 2025.

Datele privind numărul de angajați și fluctuația de personal provin din sistemul de administrare a resurselor umane Colorful Payroll/HR, utilizând rapoartele de angajați și rapoartele lunare de turnover. Pentru calculul indicatorilor de fluctuație, headcount-ul reprezintă numărul angajaților cu statut activ la data raportării, excluzând contractele de muncă suspendate.

Numărul mediu anual de angajați ai Secom® Healthcare a crescut de la 189 angajați în 2024 la 211 angajați în 2025, reprezentând o creștere de aproximativ 11%. Evoluția reflectă dezvoltarea activității companiei, în principal extinderea rețelei de magazine proprii, prin deschiderile din Cluj-Napoca și din Insula Băneasa, precum și creșterea organică a activității. Fluctuația de personal are un caracter parțial sezonier, generat de dinamica specifică diviziei de retail, respectiv deschiderile și relocările de magazine și variațiile de personal asociate perioadelor de vârf comercial.

Rata de fluctuație voluntară anualizată a crescut de la 14,27% în 2024 la 16,15% în 2025, creșterea fiind concentrată în principal în divizia Retail, într-o piață a muncii competitivă pentru poziții de vânzări. Evoluția acestui indicator este monitorizată de companie pentru a identifica tendințele privind retenția angajaților și pentru a susține dezvoltarea inițiativelor dedicate experienței angajaților, culturii organizaționale și menținerii unui mediu de lucru atractiv.

Datele privind numărul de angajați exclud persoanele cu contracte individuale de muncă suspendate, care rămân în relație contractuală cu compania, dar nu desfășoară activitate în perioada respectivă, și reflectă doar angajații cu statut activ la data de referință. În această categorie au fost incluse 14 persoane în 2024 și 8 persoane în 2025 (de exemplu, angajați aflați în concediu pentru creșterea copilului).

Toate persoanele care lucrează pentru SECOM Healthcare SRL sunt angajați, iar Compania nu are în cadrul forței de muncă proprii persoane care să nu fie salariate.

Contextul acestei alegeri este legat de natura activității și de strategia de resurse umane a Companiei: activitatea de vânzări în domeniul farmaceutic și medical (interacțiunea cu profesioniști din sănătate și instituții reglementate) se desfășoară prin angajare directă, din motive de răspundere, exclusivitate și control asupra reprezentării mărcii. În plus, strategia de People & Culture a Companiei este orientată spre relații de angajare stabile, pe termen lung, cu investiție susținută în dezvoltarea angajaților (programe de formare, evaluări periodice de performanță, planuri de carieră), un model care presupune forță de muncă proprie, nu externalizată. Structura organizațională integrată a Companiei (sediu central, rețea de magazine proprii și echipe de vânzări proprii) nu implică externalizarea unor funcții operaționale către furnizori terți de forță de muncă.

Indicatori privind diversitatea

Echipa managerială (2024)	Femei		Bărbați		Total
	Nr.	%	Nr.	%	
	4	44,4%	5	55,6%	
Echipa managerială (2025)	Femei		Bărbați		Total
	Nr.	%	Nr.	%	
	4	40%	6	60%	

Angajați în funcție de vârstă la finalul perioadei de raportare

2024		2025	
Angajați în funcție de vârstă	Număr	Angajați în funcție de vârstă	Număr
Sub 30	27	Sub 30	24
Între 30 și 50	157	Între 30 și 50	175
Peste 50	13	Peste 50	12
Total	197	Total	211

Salarii adecvate

Secom® Healthcare asigură remunerarea angajaților în conformitate cu prevederile legislației naționale aplicabile privind salarizarea, inclusiv cu nivelul salariului minim brut garantat în plată stabilit prin legislația din România.

În România, cadrul legislativ privind salariul minim este stabilit prin Codul Muncii (Legea nr. 53/2003) și prin hotărârile Guvernului privind stabilirea salariului minim brut pe țară garantat în plată. Deși legislația națională nu definește un concept distinct de „salariu minim adecvat”, similar abordării introduse prin Directiva (UE) 2022/2041 privind salariile minime

adekvate în Uniunea Europeană, compania utilizează prevederile legale aplicabile ca reper minim în stabilirea remunerației angajaților.

Secom® Healthcare monitorizează nivelurile de remunerare și urmărește asigurarea unor condiții salariale competitive, raportate la responsabilitățile asociate fiecărui rol, experiența profesională, competențele necesare și condițiile specifice pieței muncii.

În perioada de raportare, toți angajații Secom® Healthcare au fost remunerați peste nivelul salariului minim brut garantat în plată stabilit la nivel național.

Formarea și dezvoltarea competențelor

Categorie 2024	Număr de evaluări	% din total angajați din categorie	% din total evaluări care ar fi trebuit efectuate
Femei	113	70%	100%
Bărbați	29	86%	100%
Total evaluări	142	72%	100%
Categorie 2025	Număr de evaluări	% din total angajați din categorie	% din total evaluări care ar fi trebuit efectuate
Femei	140	78%	100%
Bărbați	30	97%	100%
Total evaluări	170	81%	100%

În ceea ce privește dezvoltarea competențelor angajaților, compania monitorizează numărul mediu de ore de formare realizate anual per angajat, inclusiv diferențiat pe gen. În anul 2024, media generală a fost de 38,14 ore de formare/angajat, cu o medie de 37,26 ore pentru femei și 42,35 ore pentru bărbați. În anul 2025, media generală a fost de 36,93 ore de formare/angajat, cu o medie de 33,17 ore pentru femei și 57,47 ore pentru bărbați. Diferențele înregistrate între categorii reflectă participarea angajaților la programe de formare adaptate rolurilor, responsabilităților și nevoilor specifice de dezvoltare profesională.

Categorie 2024	Număr total de ore de training	Număr total de angajați din categorie	Numărul mediu de ore de training
Femei	6072	163	37,26
Bărbați	1440	34	42,35
Total	7512	197	38,14

Categorie 2025	Număr total de ore de training	Număr total de angajați din categorie	Numărul mediu de ore de training
----------------	--------------------------------	---------------------------------------	----------------------------------

Femei	5970	180	33,17
Bărbați	1896,5	33	57,47
Total	7866,5	213	36,93

Numărul total de angajați utilizat în tabelele privind formarea profesională cuprinde toate persoanele care au beneficiat de programe de formare în cursul anului, inclusiv pe cele angajate în ultimul trimestru sau care au plecat în cursul anului. Acest număr diferă de cel utilizat în tabelele privind evaluarea performanței, care include doar angajații eligibili pentru ciclul anual de evaluare, respectiv persoanele angajate înainte de începerea acestuia.

Sănătate și siguranță

Secom® Healthcare acordă o atenție constantă asigurării unui mediu de lucru sigur și sănătos pentru angajați, prin implementarea măsurilor de prevenție și prin respectarea cerințelor legale aplicabile în domeniul sănătății și securității în muncă (SSM). Compania desfășoară activități periodice de instruire și verificare SSM, cu scopul de a crește gradul de conștientizare privind riscurile asociate activității profesionale și de a asigura aplicarea măsurilor necesare pentru prevenirea incidentelor.

Aceste angajamente și mecanisme se aplică întregii forțe de muncă proprii, indiferent de tipul de contract, divizia de activitate sau locația de desfășurare a activității, incluzând sediul central, magazinele din rețeaua proprie de retail și celelalte puncte de lucru ale companiei.

An	Angajați participanți la instruire SSM	Număr mediu angajați	Grad de acoperire
2024	191	189	~100%
2025	200	211	~95%

Gradul de acoperire a fost calculat ca raport între numărul angajaților care au participat la instruirile SSM și numărul mediu anual de angajați.

În perioada de raportare, Secom® Healthcare nu a înregistrat decese rezultate în urma accidentelor de muncă. De asemenea, nu au fost raportate accidente de muncă în anii 2024 și 2025, reflectând eficiența măsurilor preventive și a mecanismelor interne de gestionare a sănătății și securității în muncă.

Rata accidentelor de muncă înregistrabile a fost, în consecință, zero în ambii ani ai perioadei de raportare. Indicatorul a fost calculat prin raportarea numărului de accidente la numărul total de ore lucrate, înmulțit cu un milion, conform metodologiei prevăzute de standard. Numărul total de ore lucrate a fost de 340.363 în 2024 și de 392.829 în 2025.

În aceeași perioadă nu au fost înregistrate cazuri de îmbolnăvire profesională și nu au fost pierdute zile lucrătoare ca urmare a accidentelor de muncă sau a bolilor profesionale.

Compania nu are contractori sau alți lucrători care să își desfășoare activitatea în locațiile sale în condiții care să intre în domeniul de aplicare al acestui indicator, motiv pentru care nu sunt raportate date privind decesele în rândul acestora.

Echilibrul dintre viața profesională și cea privată

Tip de angajați	2024		2025	
	Angajați care și-au luat concediu din motive familiale	% din total	Angajați care și-au luat concediu din motive familiale	% din total
Femei	74	42%	83	51%
Bărbați	2	7%	2	6%
Total	76	36%	85	44%

3.2 Proiecte pentru comunitate

Deși implicarea în comunitate nu a fost identificată ca temă semnificativă în urma analizei de dublă materialitate, informațiile din această secțiune sunt prezentate în mod voluntar, ca informații suplimentare. Compania a ales să le includă pentru că sprijinul pentru comunități face parte din modul în care își definește rolul încă dinainte de a raporta conform cerințelor de sustenabilitate, iar direcțiile de acțiune au fost stabilite în urma consultării echipei și a partenerilor externi.

Pe măsură ce compania s-a dezvoltat, a urmărit ca investițiile sociale pe care le face să fie în directă legătură cu nevoile comunităților, contribuind astfel la construirea unei societăți durabile. De aceea, încă din 2020, Secom® s-a consultat atât cu echipa, cât și cu stakeholderii externi interesați, pentru a identifica domeniile prioritare în care compania, prin natura activității sale, poate aduce un plus de valoare.

În urma analizei, compania a identificat trei piloni de acțiune, legați direct de trei obiective de dezvoltare durabilă:

Sănătate și bunăstare (ODD 3)

- Reducerea mortalității premature cauzate de boli netransmisibile prin prevenire, tratare și promovarea sănătății mintale și a bunăstării.
- Accesul populației la produse și servicii medicale.
- Promovarea sănătății mintale.

Educație de calitate (ODD 4)

- Asigurarea accesului la învățământul primar și secundar gratuit, echitabil și de calitate.
- Creșterea numărului de tineri și adulți care dețin competențe relevante, inclusiv competențe tehnice și vocaționale, facilitând astfel angajarea.
- Educație pentru sănătate pentru tinerii de toate vârstele.

Consum și producție responsabile (ODD 12)

- Utilizarea de ambalaje din materiale regenerabile.
- Recuperarea și reciclarea materialelor din care sunt ambalate produsele.
- Colectarea suplimentelor expirate.

În 2025, compania a elaborat Politica de investiții în comunitate, stabilind principiile și direcțiile de implicare socială și susținere a comunităților.

Valoarea totală a sponsorizărilor Secom® (include valoarea produselor donate) a fost de:

2023	2024	2025
734.842 lei	1.102.159 lei	1.427.254 lei

Obiective privind investițiile în comunitate

Compania și-a asumat alocarea a 20% din impozitul pe profit pentru sponsorizări și donații, în contextul menținerii cadrului legislativ actual privind sponsorizarea. Obiectivul a fost depășit.

Compania menține acest angajament pentru perioada următoare, atât timp cât mecanismul legal de redirectionare a impozitului pe profit rămâne în vigoare. Urmărirea lui revine departamentului financiar, împreună cu funcția de comunicare corporativă.

Proiectele sociale susținute de Secom®

În conformitate cu angajamentul companiei de a genera impact pozitiv în comunitate, programul „Secom® În slujba binelui” a continuat și în 2024–2025 să susțină inițiative sociale prin contribuții financiare și implicarea voluntară a angajaților.

În 2024, prin programul intern de implicare socială și prin redirectionarea sumelor aferente impozitului pe profit, compania a investit 385.145 lei pentru susținerea a 28 de proiecte sociale implementate împreună cu 20 de organizații neguvernamentale. În cadrul acestor inițiative, 38 de colegi voluntari s-au implicat activ, contribuind la generarea unui impact pozitiv pentru 6.351 de beneficiari direcți și 17.070 de beneficiari indirecti.

În 2025, compania a susținut, prin Secom în Slujba Binelui, 29 de proiecte sociale dezvoltate în parteneriat cu 22 de ONG-uri, prin investiții totale de 456.839 lei și prin implicarea directă a 43 de angajați voluntari. Aceștia au contribuit la colaborarea cu organizațiile partenere, implementarea proiectelor și realizarea de donații personale. Inițiativele derulate au sprijinit 5.943 de beneficiari direcți și 42.573 de beneficiari indirecti.

Proiectele derulate în 2025 au răspuns unei game variate de nevoi reale din comunitate. Elevii au participat la ateliere anti-bullying, precum și la activități dedicate nutriției și unui stil de viață sănătos, în timp ce cadrele didactice au beneficiat de sesiuni de dezvoltare personală și management emoțional. În București, mamele singure au avut acces la sesiuni de terapie de grup, iar în mai multe comunități rurale au fost organizate activități de

educație pentru sănătate, igienă și prevenție. Au fost renovate și dotate săli de clasă pentru a asigura condiții adecvate de învățare, iar în Arad a fost amenajat un colț de lectură pentru elevii unei școli gimnaziale. Pacienții din secțiile de oncologie pediatrică din Iași au beneficiat de sprijin emoțional prin experiențe menite să aducă bucurie, precum vizite-surpriză sau seri de cinema.

În domeniul sănătății, compania a continuat să susțină proiecte strategice cu impact național și regional. Caravana cu Medici a oferit consultații și screeninguri gratuite pentru 400 de copii și adulți din mediul rural, iar prin colaborarea cu Ronald McDonald House din București, Secom® a asigurat peste 700 de mese calde pentru părinții copiilor internați pe termen lung la Spitalul Grigore Alexandrescu.

În ce privește accesul la educație, compania a sprijinit proiecte care facilitează accesul la resurse moderne pentru sute de profesori și mii de elevi. Cu sprijinul Secom®, platforma SMART Generation, dezvoltată de Digital Nation și utilizată de peste 5.500 de profesori la nivel național, a fost actualizată cu funcționalități noi pentru planificarea lecțiilor și monitorizarea progresului elevilor. Programul Teach for Romania a continuat și în 2025, cu implicarea Secom®, contribuind la dezvoltarea competențelor profesorilor și la reducerea inegalităților în accesul la educație de calitate.

În linie cu angajamentul său pentru sustenabilitate, Secom® s-a implicat și în inițiative care promovează responsabilitatea față de mediu, precum Ziua Națională de Curățenie organizată de Let's Do It, Romania! și Sustenlandia CEO Forum, un eveniment dedicat leadershipului responsabil. Compania a continuat, de asemenea, donațiile recurente de produse către organizațiile partenere și a susținut inițiative sociale și culturale dezvoltate de Familia Regală a României.

De-a lungul celor 21 de ani de activitate, Secom® a sprijinit peste 110.000 de beneficiari, prin colaborări cu aproape 100 de ONG-uri, instituții de învățământ și unități medicale. Totodată, compania a investit peste 1,2 milioane de euro în programe de educație pentru sănătate și prevenție, inclusiv în proiecte editoriale, platforme educaționale și evenimente publice precum podcastul „Supliment de bine”, revista „Perspective”, programul „Planul Bunelor Rutine”, studiul „Prevenția în România” și conferința Wellbeing 360°.

3.3 Consumatori și utilizatori finali

3.3.1 Siguranța și calitatea produselor

Tipurilor de consumatori și/sau utilizatori finali ai produselor Secom®

Consumatorii produselor Secom® pot fi grupați în funcție de nevoia care îi aduce către portofoliu. Cei mai mulți sunt adulți care folosesc suplimente alimentare pentru menținerea stării de bine sau pentru susținerea organismului în perioade cu solicitare crescută. O a doua categorie o formează persoanele care își gestionează o afecțiune și pentru care suplimentele reprezintă un sprijin complementar tratamentului, utilizat la recomandarea și sub supravegherea medicului sau a farmacistului. O categorie distinctă o reprezintă copiii, pentru care compania importă și dezvoltă game cu formule adaptate vârstei.

Indiferent de categorie, decizia privind utilizarea unui supliment alimentar este una care se ia informat, iar în cazul persoanelor aflate sub tratament, în consultare cu un profesionist din domeniul sănătății. Rolul companiei este de a pune la dispoziție informația necesară pentru o astfel de decizie: etichetare corectă și completă, materiale documentate de informare și, în magazinele proprii, colegi cu pregătire în domeniu care răspund întrebărilor privind compoziția produselor și modul de administrare.

Produsele fiind destinate consumului, siguranța și calitatea lor se reflectă direct în sănătatea celor care le utilizează, iar acest lucru capătă o greutate suplimentară în cazul copiilor, al persoanelor vârstnice și al celor care gestionează afecțiuni cronice. Din acest motiv, controlul calității pe întreg lanțul de aprovizionare, conformitatea cu cerințele de reglementare și acuratețea informațiilor de pe etichetă nu sunt tratate ca cerințe de conformare, ci ca precondiții ale activității.

Impacturi, riscuri și oportunități

Secom® generează un impact pozitiv actual asupra consumatorilor prin asigurarea unor produse de înaltă calitate și siguranță, susținută de un sistem riguros de selecție și control al producătorilor parteneri. Compania colaborează exclusiv cu producători care dețin certificări internaționale recunoscute, precum GMP, IFS Food v7, NSF International, ISO 22000:2018/HACCP și ISO 14001/UNI EN ISO 14001:2015, precum și licențe specifice industriei suplimentelor alimentare. Toate ingredientele utilizate sunt testate din punct de vedere calitativ și însoțite de certificate de analiză, iar testele de laborator sunt realizate conform standardelor ISO și GMP și în linie cu ghidurile internaționale (Farmacopee). Produsele respectă integral cerințele legislației naționale, europene și internaționale aplicabile.

În paralel, compania contribuie activ la promovarea sănătății publice, prin inițiative proprii și parteneriate relevante, care vizează educația pentru sănătate și prevenția. Proiecte precum podcastul „Supliment de bine”, difuzat din 2019 și relansat sub denumirea actuală în 2023, precum și alte inițiative dezvoltate prin platformele proprii, susțin informarea consumatorilor și adoptarea unui stil de viață sănătos. Prin aceste demersuri, Secom®

contribuie la creșterea gradului de conștientizare privind sănătatea și prevenția, consolidând impactul pozitiv asupra comunității.

În același timp, compania recunoaște existența unui impact negativ potențial, asociat riscului ca produse contrafăcute, nesigure sau neconforme, comercialize adesea ilegal de alte companii din piață, să ajungă la consumatori, ceea ce ar putea afecta sănătatea acestora, cât și încrederea în companie. Probabilitatea producerii unui astfel de impact este redusă, având în vedere sistemele de control implementate și colaborarea cu parteneri certificați. Până în prezent, nu au existat acțiuni în justiție care să vizeze calitatea produselor și nici retrageri de produse din portofoliul Secom® sau Good Routine®.

Pentru a preveni riscurile de reacții adverse la consumatori, cu potențiale consecințe asupra sănătății acestora, Secom® aplică un sistem strict de control al calității, inclusiv prin certificări independente precum NSF International, care atestă conformitatea dintre etichetă și conținutul produsului. Toate produsele sunt notificate conform cerințelor legale, iar etichetele sunt elaborate și verificate de Departamentul Regulatory Affairs, pentru a asigura conformitatea cu reglementările în vigoare. În cazul modificărilor legislative europene sau al actualizării limitelor privind concentrațiile ingredientelor, compania reacționează prompt și respectă toate cerințele și recomandările instituțiilor oficiale.

Secom® generează un impact pozitiv actual în ceea ce privește protecția copiilor, prin dezvoltarea și comercializarea unor produse dedicate susținerii sănătății acestora, formulate în conformitate cu cerințe stricte de siguranță și calitate. Produsele destinate copiilor sunt dezvoltate cu ingrediente atent selecționate și formule adaptate vârstei, fără aditivi, coloranți, gluten, alcool sau organisme modificate genetic. De exemplu, gama ChildLife® Essentials include suplimente naturale dedicate sănătății bebelușilor și copiilor, dezvoltate pentru a asigura un profil ridicat de siguranță și tolerabilitate.

Totodată, compania identifică o oportunitate în extinderea portofoliului de produse destinate copiilor, în contextul creșterii interesului pentru prevenție și pentru soluții sigure dedicate sănătății acestora, contribuind astfel la îmbunătățirea stării de sănătate a acestei categorii vulnerabile.

Politici și angajamente

Secom® Healthcare este un lider de autoritate în soluții de medicină integrativă, cu peste 21 de ani de experiență pe piața din România, construită pe un angajament constant pentru calitate. Activitatea companiei se bazează pe importul, distribuția și comercializarea de suplimente alimentare premium, realizate cu ingrediente studiate, certificate și brevetate la nivel global.

Calitatea produselor reprezintă fundamentul modelului de afaceri, fiind integrată în toate etapele – de la selecția ingredientelor și a producătorilor, până la relația cu consumatorii și gestionarea feedback-ului. Compania colaborează exclusiv cu producători internaționali de renume, care respectă standarde stricte de calitate și siguranță și dețin certificări relevante la nivel global.

Produsele Secom® și Good Routine® sunt recunoscute de consumatori și profesioniștii din domeniul sănătății pentru standardele ridicate de calitate și eficiență. Potrivit studiului IQVIA Recall Test realizat în octombrie 2025, 40% dintre medicii și farmaciștii participanți au asociat brandul Secom® cu poziția de lider în calitate în categoria suplimentelor alimentare.

Totodată, studiile de percepție realizate în rândul consumatorilor indică un nivel ridicat de încredere și fidelitate față de brandurile companiei. Conform studiului Brand Tracker realizat de AHA Moments în octombrie 2025, Secom® a înregistrat, pentru al patrulea an consecutiv, cea mai ridicată rată de retenție din categorie, de 66%, aproximativ 7 din 10 consumatori alegând să rămână fideli produselor companiei. Aceste rezultate reflectă încrederea consumatorilor în calitatea, siguranța și eficiența produselor Secom® și Good Routine®.

Portofoliul Secom® include circa 320 de suplimente alimentare, acoperind o gamă extinsă de nevoi terapeutice, precum și produse dezvoltate sub brandul propriu Good Routine®, fabricate în unități europene certificate.

Divizia Good Routine® by Secom

Divizia Good Routine® by Secom coordonează dezvoltarea și comercializarea portofoliului propriu al companiei, care include 48 de suplimente alimentare dedicate adulților și copiilor, precum și 17 produse din categoria alimentelor funcționale. Formulele sunt dezvoltate de echipa Innovation & Scientific Support din cadrul Secom® Healthcare și sunt produse în fabrici partenere din Europa: Spania, Italia, Suedia, Norvegia, Danemarca etc., care dețin certificări internaționale relevante pentru industria suplimentelor alimentare și a produselor funcționale. Produsele Good Routine® sunt comercializate atât pe piața din România, cât și pe alte 7 piețe internaționale din Europa și America Centrală.

Divizia Secom Health Store

Divizia Secom Health Store, care a trecut printr-un proces de rebranding la finalul anului 2025, gestionează distribuția și comercializarea portofoliului companiei prin rețeaua proprie de retail fizic și online. Aceasta include aproximativ 320 de suplimente alimentare din portofoliul exclusiv Secom®, produse majoritar în SUA și Europa, portofoliul Good Routine®, format din 48 de suplimente alimentare și 17 alimente funcționale, precum și un portofoliu neexclusiv de circa 356 de produse din categorii complementare, precum alimente funcționale, produse de îngrijire personală și cosmetice naturale. Produsele sunt comercializate prin intermediul celor 22 de magazine fizice și al platformei online secom.ro.

Produsele sunt bazate pe ingrediente din surse naturale, nemodificate genetic, provenite din surse controlate și testate riguros, cu accent pe biodisponibilitate, eficiență și siguranță. Toate produsele sunt conforme cu cerințele legislației naționale, europene și internaționale aplicabile, iar angajamentul companiei este de a asigura consumatorilor produse sigure, de înaltă calitate, susținute de dovezi științifice.

Producătorii parteneri Secom® dețin următoarele certificări:

Good Manufacturing Practice (GMP)

GMP (Good Manufacturing Practices) sau Bunele practici de fabricație reprezintă o certificare ce atestă respectarea unui set de bune practici (promulgate de Organizația Mondială a Sănătății – OMS) în producția de alimente, băuturi, suplimente alimentare, produse farmaceutice, dispozitive medicale și cosmetice. Respectarea acestor practici este o necesitate pentru obținerea unor produse ce asigură o înaltă calitate pe fiecare lot și oferă un profil de siguranță ridicat pentru consum.

Certificările GMP ale producătorilor parteneri din SUA sunt eliberate de terți autorizați de FDA. Aceștia efectuează un audit detaliat al facilităților de producție înainte de a emite o certificare GMP. Dacă sunt identificate încălcări sau deficiențe, producătorul trebuie să le remedieze pentru a respecta cerințele GMP. Certificarea GMP este valabilă pentru trei ani, necesitând ulterior un nou audit pentru reînnoire, asigurând astfel menținerea unor standarde ridicate de calitate și siguranță.

La nivel european, agenția Europeană pentru Medicamente (EMA) coordonează inspecțiile pentru a asigura respectarea acestor standarde și are un rol crucial în armonizarea procedurilor GMP în cadrul Uniunii Europene (UE).

IFS Food v7 (International Featured Standard Food)

IFS este un standard alimentar recunoscut de GFSI (Inițiativa globală pentru siguranța alimentară) pentru auditarea producătorilor de alimente. Accentul este pus pe siguranța alimentară și pe calitatea proceselor și produselor, fiind relevant în cazul companiilor de prelucrare a alimentelor și al companiilor care ambalează produse alimentare vrac. Auditul prin Standardul alimentar IFS analizează produsele și procesele de producție pentru a evalua capacitatea unui producător de alimente de a produce produse sigure, autentice și de calitate, în conformitate cu cerințele legale și cu specificațiile clienților. Procesul sprijină companiile în satisfacerea cerințelor crescânde de transparență și trasabilitate de pe piață și contribuie la îmbunătățirea calității produselor.

Auditul de certificare este valabil pentru o perioadă de trei ani de la data eliberării de către organismul de certificare, cu condiția efectuării anuale a auditurilor de monitorizare, care trebuie să aibă un rezultat pozitiv pentru a demonstra că toate condițiile de menținere a valabilității certificării sunt îndeplinite de companie. La sfârșitul acestei perioade, pentru a obține recertificarea, este necesar să se desfășoare un audit suplimentar, similar celui inițial.

NSF International

NSF International este un organism internațional de certificare, cu o istorie de peste 75 ani la nivel global. Acesta certifică faptul că ceea ce este scris pe eticheta produsului se află și în interiorul ambalajului și că produsul nu conține ingrediente nedeclarate sau care nu corespund calitativ. Certificarea este valabilă 1 an de la data eliberării.

ISO 22000:2018/HACCP

ISO 22000:2018/HACCP, sistem de management al siguranței alimentului, reprezintă standardul de referință, recunoscut internațional, pentru asigurarea calității și siguranței suplimentelor pe întregul lanț, de la producție, până la consumator. Avantajele certificării ISO 22000:2018/ HACCP:

- furnizarea de suplimente alimentare sigure pentru consumatorul final;
- comunicarea eficientă între părțile interesate (implicate în procesul de fabricație) de-a lungul procesului;
- conformitatea cu cerințele aplicabile ale autorității de reglementare în ceea ce privește siguranța suplimentelor alimentare;
- respectarea propriilor politici de siguranță a suplimentelor alimentare.

Certificarea se actualizează periodic, cu o frecvență de 3 ani.

ISO 14001/ UNI EN ISO 14001:2015

ISO 14001 definește criteriile pentru un sistem de management de mediu (environmental management system, EMS). Aceasta trasează un program cadru pe care o companie sau o organizație îl poate urma pentru a stabili un sistem de management de mediu eficient. Aceasta poate fi utilizată de orice organizație care dorește să îmbunătățească eficiența resurselor, să reducă deșeurile și să reducă costurile. La nivelul producătorilor parteneri, ISO 14001, certifică următoarele activități: planificarea procesului de dezvoltare și producție în calitate de producător pe bază de contract de suplimente alimentare, alimente pentru scopuri medicale speciale, alimente organice și dispozitive medicale pentru administrare orală, obținute prin amestecarea, ambalarea primară și secundară a ingredientelor uscate și lichide. Certificarea ISO 14001 este deținută de partenerul producător de Good Routine® din Italia.

Licență Food Supplements Manufacturing

Licență pentru fabricarea suplimentelor alimentare, eliberată de către Ministerul Sănătății, din Spania, pentru producătorii parteneri Good Routine®. Licența este oferită pentru activitatea de fabricare de Alimentele Destinate unor Scopuri Medicale Speciale, fabricarea și importul suplimentelor alimentare. Licența are o frecvență de actualizare la fiecare 3 ani.

Licență emisă de Centrul Național pentru Tehnologia și Siguranța Alimentelor (CNTA) Spania

Centrul Național pentru Tehnologia și Siguranța Alimentelor (CNTA) Spania, este o asociație privată non-profit. Este un centru tehnologic care are scopul de a fi o referință națională și de a contribui la îmbunătățirea competitivității și calității sectorului alimentar.

Pentru a putea garanta calitatea și siguranța alimentară a produselor pe care le lansează pe piață, producătorii de suplimente alimentare din Spania (inclusiv producătorii parteneri

Good Routine®) trec printr-o serie de controale ale calității produselor, iar CNTA oferă următoarele servicii:

1. Analiza produselor prin peste 200 de tehnici care acoperă toate fazele procesului de producție: materii prime și ingrediente, produse intermediare, produs finit și ambalaje, și asigură o acoperire completă în realizarea analizelor de bază și specifice și a noilor nevoi, în interpretarea și monitorizarea rezultatelor, precum și în execuția tehnică a proiectelor de cercetare-dezvoltare și inovare cu componentă analitică.

2. Asistență pe parcursul procesului

Procesele industriale trebuie să fie controlate de companii pentru a garanta siguranța alimentară și calitatea produselor lor. În plus, toate acestea trebuie să respecte o serie de cerințe legale și comerciale care fac inevitabil un control optim al acestora.

CNTA oferă o soluție pentru controlul proceselor industriale și joacă rolul de autoritate de proces, punând la dispoziția membrilor săi cunoștințele legate de: factorii critici care trebuie controlați și validați, respectarea cerințelor minime și alți factori cruciali pentru stabilirea optimă a unui proces la scară industrială.

Conform FDA, CNTA este entitatea spaniolă care procesează cele mai multe dosare pentru a exporta produse alimentare în SUA.

Membru AFEPADI (Association of Food Supplements and Dietary products)

Este prima asociație de afaceri a suplimentelor alimentare și a produselor dietetice din Spania, care reprezintă companiile ce operează pe piața spaniolă de suplimente alimentare și produse dietetice, atât în producție, distribuție și servicii conexe.

Calitatea produselor din alte categorii

Produsele din noile categorii Retail, care includ alimente funcționale, produse de îngrijire personală și de curățenie, sunt selectate pe baza unor criterii stricte, ținând cont de cererea din ce în ce mai mare de produse certificate ecologic (organic), care evoluează rapid de la nișă la necesitate, spre beneficiul consumatorilor. Această selecție este corelată cu procesul de consultanță personalizată din retail, specific pentru suplimentele alimentare.

Exemple de certificări acceptate pentru listarea produselor:

- **Certificat de Conformitate emis de Austria Bio Garantie GmbH** (AT-BIO-301, acreditat conform ISO 17065), pe baza Regulamentului 889/2008, care verifică activitățile operatorului conform standardelor impuse.

- **Certificat de Conformitate de la ECOINSPECT**, conform regulamentelor 834/2007 și 889/2008, ce validează îndeplinirea condițiilor de calitate.
- **Certificat Organic de la Organic Soil Association**, conform Art. 29(1) din regulamentul (EC) Nr. 834/2007 și a Regulamentului 889/2008.

Numitorul comun al acestor certificări este dat de conformitatea procesului de producție al operatorului economic cu art. 29 alineatul (1) din Regulamentul (CE) nr. 834/2007 și Regulamentul nr. 889/2008 (de stabilire a normelor de aplicare a Regulamentului (CE) nr. 834/2007 al Consiliului privind producția ecologică și etichetarea produselor ecologice în ceea ce privește producția ecologică, etichetarea și controlul).

În cazul cosmeticelor și al produselor de îngrijire personală, respectarea normelor de calitate și siguranță sunt demonstrate prin Certificatele de Calitate ale ingredientelor din compoziție. Exemple de astfel de certificări includ:

- ingrediente care nu provin din organisme modificate genetic – pentru care dețin Certificat Non-GMO, eliberat de FoodChain Global Advisors, Inc., Technical Administrator
- fără a fi testate pe animale (Cruelty-Free) susținut prin Certificate for adopting the Corporate Standard of Compassion for Animals – eliberat de Coalition for Consumer Information on Cosmetics (CCIC) și European Coalition to End Animal Experiments
- fără gluten – third-party tested by the Food Allergy Research and Resource Program (FARRP) and verified as gluten-free
- certificate organic
- provenite din comerțul echitabil (Fair Trade), Vegetariene, Vegane
- Evaluare Clinică a Eficacității produselor, Raport realizat de BioScreen Testing Services, Inc., California

Secom® contribuie la bunăstarea copiilor prin produse dezvoltate special pentru susținerea sănătății acestora, cu formule sigure și adaptate vârstei. Printre cele mai cunoscute produse din portofoliul de Importuri Exclusive Secom® se numără gama ChildLife® Essentials, care include suplimente formulate pentru diferite grupe de vârstă, inclusiv sugari și copii. Gama a fost dezvoltată de dr. Murray Clarke, fondatorul ChildLife® Essentials, pe baza unei experiențe de peste 20 de ani în domeniul nutriției și sănătății copiilor.

Produsele sunt formulate cu ingrediente atent selectate și nu conțin gluten, organisme modificate genetic, coloranți, arome sau îndulcitori artificiali. Producătorul aplică procese de testare prin laboratoare independente acreditate și deține certificări precum Non-GMO Project Verified și NSF Gluten-Free, precum și certificarea GMP pentru unitățile de producție.

De asemenea, portofoliul companiei include gama **Good Routine® for Kids**, produsă în Europa, în unități de producție partenere care dețin licențe și certificări internaționale

relevante pentru categoria suplimentelor alimentare, ce atestă calitatea, eficiența și siguranța produselor. Formulele sunt atent dezvoltate, pe baza unor ingrediente inovatoare și validate științific, oferind soluții sigure, adaptate pentru susținerea sănătății și dezvoltării armonioase a copiilor, de la primele etape de viață până la vârsta de 12 ani.

Asigurarea calității în cazul introducerii de noi produse în portofoliu

Introducerea unui produs nou în portofoliul Secom® se realizează în urma unui proces foarte riguros, desfășurat cu responsabilitate de către echipa de specialiști din cadrul departamentului Innovation & Scientific Support și din cadrul departamentului Regulatory Affairs al companiei și care are la bază o serie de criterii științifice, dar și criterii sociale, pentru a răspunde nevoilor consumatorilor și pentru a asigura calitatea și siguranța produselor.

Etapele introducerii unui supliment nou pe piață:

Dezvoltarea de suplimente alimentare sub brandul propriu Good Routine®	Selecția suplimentelor alimentare importate de la producătorii internaționali
1. Analiza trendurilor internaționale, a celor mai recente studii și ghiduri internaționale din domeniul suplimentelor alimentare și al sănătății. Compania urmărește introducerea în portofoliu a unor formule inovatoare, cu ingrediente noi, patentate, forme de administrare noi, cu biodisponibilitate ridicată.	
2. Selectarea fabricii partenere și verificarea certificărilor internaționale de calitate și siguranță.	2. Selectarea producătorului din portofoliul de parteneri internaționali cu care colaborează de peste 20 de ani pentru integrarea produsului nou în portofoliul de produse Secom®
3. Cercetarea ingredientelor și dezvoltarea de către echipa de Innovation & Scientific Support a formulelor dorite pentru portofoliul Good Routine® by Secom®.	3. Cercetarea ingredientelor și identificarea formulelor dorite din portofoliile producătorilor internaționali actuali.
4. Stabilirea, împreună cu fabrica parteneră, a formulei finale a produsului – care îndeplinește criteriile de calitate și siguranță (compoziție, profil de siguranță, doze adecvate pentru beneficii asupra sănătății, conformarea acestora cu reglementările în vigoare, definire indicații de consum, construcție etichete etc.).	4. Decizia de introducere a produsului nou, de import, în portofoliul Secom®.
5. Pregătirea documentației de avizare, valabilă atât pentru produsele din portofoliul de import, cât și pentru cele din portofoliul Good Routine®, începe cu echipa de Regulatory Affairs care pregătește un dosar complex, cu informațiile solicitate de autoritățile din România și din celelalte țări în care este comercializat brandul Good Routine® în conformitate cu reglementările naționale și internaționale, pentru a putea pune produsul pe piață. În acest dosar sunt incluse fișa tehnică a produsului, eticheta detaliată, certificările de calitate, buletinul analizelor fizico-chimice și microbiologice la zi și certificarea GMP a producătorului. Producătorii parteneri furnizează Certificatele de Sănătate, Conformitate și Siguranță pentru fiecare lot, prin care confirmă siguranța produselor pentru consumul uman, în baza studiilor și a cercetărilor științifice.	

În 2025, compania a introdus produse noi și a extins portofoliile existente, prin adăugarea a 32 de suplimente în gama Secom® Importuri Exclusive, 103 produse din categorii complementare în Secom® Health Store și 32 de suplimente în portofoliul Good Routine®.

Măsurii și procese de control

Introducerea unui produs nou în portofoliul Secom® se realizează printr-un proces riguros, coordonat de departamentele Innovation & Scientific Support și Regulatory Affairs, care are la bază criterii științifice și de conformitate. Procesul include analiza trendurilor internaționale și a studiilor de specialitate, selecția producătorilor și verificarea certificărilor, cercetarea ingredientelor și definirea formulei finale a produsului, în conformitate cu reglementările în vigoare.

Pentru toate suplimentele alimentare, este pregătită documentația necesară în vederea avizării/notificării acestora, care include, după caz, fișa tehnică a produsului, eticheta, certificările de calitate, buletinele de analiză fizico-chimică și microbiologică, precum și certificarea GMP a producătorului. Pentru fiecare lot, producătorii furnizează documente care atestă conformitatea, calitatea și siguranța produselor, în baza cerințelor aplicabile și a documentației tehnice și științifice relevante. În cazul produselor din alte categorii (alimente funcționale, produse de îngrijire personală, produse de curățenie), selecția se realizează pe baza unor criterii stricte, precum certificarea BIO, utilizarea ingredientelor din surse naturale, absența aditivilor și conservanților, precum și caracterul inovator al produselor.

Pentru reducerea riscului de introducere a produselor contrafăcute, compania colaborează direct cu producători consacrați, iar fiecare lot este însoțit de certificate de origine, analiză, conformitate și sănătate. Produsele sunt transportate prin companii specializate, asigurând trasabilitatea pe întreg lanțul de aprovizionare. În perioada 2024–2025, compania nu a înregistrat cazuri confirmate de produse contrafăcute sau compromise în portofoliul comercializat. Pentru susținerea integrității, autenticității și conformității produselor, Secom® aplică mecanisme de control și trasabilitate pe parcursul lanțului de aprovizionare și distribuție. Orice suspiciune privind autenticitatea, integritatea, siguranța sau conformitatea unui produs este analizată în conformitate cu procesele interne de verificare și gestionare a calității.

Controlul calității este susținut și prin colaborarea cu organisme specializate, precum CNTA din Spania, care asigură analiza produselor prin metode avansate și monitorizarea proceselor de producție.

Compania a derulat, în perioada anterioară, studii observaționale în colaborare cu medici și instituții medicale, pentru a evalua eficacitatea produselor. Acestea au fost realizate cu respectarea principiilor etice, fără stimulente financiare pentru participanți, pe baza consimțământului informat și în baza unor acorduri contractuale clare cu medicii investigatori.

Pentru a menține conformitatea cu standardele de calitate și cerințele legislative actuale și a actualiza în mod constat portofoliul cu produse la cele noi și înalte standarde, compania poate reaviza un produs din portofoliu.

Nevoia de reavizare a unui produs din portofoliul Secom® rezultă în urma:

- notificării primite de la producător/ furnizor cu privire la modificări de formulă aduse produsului furnizat Secom®;
- identificării, în urma analizei mostrelor de produse din comanda de marfă livrată de producător (conform procesului Recepția mărfurilor din procedura cu același nume) a acelor produse care prezintă specificații diferite față de produsul avizat de Secom® în vederea comercializării pe piața din România (de exemplu, modificări de compoziție);
- schimbărilor identificate în legislația aplicabilă comercializării suplimentelor alimentare și a impactului acestora asupra comercializării produselor din portofoliul Secom® (conform procesului Monitorizarea complianței formulelor din punct de vedere legislativ din procedura Secom® cu același nume).

În acest context, în anii 2024–2025 au fost implementate o serie de actualizări legislative relevante la nivel european, care au determinat ajustări ale formulărilor, dozelor și etichetării unor produse.

- În 2024, ca urmare a reevaluării de către EFSA a nivelului maxim tolerabil de aport pentru vitamina B6, a fost stabilită o doză maximă admisă de 12 mg/zi, în contextul riscului de neuropatie periferică asociat consumului ridicat. În consecință, au fost realizate ajustări ale dozelor de vitamina B6 în mai multe produse din portofoliu, inclusiv „Brain Support” și „Vitamin B Complex”.
- Tot în 2024, în urma modificării cadrului legislativ european privind monacolina K, prin Regulamentul (UE) 2024/2041, au fost actualizate etichetările produsului „Cholesterol Control Red Yeast Rice CoQ10”, prin introducerea de avertizări suplimentare privind consumul și categoriile de populație pentru care produsul nu este recomandat.
- De asemenea, în urma evaluărilor de siguranță comunicate de autorități europene și naționale, au fost actualizate etichetările produselor care conțin melatonină („Good-Night”, „Immunity-By-Night”, „Sleep Optimizer”, „Melatonin Dropins”), prin completarea avertismentelor privind utilizarea în cazul anumitor categorii de consumatori și interacțiunile cu afecțiuni sau tratamente medicamentoase.
- În 2025, în urma actualizării statutului unor ingrediente în registrul Novel Food la nivel european, au fost revizuite formulele produselor care conțin *Pelargonium sidoides* și *Hedera helix* (iedera), prin înlocuirea ingredientelor în produsul „Good Routine® Cold-Care Cough Syrup”.
- Totodată, ca urmare a unei noi reevaluări EFSA privind vitamina B6 și confirmării nivelului maxim tolerabil de 12 mg/zi, au fost realizate ajustări suplimentare ale dozelor în produsele din gama Alive!™, inclusiv „Men’s Ultra”, „Men’s 50+ Ultra”,

„Women’s Ultra” și „Women’s Ultra 50+”, prin reducerea conținutului de vitamina B6 pentru alinierea la cerințele actualizate de siguranță.

În perioada 2024-2025 nu au existat acțiuni în justiție îndreptate împotriva companiei care să vizeze calitatea produselor. De asemenea, niciun produs Secom® sau Good Routine® nu a fost retras în perioada 2024-2025.

Monitorizarea siguranței produselor continuă și după punerea acestora pe piață. Sesizările primite de la consumatori și de la partenerii comerciali, inclusiv cele care privesc posibile reacții adverse, sunt înregistrate și analizate de departamentele Customer Care, Innovation & Scientific Support și Regulatory Affairs. În 2024 au fost înregistrate trei sesizări privind posibile reacții adverse, iar în 2025, o sesizare. Toate sesizările au fost tratate cu prioritate și analizate individual, iar concluziile au stat la baza deciziei privind eventualele măsuri asupra produsului sau a lotului vizat. Analizele efectuate au indicat că reacțiile raportate nu au fost asociate cu neconformități privind calitatea produselor, fiind corelate, după caz, cu condițiile necorespunzătoare de păstrare a produselor sau cu variabilitatea interindividuală, respectiv diferențele în modul în care organismul fiecărei persoane poate răspunde la un produs.

Mecanisme de remediere și gestionare a incidentelor

Secom® are implementate mecanisme clare pentru gestionarea situațiilor în care produsele pot prezenta riscuri pentru consumatori, inclusiv proceduri de retragere sau rechemare de pe piață.

Retragerea sau rechemarea produselor se realizează conform unei proceduri interne actualizate în 2026, care descrie etapele și responsabilitățile asociate în cazul identificării unui lot de produs suspectat sau declarat ca prezentând un risc sau potențial risc pentru siguranța consumatorilor.

Un produs poate fi retras sau rechemat atunci când nu îndeplinește standardele de calitate și siguranță sau atunci când reprezintă un risc pentru sănătate și a ajuns deja la consumatori. Procesul poate fi inițiat de producător, importator, distribuitor sau de autoritatea competentă.

Informarea consumatorilor se realizează într-o manieră clară și transparentă, prin furnizarea tuturor informațiilor relevante privind produsul vizat. Aceasta include, în mod obligatoriu:

- anunțuri la locul de vânzare;
- publicarea informațiilor pe pagina web a autorității competente (ANSVSA).

În funcție de situație, informarea poate fi extinsă și prin:

- publicarea pe pagina web a companiei;
- comunicări în mass-media locală sau națională;
- anunțuri afișate la autoritățile competente (DSVSA).

În perioada 2024–2025, nu au existat retrageri sau rechemări de produse din portofoliul Secom®, nici pentru produsele importate, nici pentru cele din gama Good Routine®.

Ținte și îmbunătățire continuă

Secom® urmărește consolidarea continuă a calității și siguranței produselor prin dezvoltarea bazei de dovezi științifice și prin optimizarea proceselor interne de control și validare.

Obiectivul asumat în raportul precedent, derularea a minimum două studii observaționale pentru produsele Good Routine®, nu a fost realizat și nu este menținut pentru perioada următoare. Compania a reevaluat această abordare ca fiind mai puțin relevantă pentru tipul de produse comercializate și a orientat verificarea independentă a calității către o direcție cu aplicabilitate mai largă, respectiv auditarea principalilor doi parteneri, care acoperă 74% din portofoliul de suplimente alimentare al mărcii.

3.3.2 Comercializare responsabilă, etichetare și confidențialitate

Impacturi, riscuri și oportunități

Secom® generează un impact pozitiv actual în ceea ce privește protecția datelor și confidențialitatea consumatorilor, prin implementarea unui cadru robust de guvernare și control. La nivelul companiei există o persoană responsabilă cu asigurarea respectării dispozițiilor Regulamentului GDPR, iar gestionarea datelor este susținută de măsuri fizice, tehnice și organizatorice menite să prevină pierderea, deteriorarea, modificarea sau accesul neautorizat la datele personale. Modul de colectare și prelucrare a datelor este transparent, fiind descris public în politica de confidențialitate disponibilă pe platformele companiei. Eficacitatea acestor măsuri este demonstrată de absența, până în prezent, a reclamațiilor întemeiate privind încălcarea legislației în domeniu, precum și a incidentelor de securitate, cum ar fi scurgeri, furturi sau pierderi de date cu caracter personal.

În același timp, compania recunoaște existența unui risc inherent asociat gestionării datelor personale. În cazul în care acestea nu ar fi administrate corespunzător și securizat, ar putea apărea incidente de confidențialitate, cu potențiale consecințe legale, financiare și reputaționale, inclusiv afectarea încrederii consumatorilor. Acest risc este gestionat prin mecanismele de control și conformitate deja implementate, care reduc semnificativ probabilitatea materializării unor astfel de situații.

Practici de etichetare și comunicare

Marketingul și etichetarea produselor reprezintă componente esențiale pentru comunicarea corectă și transparentă a valorilor și beneficiilor oferite consumatorilor. Prin strategia de marketing și comunicare, Secom® asigură accesul publicului la informațiile necesare pentru luarea unor decizii informate, într-un mod clar și responsabil. Etichetarea

corectă și transparentă este tratată ca un element central, astfel încât toate informațiile relevante despre produs să fie accesibile, bazate pe date veridice și ușor de înțeles.

Compania utilizează o varietate de canale pentru diseminarea informațiilor, inclusiv website-urile proprii, platforme de social media, materiale informative în magazine, sesiuni de consultanță și campanii dedicate. Prin aceste canale sunt comunicate informații detaliate despre compoziția, beneficiile, modul de administrare și eventualele contraindicații ale produselor, precum și despre procesele de selecție și diferențiatorii acestora.

Procesul de etichetare este reglementat intern prin proceduri clare de avizare și reavizare, gestionate de Departamentul Regulatory Affairs, în conformitate cu legislația aplicabilă la nivel național și european:

- H.G. 106/2002 privind etichetarea alimentelor;
- O.G. 21/1992 privind protecția consumatorilor;
- Legea 363/2007 privind combaterea practicilor incorecte ale comercianților în relația cu consumatorii și armonizarea reglementărilor cu legislația europeană privind protecția consumatorilor;
- Regulamentul CE 432/2012 de stabilire a unei liste de mențiuni de sănătate permise, înscrise pe produsele alimentare, altele decât cele care se referă la reducerea riscului de îmbolnăvire și la dezvoltarea și sănătatea copiilor (încadrarea în dispozițiile Regulamentului și implicit incidența acestuia se vor stabili, punctual, pentru fiecare produs ce se dorește a fi promovat – a se vedea în acest sens criteriile de concentrație a substanțelor active).
- Regulamentul 1169/2011 privind Informarea consumatorilor cu privire la produsele alimentare.

Informațiile de pe etichetă sunt conforme cu Ordinul Nr.1946 din 17.12.2014 pentru aprobarea Procedurii privind modul de realizare a notificării produselor finite pe bază de plante medicinale, aromatice și produse ale stupului care se notifică de către operatorii din domeniu și se încadrează ca suplimente alimentare, produse de uz intern sau extern, exclusiv produsele cosmetice.

Informațiile obligatorii prezente pe eticheta suplimentelor alimentare includ, în funcție de natura, compoziția și caracteristicile produsului, precum și de cerințele legale aplicabile:

- denumirea produsului și indicarea faptului că acesta este un „supliment alimentar”;
- lista ingredientelor, cu evidențierea corespunzătoare a substanțelor sau produselor care pot provoca alergii ori intoleranțe;

- categoriile de nutrienți și/sau alte substanțe cu efect nutrițional sau fiziologic care caracterizează produsul și, după caz, cantitățile acestora raportate la doza zilnică recomandată;
- pentru vitamine și minerale, cantitățile acestora și, după caz, procentul din valorile nutriționale de referință;
- cantitatea netă a produsului;
- doza zilnică recomandată de producător și instrucțiunile de utilizare, atunci când acestea sunt necesare pentru consumul corect al produsului;
- avertizările specifice suplimentelor alimentare, inclusiv: „A nu se depăși doza zilnică recomandată”; mențiunea că suplimentele alimentare nu trebuie să înlocuiască o alimentație variată și adecvată; precum și atenționarea că produsul nu trebuie lăsat la îndemâna copiilor;
- avertizări și precauții suplimentare, atunci când acestea sunt necesare în funcție de compoziția produsului, grupa de consumatori căreia îi este destinat sau condițiile de utilizare;
- condițiile speciale de păstrare și/sau utilizare, după caz;
- data durabilității minime sau, după caz, data-limită de consum și elementele necesare identificării lotului;
- numele sau denumirea comercială și adresa operatorului din sectorul alimentar responsabil pentru produs;
- țara de origine sau locul de proveniență, în situațiile în care această informație este obligatorie potrivit legislației aplicabile;
- informațiile referitoare la notificarea produsului, atunci când acestea sunt solicitate de regimul național de notificare aplicabil categoriei respective de suplimente.

În cazul în care pe etichetă sunt utilizate mențiuni nutriționale sau de sănătate, acestea trebuie să respecte cerințele legislației europene aplicabile și condițiile specifice de utilizare.

Compania aplică cele mai bune practici privind etichetarea, respectând reglementările legale în vigoare și asigurându-se că fiecare produs reflectă angajamentul pentru calitate și pentru siguranța consumatorilor.

Compania utilizează mai multe canale pentru a pune la dispoziția consumatorilor informațiile despre produse, astfel:

- Site-urile secom.ro, good-routine.com în care sunt incluse atât informații privind compoziția, efectele și beneficiile produselor, dar și despre modul de administrare, atenționări privind ingredientele cu potențial alergen sau contraindicații;
- [Video-urile din cadrul campaniei Alegem bine, ca tu să rămâi bine](#) și din cadrul campaniei Alege bine și apoi „traducem” pentru tine unde este

detaliat [procesul de selecție a produselor din portofoliu](#) și conceptul de [Etichetă sinceră Secom®](#);

- Landing page-ul campaniei [Acum știi de ce cumperi de la Secom®](#) unde sunt prezentate, cu date științifice, diferențiatorii și beneficiile produselor;
- Chatul platformelor secom.ro și good-routine.com unde solicitările și reclamațiile consumatorilor primesc răspuns în maximum 24 de ore;
- Paginile de social media (Facebook, Instagram, YouTube) Secom® Healthcare și Good Routine® unde sunt comunicate noutățile companiei și ale produselor și unde solicitările și reclamațiile consumatorilor primesc răspuns în maximum 24 de ore;
- facebook.com/SecomHealthcare
- instagram.com/secom.healthcare
- facebook.com/goodroutinebysecom
- instagram.com/goodroutinebysecom
- paginile internaționale de social media Good Routine®, Facebook și Instagram
- [Canalul de Youtube al companiei](#)
- Paginile Amazon Marea Britanie, Spania, Franța, Austria, Germania, Belgia unde compania comercializează produsele Good Routine®
- În cadrul [magazinelor Secom®](#), transmitem informații prin intermediul consultanților, dar și în pliantele tehnice și alte materiale
- În cadrul sesiunilor de consultanță video oferite gratuit pe secom.ro
- În catalogul de produse disponibil pe Facebook
- În reclamele TV, Radio, online etc.
- În cadrul târgurilor internaționale, Vitafoods Europe, Vitafoods Asia, Arab Health la care compania participă anual cu brandul propriu Good Routine®

Comunicarea comercială a companiei respectă limitele stabilite de legislația privind mențiunile nutriționale și de sănătate. Afirmările privind beneficiile produselor sunt formulate exclusiv pe baza mențiunilor permise și a dovezilor științifice disponibile, iar materialele de comunicare includ, acolo unde este cazul, atenționările privind categoriile de consumatori pentru care produsele nu sunt recomandate. Compania nu utilizează mesaje care să sugereze că suplimentele alimentare pot preveni, trata sau vindeca afecțiuni.

În perioada de raportare nu au fost înregistrate cazuri de neconformare privind comunicările de marketing sau etichetarea produselor din portofoliul propriu.

Dincolo de cerințele prevăzute de legislația aplicabilă, Secom® promovează o comunicare transparentă și etică, menită să încurajeze un consum informat de suplimente alimentare. În acest sens, etichetele produselor includ informații suplimentare relevante pentru consumatori, precum certificări, patente, natura ambalajului, absența alergenilor, procesul

tehnologic sau sursele ingredientelor, precum și proporțiile în care acestea se regăsesc în compoziția produsului.

Un exemplu în acest sens este produsul Good Routine®, Pure Omega-3, pentru care în câmpul ingrediente sunt detaliate informații privind sursa și proporțiile componentelor: ulei din pește 36/24, furnizând acizi grași Omega-3 (minimum 65%), dintre care EPA (minimum 36%) și DHA (minimum 24%).

Pentru a susține acest nivel de transparență, compania a dezvoltat și conceptul de „[Etichetă sinceră Secom®](#)”, care oferă consumatorilor acces extins la informații relevante despre produse.

Produsele din categoriile noi listate în rețeaua retail sunt deja prezente pe piața din România, iar compania realizează doar revânzarea acestora. Din acest motiv, aceste produse sunt deja notificate și etichetate de către furnizori, iar compania nu intervine absolut deloc în acest proces. Orice neconformitate a etichetelor, semnalată de către Autorități, este transmisă mai departe și soluționată de către partenerii companiei.

Protecția datelor și confidențialitatea

Secom® respectă confidențialitatea datelor personale ale consumatorilor și ale angajaților prin politici și proceduri dedicate, care vizează protejarea drepturilor fundamentale, în special dreptul la viață privată. Compania operează în conformitate cu legislația aplicabilă în domeniul protecției datelor și implementează standarde ridicate de securitate informațională.

Gestionarea datelor este susținută prin utilizarea unor soluții digitale consacrate (Microsoft, Shopify, Klaviyo), precum și prin sisteme de securitate cibernetică (Bitdefender, Fortinet). Politica de protecție a datelor reglementează întregul ciclu de viață al datelor personale – de la colectare și utilizare până la stocare și ștergere – și se aplică atât angajaților, cât și terților implicați.

La nivel organizațional există o persoană responsabilă pentru conformarea cu cerințele GDPR, iar compania a implementat măsuri tehnice, organizatorice și fizice pentru prevenirea accesului neautorizat sau a pierderii datelor. Informațiile privind prelucrarea datelor sunt disponibile public pe website-urile companiei.

În perioada de raportare nu au fost înregistrate reclamații întemeiate privind încălcarea legislației de protecție a datelor și nici incidente de securitate, precum scurgeri sau pierderi de date.

Canale de feedback și reclamații

Monitorizarea reclamațiilor și gestionarea feedbackului reprezintă un mecanism esențial pentru îmbunătățirea continuă a produselor și serviciilor. Secom® analizează sistematic sesizările primite, pentru a răspunde prompt nevoilor consumatorilor și pentru a preveni reapariția unor situații similare.

Reclamațiile din partea partenerilor B2B sunt gestionate de Departamentul de Telesales, prin canale telefonice și email, și vizează atât aspecte cantitative (diferențe de livrare), cât și calitative (defecte de produs sau ambalaj). Acestea sunt soluționate prin înlocuirea sau returnarea produselor, după caz.

Pentru consumatorii B2C, reclamațiile sunt gestionate de Departamentul Customer Care, cu implicarea altor funcțiuni relevante (Corporate Communications, Innovation & Scientific Support, Regulatory Affairs). Canalele de comunicare includ telefon, email, chat online și platforme de social media. Sesizările vizează în principal produse deteriorate, erori de livrare, reacții adverse, aspecte legate de preț sau servicii de transport.

Compania asigură timpi de răspuns rapizi și utilizează informațiile colectate pentru a îmbunătăți procesele interne și experiența consumatorilor.

	2023 clienți persoane juridice	2023 clienți persoane fizice	2024 clienți persoane juridice	2024 clienți persoane fizice	2025 clienți persoane juridice	2025 clienți persoane fizice
Motiv	Nr.	Nr.	Nr.	Nr.	Nr.	Nr.
Ambalare neconformă	3	60	16	1	81	3
Lipsă recepție	614	24	872	61	1.071	111
Lot cu risc de expirare	8	5	8	4	50	3
Neetichetat / etichetat greșit	3	7	16	1	66	-
Plusuri recepție	204	0	194	8	261	4
Calitate produs	23	2	35	2	329	19
Produs deteriorat (la livrare)	139	63	66	73	136	85
Total	994	161	1.307	150	1.994	225
Total B2C+B2B	1.155		1.457		2.219	

În 2025, compania a înregistrat un total de 2.219 reclamații, în contextul unei creșteri a volumului de comenzi de 19,7% (de la 59.066 la 70.705). Raportat la volumul de activitate, rata reclamațiilor a crescut de la 2,47% la 3,14%, evoluție determinată atât de creșterea volumelor, cât și de intensificarea proceselor de control la recepție, în special în relația cu partenerii B2B.

Creșterea numărului de reclamații înregistrate în perioada de raportare reflectă în principal digitalizarea procesului de raportare, implementată în cursul anului 2025. Anterior, o parte dintre sesizări nu erau consemnate sistematic, ceea ce limita comparabilitatea cu anii precedenți. Datele actuale oferă o imagine mai completă și mai riguroasă asupra

reclamațiilor primite, iar evoluția numerică nu indică o deteriorare a calității produselor sau a serviciilor, ci o acuratețe superioară a înregistrării.

În ceea ce privește categoria referitoare la calitatea produsului, majoritatea sesizărilor au vizat aspecte care țin de procesul de producție, precum apariția unor depuneri sau un grad mai ridicat de aciditate, elemente aflate în afara controlului direct al companiei. Pentru fiecare situație au fost transmise sesizări către producători, iar aspectele semnalate au fost remediate.

Analiza incidentelor evidențiază totodată faptul că majoritatea reclamațiilor sunt generate de aspecte operaționale și logistice (lipsă la recepție, produs deteriorat la livrare, ambalare sau etichetare neconformă), și nu de calitatea intrinsecă a produselor.

Pentru gestionarea acestor situații, compania a inițiat un plan de acțiune împreună cu partenerul logistic, având ca obiectiv reducerea reclamațiilor non-calitative. Măsurile implementate includ analiza cauzelor de bază pentru incidentele de lipsă la recepție, optimizarea proceselor de picking prin încurajarea comenzilor la nivel de bax/shrinkwrap și standardizarea ambalajului secundar pentru produsele cu risc crescut de deteriorare, în special în segmentul B2B.

În paralel, compania menține un proces activ de monitorizare și comunicare transparentă cu clienții, asigurând soluționarea promptă a fiecărui caz raportat.

În 2024, evoluția reclamațiilor a indicat un trend descendent raportat la volumul de comenzi, în special în ceea ce privește incidentele legate de ambalaje deteriorate, ca urmare a implementării unor măsuri precum utilizarea marcajului „FRAGIL” pentru produsele sensibile și introducerea ambalării protective individuale pentru produsele din sticlă.

De asemenea, au fost inițiate acțiuni de optimizare pentru categoriile recurente de reclamații, în special lipsa la recepție și incidentele punctuale de calitate, inclusiv prin colaborarea cu partenerii logistici și producători și prin ajustarea proceselor operaționale pentru reducerea erorilor.

Ținte privind transparența și încrederea

Secom® urmărește consolidarea încrederii consumatorilor prin menținerea unui nivel ridicat de transparență în comunicare și etichetare, precum și prin respectarea strictă a cadrului legal aplicabil. Compania își propune menținerea conformității complete a etichetelor și reducerea la minimum a incidentelor de neconformare în comunicările de marketing.

Obiectivul privind utilizarea platformei Voice of the Customer de către toate funcțiunile relevante, asumat pentru perioada anterioară, a fost realizat parțial. Pentru 2026, compania își propune extinderea utilizării la nivelul întregii organizații, elaborarea unei proceduri formale de utilizare și instruirea departamentelor implicate, atât pentru modulul de gestionare a sesizărilor, cât și pentru cel de raportare. Finalizarea acestei etape va permite monitorizarea sistematică a indicatorilor aferenți gestionării reclamațiilor, între care timpul mediu de soluționare.

Compania urmărește, de asemenea, reducerea ponderii reclamațiilor fără legătură cu calitatea produselor, prin planul de acțiune convenit cu partenerul logistic, descris mai sus.

3.3.3 Accesul la produse și incluziune socială

Impacturi, riscuri și oportunități

Secom® generează un impact pozitiv actual în ceea ce privește accesul la produse și incluziunea socială, prin promovarea unor practici de marketing etice și transparente și prin furnizarea de informații corecte, clare și ușor de înțeles pentru consumatori. Această abordare contribuie la consolidarea încrederii, la sprijinirea unor alegeri informate și la menținerea unui standard ridicat de responsabilitate în comunicarea comercială. Începând din 2018 și până în prezent, nu au fost identificate neconformități, etichetele produselor Secom® și Good Routine® fiind 100% conforme cu reglementările naționale și europene în acest domeniu.

Compania generează, de asemenea, un impact pozitiv potențial prin eforturile de extindere a accesului la produse și servicii. Excluderea unor grupuri de consumatori din accesul la produse esențiale reprezintă un risc potențial, cu posibile efecte asupra sănătății și calității vieții acestora, precum și asupra imaginii companiei. Pentru a preveni o astfel de situație și pentru a răspunde unei nevoi extinse din piață, Secom® investește constant în dezvoltarea rețelei proprii de retail și în consolidarea parteneriatelor cu farmacii și magazine de profil, atât offline, cât și online. Astfel, compania asigură o accesibilitate crescută a produselor, fiind prezentă în 22 de magazine din 16 orașe din România, dar și în 8 piețe internaționale.

În ceea ce privește riscurile, acestea sunt în principal indirecte și țin de modul în care consumatorii accesează și înțeleg informațiile despre produse. Deși compania promovează o abordare bazată pe informare transparentă și educație pentru un stil de viață sănătos, există riscul ca anumite categorii de consumatori să nu beneficieze pe deplin de aceste informații sau să aibă acces limitat la produse. Pentru a reduce aceste riscuri, Secom® completează informațiile obligatorii de pe etichetă cu detalii suplimentare privind certificările, patentele, natura ambalajului, absența alergenilor, procesul tehnologic sau sursa ingredientelor și proporțiile acestora în produs. În plus, canalele de feedback și mecanismele de soluționare rapidă a reclamațiilor contribuie la consolidarea relației de încredere cu consumatorii și la corectarea promptă a eventualelor disfuncționalități.

Inițiative pentru accesibilitate

Secom® investește permanent în extinderea rețelei proprii de retail și în consolidarea bazei de parteneri (farmacii, magazine cu profil naturist, offline și online), pentru a asigura accesibilitate extinsă la produsele sale. Compania este prezentă în 16 orașe din România și, prin dezvoltarea brandului propriu Good Routine®, își extinde prezența la nivel internațional, în 7 țări, inclusiv prin platforme de e-commerce și marketplace-uri.

Accesibilitatea produselor este susținută și prin diversificarea canalelor de informare și achiziție (platforme online, consultanță în magazine, sesiuni de consultanță video), precum și prin eforturi constante de adaptare a portofoliului la nevoile diferitelor categorii de consumatori, inclusiv prin produse destinate dietelor specifice (vegetariene sau vegane) și diferitelor etape de viață.

În același timp, Secom® promovează consumul responsabil de suplimente alimentare, încurajând utilizarea acestora la recomandarea medicului sau a unui specialist și susținând adoptarea unui stil de viață sănătos. În conformitate cu Regulamentul (UE) 1169/2011, etichetele produselor includ mențiunea că suplimentele alimentare nu înlocuiesc o dietă variată și echilibrată și un stil de viață sănătos.

Proiecte sociale / acces pentru grupuri vulnerabile

Secom® contribuie la creșterea accesului la informații de sănătate și la reducerea inegalităților prin dezvoltarea unor inițiative educative și sociale adresate publicului larg, inclusiv categoriilor vulnerabile sau cu acces limitat la resurse medicale și educaționale.

Compania investește constant în proiecte de educație pentru sănătate, care acoperă pilonii unui stil de viață echilibrat: alimentație, mișcare, echilibru psiho-emoțional și consum responsabil de suplimente alimentare. Aceste inițiative facilitează accesul la informații validate științific într-un format accesibil, contribuind la creșterea gradului de informare în rândul populației.

În completarea acestor demersuri, în cadrul programului „Secom® în Slujba binelui”, compania susține inițiative sociale cu impact direct în comunitate. În perioada 2024 & 2025, Secom® a susținut 57 de inițiative sociale în domeniile sănătății și educației, în colaborare cu 42 de organizații și instituții partenere, oferind sprijin direct pentru peste 12294 persoane și ajungând indirect la 59.643 de beneficiari.

- Proiectele derulate au răspuns unor nevoi reale ale comunităților, cu accent pe grupuri vulnerabile:
- În domeniul sănătății, Secom® a susținut inițiative precum Caravana cu Medici, prin care au fost oferite consultații și screeninguri gratuite pentru 400 de copii și adulți din mediul rural, contribuind la creșterea accesului la servicii medicale în zone defavorizate. De asemenea, prin colaborarea cu Ronald McDonald House București, compania a asigurat peste 700 de mese calde pentru părinții copiilor internați pe termen lung.
- În ceea ce privește accesul la educație, Secom® a sprijinit dezvoltarea platformei SMART Generation, utilizată de peste 5.500 de profesori la nivel național, precum și programul Teach for Romania, contribuind la reducerea inegalităților în accesul la educație de calitate.

Complementar, compania dezvoltă și inițiative educaționale proprii, precum:

- **Campania „Alegem bine și apoi ‘traducem’ pentru tine” (2022)**, care explică, într-un limbaj accesibil, procesul riguros de selecție și validare a produselor din portofoliu. Campania este susținută de conceptul „[Eticheta Sinceră Secom®](#)”, care reflectă angajamentul companiei pentru transparență și comunicare corectă.
- **Proiectul „Planul Bunelor Rutine” (2023)**, relansat în format digital, care promovează adoptarea unor obiceiuri sănătoase prin colaborarea cu lideri de opinie din domenii relevante (sport, sănătate mintală, nutriție, fitness), facilitând accesul publicului la informații aplicate și inspiraționale.
- **Podcastul „Supliment de bine”** (inițiat în 2019 cu numele Sănătatea în focus și relansat cu numele actual în 2023), care a oferit și în 2024 & 2025 conținut educațional realizat împreună cu experți din domeniul sănătății și wellbeing-ului, adresând teme relevante pentru diverse categorii de public: consumatori, parteneri și angajați.
- **Inițiativa „Sâmbăta bunelor rutine”**, realizată în parteneriat cu 321 Sport, care încurajează activitatea fizică prin sesiuni gratuite de alergare în comunitate, contribuind la accesul larg la activități de promovare a sănătății.
- **Ghidul de sănătate disponibil pe secom.ro**, care include sute de articole educative redactate și actualizate de specialiști, oferind acces gratuit la informații validate științific despre sănătate și stil de viață.
- **Studiul național „Prevenția în România”** realizat în parteneriat cu ISRA analizează anual comportamentele și percepțiile românilor privind prevenția și sănătatea, având ca obiectiv înțelegerea modului în care sunt integrate în viața de zi cu zi aspecte precum alimentația echilibrată, activitatea fizică, somnul, gestionarea stresului și evaluarea medicală periodică. Rezultatele studiului contribuie la fundamentarea unor inițiative educaționale relevante și la stimularea dialogului privind sănătatea preventivă în România.
- **[Conferința Wellbeing 360°](#)** – Transformăm prevenția în stil de viață reprezintă o platformă de educație și dialog dedicată sănătății și stării de bine, reunind medici, specialiști și lideri de opinie din domenii precum nutriția, sănătatea mintală, somnul, activitatea fizică și medicina preventivă. Prin această inițiativă, Secom® promovează o abordare integrată asupra sănătății și încurajează adoptarea unor rutine sănătoase și sustenabile. După prima ediție organizată în București în 2025, compania continuă proiectul și în 2026, prin organizarea unei noi ediții Wellbeing 360° la Cluj-Napoca.

Prin aceste inițiative, Secom® contribuie la creșterea gradului de educație pentru sănătate și la facilitarea accesului la informații relevante pentru un public divers, inclusiv pentru grupuri care pot avea acces limitat la astfel de resurse.

Mecanisme de consultare

Compania colectează perspectivele consumatorilor și ale profesioniștilor din domeniul sănătății prin mai multe canale, atât direct, cât și prin studii realizate de furnizori independenți de cercetare de piață.

Colaborarea directă are loc prin interacțiunea curentă din magazinele proprii și prin canalele de relație cu consumatorii: telefon, e-mail, chat pe platformele online și paginile de social media, gestionate de departamentele Customer Care și Telesales. Solicitățile și sesizările primite pe canalele digitale primesc răspuns în maximum 24 de ore.

În completare, compania derulează periodic studii dedicate: sondaje anuale privind atitudinile și obiceiurile de consum și nivelul de notorietate a mărcilor, sondaje anuale privind satisfacția față de experiența în magazinele proprii, precum și focus grupuri organizate punctual cu consumatori, medici și farmaciști, pe teme legate de obiceiurile de recomandare și de percepția asupra mărcilor companiei. Rezultatele sunt analizate de departamentul Consumer Insights și utilizate în deciziile privind portofoliul, comunicarea și experiența în magazine. Studiile de percepție realizate de furnizori independenți, între care testul de notorietate IQVIA din 2025 și studiul de tip brand tracker realizat de AHA Moments în 2025, completează această imagine cu o perspectivă externă.

Perspectivele colectate influențează direct alocarea resurselor și prioritățile comerciale. Astfel, mixul de investiții dedicate consumatorilor, medicilor și farmaciștilor este calibrat anual pentru produsele aflate în focus, în funcție de nevoile identificate în rândul fiecărei categorii. De asemenea, feedbackul privind comportamentul de informare și de achiziție a condus la creșterea investițiilor în comunicarea digitală, canal prin care consumatorii accesează tot mai frecvent informația despre produse.

Începând cu 2023, compania a inițiat centralizarea acestui feedback în platforma Voice of the Customer, cu scopul de a reuni într-un singur sistem informațiile provenite din interacțiunea cu medicii, farmaciștii, clienții B2B și consumatorii finali. Extinderea utilizării platformei la nivelul întregii organizații este prevăzută pentru 2026 și va permite monitorizarea sistematică a indicatorilor aferenți.

Responsabilitatea operațională pentru colectarea și integrarea feedbackului revine departamentului Consumer Insights, împreună cu departamentul Customer Care pentru sesizările individuale.

Ținte

Obiectivul asumat pentru perioada anterioară, creșterea cu 10% pe an a audienței totale a podcastului educativ „Supliment de bine”, a fost depășit. În 2025, audiența cumulată pe canalele de social media ale companiei, Facebook, Instagram și TikTok, a ajuns la 3,7 milioane, cu 30% peste nivelul din 2024. Pentru 2026, compania și-a stabilit o țintă de 4,2 milioane, echivalentul unei creșteri de 15% față de anul precedent.

Compania menține două direcții anuale de educație pentru sănătate: realizarea studiului național „Prevenția în România”, care măsoară comportamentele și percepțiile privind prevenția, și organizarea conferinței Wellbeing 360°, a cărei a doua ediție este programată la Cluj-Napoca în 2026, după prima ediție organizată la București în 2025.

În privința accesibilității produselor, compania urmărește consolidarea rețelei proprii de retail și extinderea bazei de parteneri, precum și dezvoltarea prezenței internaționale a mărcii Good Routine®.

4. Guvernanță

4.1 Etică, integritate și conduită responsabilă în afaceri

Politici privind etica și conduita în afaceri

Secom® își bazează activitatea pe principii de etică, integritate și transparență, dezvoltate și consolidate pe parcursul celor peste două decenii de activitate pe piața suplimentelor alimentare din România. Aceste principii sunt transpuse în politici și proceduri interne care reglementează comportamentul profesional al angajaților și partenerilor de afaceri. De asemenea, în ultimii ani, compania a revizuit și actualizat o serie de politici interne, pentru a asigura o mai bună claritate a așteptărilor și pentru a întări mecanismele de feedback și îmbunătățire continuă.

Cadrul de guvernanță în materie [de etică și conduită profesională](#) include:

- Regulamentul Intern (actualizat în 2022), care stabilește standardele de comportament pentru angajați, inclusiv aspecte legate de nediscriminare, respectarea demnității și libertatea muncii;
- Codul de etică și conduită în afaceri (adoptat în 2023), aplicabil atât angajaților, cât și partenerilor de afaceri;
- Politica anticorupție (adoptată în 2023);
- Politica privind conflictul de interese (adoptată în 2022);
- Politica de raportare a neregulilor (whistleblowing).

Codul de etică și conduită în afaceri definește standardele de integritate aplicabile tuturor colaboratorilor, incluzând prevederi privind combaterea corupției, respectarea legislației concurențiale, gestionarea cadourilor și conflictelor de interese, protecția datelor și respectarea drepturilor omului. Respectarea acestor principii este obligatorie, iar compania își rezervă dreptul de a verifica conformitatea partenerilor.

Concurență loială și conflicte de interese

Secom® promovează competiția bazată pe calitatea produselor și pe practici comerciale corecte, susținută prin reglementări interne și sesiuni de informare pentru angajați.

Compania nu a fost implicată în litigii sau sancțiuni privind comportamente anticoncurențiale în perioada analizată.

În ceea ce privește conflictele de interese, politica adoptată în 2022 stabilește cadrul de identificare, raportare și gestionare a acestora.

În perioada 2024-2025 nu au fost înregistrate sesizări privind conflictele de interese.

Rolul și expertiza organelor de conducere în ceea ce privește aspectele legate de conduita profesională

Structura de guvernanță a Secom® include echipa de top management, responsabilă de implementarea strategiei de business și de asigurarea respectării principiilor de conduită etică la nivel organizațional.

Începând cu 2023, compania a instituit **Comitetul de Sustenabilitate**, format din membri ai echipei de conducere, cu rol în:

- integrarea principiilor de sustenabilitate în strategia de business;
- monitorizarea implementării obiectivelor ESG;
- evaluarea riscurilor și oportunităților (inclusiv reputaționale și de conformitate);
- aprobarea inițiativelor și alocării resurselor.
- Comitetul se întrunește cel puțin o dată pe an și este coordonat de CEO, având o componență multidisciplinară (marketing, financiar, supply chain, HR etc.), ceea ce asigură integrarea aspectelor de etică și conformitate în întreaga activitate a companiei.
- Monitorizarea continuă este realizată și prin raportări periodice către echipa executivă, precum și prin întâlniri organizaționale (Town Hall).

Competențele în materie de conduită profesională și conformitate sunt susținute prin programe de instruire obligatorii, descrise în secțiunea următoare. Responsabilitatea pentru actualizarea politicilor și pentru derularea acestor programe revine departamentului juridic, împreună cu departamentul People & Culture.

Începând cu 2025, obiectivele legate de conformitate au fost integrate în evaluarea anuală de performanță a funcțiilor responsabile. Derularea trainingurilor și a informărilor interne privind politica anticorupție constituie un obiectiv asumat de managerul departamentului juridic, iar începând cu 2026 obiectivele strategice de sustenabilitate asumate prin prezenta declarație vor fi incluse în evaluarea anuală a responsabililor din fiecare arie.

Prevenirea corupției și a mitei

Secom® aplică o abordare de toleranță zero față de corupție, formalizată prin Politica anticorupție adoptată în 2023.

Aceasta:

- interzice explicit mita, traficul de influență, plățile de facilitare și alte practici neetice;
- stabilește reguli clare privind interacțiunea cu oficialii publici;
- reglementează oferirea și acceptarea cadourilor;
- definește obligațiile de raportare a suspiciunilor de comportament neconform.

Responsabilitatea implementării politicii revine conducerii companiei, care asigură mecanisme de control, verificare și sancționare a eventualelor abateri.

În perioada de raportare, compania nu a înregistrat:

- incidente de corupție care să implice angajați;
- cazuri care să conducă la încetarea relațiilor cu partenerii;
- acțiuni în instanță sau investigații publice legate de corupție.

Traininguri anti-corupție

Un modul dedicat anticorupției a fost inclus în programul de integrare a noilor colegi, coordonat de departamentul juridic, pentru a asigura familiarizarea acestora cu principiile și regulile aplicabile încă de la începutul activității.

Abordarea a evoluat pe parcursul perioadei de raportare. În 2024, politica anticorupție era adusă la cunoștința angajaților la momentul angajării, prin semnarea unei declarații de luare la cunoștință. Începând cu 2025, aceasta a fost completată cu un curs dedicat, disponibil pe platforma internă de e-learning Docentix și obligatoriu pentru toți angajații.

Mecanisme de identificare, raportare și investigare a comportamentelor neconforme

Secom® a implementat un cadru formal și accesibil pentru identificarea și raportarea comportamentelor neconforme, prin Politica de raportare a neregulilor. Aceasta susține angajamentul companiei de a menține cele mai înalte standarde de integritate, transparență și responsabilitate în desfășurarea activităților sale.

Politica se aplică unui spectru larg de stakeholderi, incluzând:

- angajați și membri ai echipei de conducere;
- lucrători temporari sau colaboratori independenți;
- persoane care lucrează sub supravegherea contractorilor sau furnizorilor;
- foști sau viitori angajați;
- parteneri de afaceri, clienți și alte părți terțe.

Aceștia sunt încurajați să raporteze orice preocupare legată de posibile acțiuni neconforme sau ilegale, inclusiv, dar fără a se limita la:

- fapte de corupție, mită sau trafic de influență;
- conflicte de interese;
- încălcări ale legislației sau practicilor anticoncurențiale;
- nereguli în domeniul contabilității, auditului sau raportării;
- încălcări ale drepturilor omului sau ale normelor de sănătate și siguranță;

- probleme privind protecția mediului;
- posibile cazuri de spălare de bani;
- nerespectarea legislației privind protecția consumatorilor sau siguranța produselor;
- încălcări ale confidențialității și protecției datelor;
- orice conduită care ar putea afecta reputația companiei;
- ascunderea intenționată a unor astfel de situații.

Pentru a facilita raportarea, compania pune la dispoziție mai multe canale sigure și accesibile:

- platformă online dedicată (whistleblowing);
- adresă de e-mail dedicată;
- raportare directă, verbală sau în scris, către membrii Echipei Desemnate (Director People & Culture, Legal Manager, Internal Auditor).

Sesizările pot fi transmise atât nominal, cât și anonim (exclusiv prin platforma online).

Toate sesizările sunt gestionate conform unor proceduri clare:

- confirmarea primirii în maximum 7 zile;
- analizarea și investigarea cazului de către persoanele desemnate;
- transmiterea unui răspuns privind stadiul soluționării în termen de maximum 3 luni.

Sistemul este conceput pentru a permite identificarea timpurie a riscurilor și pentru a preveni transformarea acestora în incidente cu impact major asupra companiei sau stakeholderilor.

Reclamațiile comerciale privind produsele sau serviciile nu intră în aria acestui mecanism, fiind gestionate separat, prin canale dedicate relației cu clienții.

Începând cu 2023, compania a inițiat implementarea platformei „Voice of the Customer”, cu rolul de a centraliza feedback-ul provenit din interacțiunea cu clienți și consumatori și de a sprijini procesul de îmbunătățire continuă a produselor și serviciilor.

În 2025, a fost implementat modulul dedicat gestionării reclamațiilor de comenzi, atât pentru segmentul B2B, cât și pentru consumatorii finali (B2C), marcând integrarea operațională a platformei la nivelul principalelor funcțiuni relevante din organizație. În paralel, a fost introdus un sistem de ticketing pentru gestionarea centralizată și trasabilă a tuturor sesizărilor.

Odată cu extinderea utilizării platformei la nivel organizațional complet (prevăzută pentru prima jumătate a anului 2026), compania va putea asigura monitorizarea sistematică a

indicatorilor de performanță aferenți procesului de gestionare a reclamațiilor, inclusiv timpul mediu de soluționare.

Protecția avertizorilor de integritate

Secom® asigură un cadru robust de protecție pentru avertizorii de integritate, ca parte integrantă a sistemului său de guvernanță și conformitate.

Compania garantează că toate raportările sunt tratate cu:

- confidențialitate deplină a identității avertizorului;
- protecția datelor cu caracter personal;
- imparțialitate și obiectivitate în procesul de analiză.

Este interzisă orice formă de represalii împotriva persoanelor care raportează, cu bună credință, o suspiciune de comportament neconform. Această protecție se aplică inclusiv în cazul persoanelor care au intenționat să facă o raportare sau au oferit suport într-o investigație.

Compania își asumă în mod explicit că:

- niciun angajat sau partener nu va fi sancționat pentru o raportare realizată cu bună credință;
- orice comportament de intimidare, hărțuire sau răzbunare este tratat ca abatere gravă și poate conduce la sancțiuni disciplinare, inclusiv încetarea contractului de muncă.

Prin aceste mecanisme, Secom® urmărește să creeze un mediu organizațional sigur, în care preocupările legate de etică și conformitate pot fi exprimate deschis, fără teamă de consecințe negative.

Sistemul de whistleblowing contribuie astfel nu doar la prevenirea riscurilor, ci și la consolidarea unei culturi organizaționale bazate pe integritate, responsabilitate și încredere.

În perioada 2024–2025 nu au existat cazuri raportate prin mecanismul de whistleblowing.

4.2 Gestionarea relațiilor cu furnizorii

Secom® gestionează relațiile cu furnizorii printr-o abordare bazată pe parteneriate pe termen lung, transparență și respectarea unor standarde ridicate de calitate și etică. Având un portofoliu diversificat – suplimente alimentare, produse cosmetice, ceaiuri și alte produse de îngrijire personală – compania asigură o coordonare integrată între funcțiunile de achiziții, supply chain și logistică.

Departamentul de Supply Chain este responsabil pentru planificarea și plasarea comenzilor către furnizorii internaționali și locali, în baza unor analize constante privind nivelurile de stoc, previziunile de vânzări și bugetele anuale alocate. Această abordare permite menținerea unui echilibru optim între disponibilitatea produselor și eficiența operațională.

Compania monitorizează constant riscurile asociate lanțului de aprovizionare, inclusiv perturbări logistice, întârzieri în transport sau riscuri geopolitice. Pentru a reduce impactul acestora, Secom® implementează măsuri de adaptare, precum diversificarea rutelor logistice sau utilizarea transportului alternativ pentru produsele sensibile. Această abordare contribuie la asigurarea continuității livrărilor și la limitarea riscurilor operaționale.

Selecția furnizorilor se realizează printr-un proces riguros, care include evaluarea atât a criteriilor de calitate și performanță, cât și a aspectelor etice și reputaționale.

Principalele criterii de selecție includ:

- experiența și capacitatea de producție;
- calitatea materiilor prime și utilizarea ingredientelor standardizate;
- deținerea de certificări relevante (ex. GMP, NSF, non-GMO);
- portofoliul de produse și nivelul de inovație;
- reputația și integritatea partenerului (inclusiv absența litigiilor sau a incidentelor reputaționale).

Aceste criterii reflectă o integrare indirectă a aspectelor de sustenabilitate în procesul de selecție, în special în ceea ce privește siguranța produselor, conformitatea și responsabilitatea în lanțul de aprovizionare.



Relațiile cu furnizorii sunt guvernate de prevederile Codului de etică și conduită în afaceri al Secom®, adoptat în 2023, care stabilește standarde clare privind:

- prevenirea corupției și a mitei;
- respectarea legislației și a principiilor concurenței loiale;
- protecția datelor și confidențialitatea;
- respectarea drepturilor omului și a condițiilor de muncă;
- sănătatea și siguranța în muncă.

Codul de etică și conduită în afaceri al Secom® este comunicat partenerilor de afaceri din România, prin email, începând cu 2025. Secom® își rezervă dreptul de a verifica conformitatea partenerilor cu aceste standarde și de a lua măsuri în cazul identificării unor abateri.

În ceea ce privește structura lanțului de aprovizionare, compania acordă o importanță deosebită furnizorilor locali.

Proporția cheltuielilor cu furnizorii locali

Secom® Healthcare	Numărul furnizorilor locali	Alți furnizori	Total
2022	1.207	63	1.270
2023	1.463	68	1.531
2024	1.599	91	1.690
2025	1.674	134	1.808

Secom® Healthcare	Achiziții furnizori locali	Achiziții alți furnizori	Total
2022	36%	64%	100%
2023	41%	59%	100%
2024	37,8%	62,2%	100%
2025	38,9%	61,1%	100%

Înrolarea furnizorilor noi

În prezent, compania nu dispune de un proces formalizat de due diligence standardizat pentru înrolarea tuturor furnizorilor. Cu toate acestea, pentru segmentele strategice de aprovizionare, în special în cazul producătorilor de produse din gama proprie Good Routine®, este aplicat un proces structurat de evaluare și selecție a partenerilor, bazat pe criterii de calitate, conformitate și capacitate operațională.

Procesul de evaluare a furnizorilor include mai multe etape succesive:

Evaluare preliminară a profilului furnizorului

Se analizează experiența pe piață, reputația, participarea în rețele și asociații de profil și prezența în ecosistemul internațional al industriei. Sunt luate în considerare certificările relevante de calitate și siguranță (ex. cGMP, HACCP, ISO, BRC, IFS, FDA), precum și certificările specifice de produs (ex. BIO/Organic, Halal), în funcție de categorie.

Verificări documentare și de conformitate

Furnizorii sunt solicitați să furnizeze documentația necesară pentru validarea conformității, inclusiv licențe, certificate de calitate, declarații de conformitate și documentație tehnică aferentă materiilor prime și produselor finite. Un criteriu esențial îl reprezintă capacitatea de a realiza analizele solicitate de companie (inclusiv teste de siguranță și parametri microbiologici).

Evaluare operațională și comercială

Sunt evaluate capacitatea de producție, diversitatea portofoliului, nivelul de inovație, calitatea materiilor prime și a produsului finit, precum și utilizarea unor tehnologii moderne de producție. Totodată, sunt analizate criteriile comerciale, inclusiv prețul, cantitățile minime de comandă (MOQ), termenul de valabilitate, lead time-ul de producție și respectarea specificațiilor de formulare.

Mecanisme de raportare și gestionare a neconformităților în lanțul de aprovizionare

Secom® pune la dispoziția furnizorilor și altor parteneri un mecanism formal de raportare a neregulilor, prin politica de whistleblowing adoptată în 2023. Aceasta permite raportarea confidențială a unor potențiale încălcări legate de:

- corupție și mită;
- conflicte de interese;
- încălcări ale legislației;
- aspecte privind drepturile omului, mediul sau siguranța produselor.

Raportările pot fi realizate prin canale dedicate (platformă online, email sau direct către persoane desemnate), fiind asigurată protecția avertizorilor și interzicerea oricărei forme de represalii.

Acest mecanism contribuie la identificarea timpurie a riscurilor din lanțul de aprovizionare și la consolidarea unei culturi organizaționale bazate pe integritate și responsabilitate.

Obiective privind achizițiile și relația cu furnizorii

Obiectivul asumat în raportul precedent, integrarea criteriilor de sustenabilitate în procedura de achiziții la nivelul companiei, nu a putut fi realizat în forma inițială, întrucât compania nu dispune în prezent de o procedură centralizată de achiziții.

Pentru 2026, obiectivul a fost reformulat într-o direcție aplicabilă structurii actuale: elaborarea unui ghid de achiziții sustenabile, care va defini criterii orientative pentru principalele categorii de achiziții, ca reper pentru echipele implicate.

Tot pentru 2027, compania își propune inițierea unui proces de evaluare pe criterii de sustenabilitate pentru furnizorii care acoperă 80% din valoarea achizițiilor, pe baza unui chestionar structurat pe cele trei dimensiuni ale sustenabilității. Componenta de mediu va viza existența unei politici sau a unui sistem de management de mediu, măsurile de reducere a consumului de energie și a emisiilor, gestionarea deșeurilor, utilizarea materialelor sustenabile și conformitatea cu legislația aplicabilă. Componenta socială va acoperi respectarea drepturilor angajaților și a legislației muncii, condițiile de sănătate și securitate în muncă, politicile de egalitate de șanse, interzicerea muncii forțate și a muncii copiilor, precum și practicile din propriul lanț de aprovizionare. Componenta de guvernanță va viza codul de etică, politicile anticorupție, transparența în raportare, mecanismele de avertizare și securitatea datelor.

În cadrul aceluiași demers, compania va solicita furnizorilor și producătorilor cheie date privind amprenta de carbon, pentru a crește acuratețea calculului emisiilor indirecte din lanțul valoric.

Anexa 1. Metodologia analizei de dublă materialitate

Anexa prezintă scările de evaluare, matricele de determinare a scorurilor și pragurile de materialitate aplicate în cadrul analizei descrise în capitolul „Informații generale”.

Scările utilizate pentru evaluarea impactului

Evaluarea impactului în procesul de analiză s-a realizat utilizând două dimensiuni principale: probabilitatea și severitatea. Acestea au fost cuantificate pe scări detaliate pentru a oferi o înțelegere cât mai clară și obiectivă.

1. Probabilitatea

Probabilitatea reflectă frecvența și probabilitatea ca un impact potențial să se manifeste, fiind evaluată pe o scară de la 0 la 5:

- 0: 0 probabilitate să se întâmple.
- 1: Este foarte probabil să se întâmple pe o perioadă lungă de timp (3-5 ani) sau nu s-a întâmplat până în prezent.
- 2: Este puțin probabil să se întâmple pe o perioadă lungă de timp (3-5 ani) sau s-a întâmplat măcar o dată în ultimii 3 ani.
- 3: Este probabil să se întâmple pe o perioadă medie de timp (1-3 ani) sau s-a întâmplat măcar o dată în ultimii 3 ani.
- 4: Este probabil să se întâmple pe o perioadă scurtă de timp (<2 ani) sau s-a produs de câteva ori în ultimii 2 ani.
- 5: Este foarte probabil să se întâmple pe o perioadă scurtă de timp (<1 an) sau s-a întâmplat de mai multe ori în ultimul an.

2. Severitatea

Severitatea analizează gravitatea, extinderea și remediabilitatea unui impact, fiind evaluată în funcție de trei dimensiuni: gravitatea, extinderea și caracterul remediabil/iremediabil.

Gravitatea (scale):

- 0: Niciun impact (ex. nu sunt generate emisii, nu se înregistrează accidente de muncă sau fluctuație de personal, nu se deversează ape uzate etc).
- 1: Impactul companiei este cu peste 50% mai mic decât media industriei/ limita legală/ media națională (în funcție de forma de impact).
- 2: Impactul companiei este cu până la 50% mai mic decât media industriei/ limita legală/ media națională (în funcție de forma de impact).
- 3: Impactul companiei este la fel ca media industriei/ limita legală/ media națională (în funcție de forma de impact).

- 4: Impactul companiei este cu până la 50% mai mare decât media industriei/ limita legală/ media națională (în funcție de forma de impact).
- 5: Impactul companiei este cu peste 50% mai mare decât media industriei/ limita legală/ media națională (în funcție de forma de impact).

Extinderea (scope):

- 0: Niciun efect detectabil (0% din populația sau ecosistemul relevant este afectat).
- 1: Până la 10% din populația, comunitatea sau ecosistemul relevant este afectat(ă).
- 2: Între 10–25% din populația, comunitatea sau ecosistemul relevant este afectat(ă).
- 3: Între 25–50% din populația, comunitatea sau ecosistemul relevant este afectat(ă).
- 4: Între 50–75% din populația, comunitatea sau ecosistemul relevant este afectat(ă).
- 5: Peste 75% din populația, comunitatea sau ecosistemul relevant este afectat(ă).

Caracterul remedabil/iremediabil:

- 0: Fără impact, nu este nevoie de măsuri de remediere, situația rămâne neafectată
- 1: Impact ușor remedabil, este redus și poate fi complet remediat cu acțiuni minime din partea companiei; situația poate reveni complet la starea inițială.
- 2: Impact remedabil, necesită intervenții considerabile din partea companiei pentru a restaura situația la starea inițială; este posibilă remedierea completă prin eforturi interne.
- 3: Impact remedabil semnificativ, necesită eforturi coordonate între companie și alte părți externe (ex. guvern, ONG-uri) pentru a atenua efectele; restaurarea completă este posibilă, dar dificilă.
- 4: Impact greu remedabil, chiar și cu eforturi semnificative ale companiei și ale altor părți externe, impactul este doar parțial reversibil; restaurarea completă la situația anterioară este improbabilă.
- 5: Impact iremediabil, este ireversibil, fără nicio posibilitate realistă de a restaura mediul sau situația populației afectate la starea inițială; orice acțiune poate doar limita în mică măsură efectele.

Sursele de date utilizate pentru determinarea mediilor la nivelul industriei/ limitele legale/ limitele naționale:

Determinarea mediei industriei, a limitelor legale sau a mediei naționale a fost realizată printr-o analiză preliminară a surselor disponibile, adaptată fiecărei teme evaluate. Procesul s-a bazat pe o combinație de informații interne și consultarea unor resurse externe relevante, acolo unde acestea au fost accesibile. Exemple de surse utilizate includ:

- Informații interne: Date istorice privind incidentele raportate, amenzile sau sancțiunile aplicate, precum și rapoarte interne privind conformarea cu reglementările legale.
- Reglementări legale: Consultarea legislației naționale aplicabile, ghidurilor oficiale emise de autorități de reglementare relevante.
- Perspectiva industriei: Utilizarea informațiilor obținute din participarea la conferințe, seminarii sau întâlniri cu alți actori din industrie, precum și a unor rapoarte sau studii de caz publicate de asociații profesionale.
- Context național și regional: Referințe punctuale la date statistice publicate de instituții oficiale, precum Institutul Național de Statistică, Eurostat sau alte surse de încredere.

Aceste surse au fost analizate și interpretate în cadrul procesului, cu implicarea directă a specialiștilor relevanți din cadrul organizației. Ipotezele formulate au reflectat contextul specific al companiei și au fost validate prin experiența și expertiza acumulată, pentru a asigura o bază solidă în evaluarea impacturilor, riscurilor și oportunităților.

Evaluarea riscurilor și oportunităților

Scările utilizate pentru evaluarea riscurilor și oportunităților

Probabilitatea

Probabilitatea reflectă frecvența și probabilitatea ca un risc sau oportunitate să se manifeste, fiind evaluată pe o scară de la 0 la 5:

- 0: 0 probabilitate să se întâmple.
- 1: Este foarte probabil să se întâmple pe o perioadă lungă de timp (3-5 ani) sau nu s-a întâmplat până în prezent.
- 2: Este puțin probabil să se întâmple pe o perioadă lungă de timp (3-5 ani) sau s-a întâmplat măcar o dată în ultimii 3 ani.
- 3: Este probabil să se întâmple pe o perioadă medie de timp (1-3 ani) sau s-a întâmplat măcar o dată în ultimii 3 ani.
- 4: Este probabil să se întâmple pe o perioadă scurtă de timp (<2 ani) sau s-a produs de câteva ori în ultimii 2 ani.
- 5: Este foarte probabil să se întâmple pe o perioadă scurtă de timp (<1 an) sau s-a întâmplat de mai multe ori în ultimul an (se va alege 5, inclusiv în cazul impacturilor actuale).

Impactul (magnitudinea efectelor financiare)

Impactul riscului/ oportunității reflectă efectele financiare, operaționale, reputaționale negative/ pozitive asupra companiei, astfel:

- 1: Foarte scăzut
 - Financiar: Scăderea profitului net sau a cifrei de afaceri cu mai puțin de 0,5%.
 - Operațional: Activitățile companiei/procese de lucru nu sunt condiționate/suspendate. Realizarea obiectivelor nu este afectată. Pot apărea întârzieri sau probleme nesemnificative, ușor de gestionat.
 - Reputațional: Minim; risc izolat, cu impact redus asupra percepției publice.
- 2: Scăzut
 - Financiar: Scăderea profitului net sau a cifrei de afaceri anuale cu valori cuprinse între 0,5% și <2%.
 - Operațional: Activitățile companiei/procese de lucru se desfășoară sub condiționări, cu probleme minore care necesită intervenții punctuale.
 - Reputațional: Imaginea companiei este afectată într-o mică măsură, izolat, cu potențial limitat de a atrage atenția presei sau a stakeholderilor.
- 3: Mediu
 - Financiar: Scăderea profitului net sau a cifrei de afaceri anuale cu valori cuprinse între 2% și <5%.
 - Operațional: Pot exista probleme operaționale care necesită resurse suplimentare pentru a fi remediate.
 - Reputațional: Risc semnificativ; posibilă atenție negativă din partea presei sau a stakeholderilor importanți.
- 4: Ridicat
 - Financiar: Scăderea profitului net sau a cifrei de afaceri anuale cu valori cuprinse între 5% și 10%.
 - Operațional: Probleme majore care afectează funcționarea normală a activității, întreruperi ale activităților esențiale.
 - Reputațional: Atenție negativă intensă; risc de pierdere a partenerilor comerciali sau scăderea valorii de piață.
- 5: Foarte ridicat
 - Financiar: Scăderea profitului net cu mai mult de 10%.
 - Operațional: Probleme sistemice care amenință viabilitatea pe termen lung a activității.

Reputațional: Imaginea societății este afectată în mod semnificativ la nivel național și internațional, posibilă pierdere a încrederii clienților și partenerilor.

Determinarea materialității formelor de impact, riscurilor și oportunităților

Impacturile (pozitive și negative) au fost evaluate utilizând o matrice de probabilitate și severitate, iar pe baza scorului final, i-au fost asociate măsuri adaptate fiecărui tip de impact:

Foarte ridicat	5	SEVERITATE	5	10	15	20	25
Ridicat	4		4	8	12	16	20
Mediu	3		3	6	9	12	15
Scăzut	2		2	4	6	8	10
Foarte scăzut	1		1	2	3	4	5
			PROBABILITATE				
			1	2	3	4	5
			Foarte scăzută	Scăzută	Medie	Ridicăță	Foarte ridicată

Severitatea impacturilor negative = $\frac{(Gravitate + Extindere + Caracter remedial/ iremediabil)}{3}$

Severitatea impacturilor pozitive = $\frac{(Gravitate + Extindere)}{2}$

Scor final formă de impact = Severitate x Probabilitate

Impacturi negative

1-4	Tolerabil	Nu necesită măsuri imediate de due diligence.
5-8	Reducere pe termen mediu/ lung	Necesită măsuri de due diligence pe termen mediu sau lung
8.01-15	Reducere pe termen scurt	Necesită măsuri de due diligence implementate pe termen scurt.
15.01-25	Reducere urgentă	Necesită măsuri urgente de due diligence pentru a gestiona impacturile critice.

Impacturi pozitive

1-4	Efecte pozitive minore	Efectele pozitive sunt reduse și este de discutat dacă acestea ar trebui amplificate; se poate decide investirea de resurse suplimentare pentru a crește aceste efecte pozitive
5-8	Efecte pozitive moderate	Necesită monitorizare și acțiuni planificate pentru a crește beneficiile pe termen mediu și lung; pot fi implementate măsuri specifice pentru a dezvolta aceste impacturi și pentru a le crește efectele pozitive.
8.01-12	Efecte pozitive semnificative	Este importantă menținerea impacturilor pozitive (prin menținerea și consolidarea politicilor, procedurilor și practicilor care le-au generat/ le pot genera); se recomandă monitorizarea constantă a acestor efecte pentru a preveni diminuarea lor și pentru a încuraja replicarea acestora în alte arii relevante.
15.01-25	Efecte pozitive majore	Necesită o prioritate ridicată pentru a fi menținute și extinse; este crucială asigurarea continuității politicilor și practicilor care au contribuit la generarea acestor efecte.

Evaluarea riscurilor

Riscurile au fost clasificate în funcție de probabilitatea de apariție și de severitatea impactului financiar/operațional/reputațional, utilizând următoarea matrice:

Foarte ridicat	5	IMPACT	5	10	15	20	25
Ridicat	4		4	8	12	16	20
Mediu	3		3	6	9	12	15
Scăzut	2		2	4	6	8	10
Foarte scăzut	1		1	2	3	4	5
			PROBABILITATE				
			1	2	3	4	5
			Foarte scăzută	Scăzută	Medie	Ridicată	Foarte ridicată

Scor final risc = Impact x Probabilitate

1-4	Tolerabil	Nu necesită nicio măsură de control
5-8	Tolerare ridicată	Necesită măsuri de control pe termen mediu/lung
9-12	Tolerare scăzută	Necesită măsuri de control pe termen scurt
15-25	Intolerabil	Necesită măsuri de control urgente

Evaluarea oportunităților

Oportunitățile au fost clasificate în funcție de probabilitatea de materializare și de magnitudinea beneficiilor financiare sau strategice:

Foarte ridicat	5	IMPACT	5	10	15	20	25
Ridicat	4		4	8	12	16	20
Mediu	3		3	6	9	12	15
Scăzut	2		2	4	6	8	10
Foarte scăzut	1		1	2	3	4	5
			PROBABILITATE				
			1	2	3	4	5
			Foarte scăzută	Scăzută	Medie	Ridicată	Foarte ridicată

Scor final oportunitate = Impact x Probabilitate

1-4	Explorare pe termen foarte lung	Nu necesită acțiuni imediate; oportunitatea este de mică amploare
5-8	Explorare pe termen mediu/ lung	Necesită evaluări suplimentare și investiții pentru valorificarea oportunităților
9-12	Explorare pe termen scurt	Necesită implementarea de măsuri rapide pentru a valorifica beneficiile
15-25	Valorificare prioritară	Necesită intervenții imediate pentru a maximiza oportunitățile identificate

Impacturi, riscuri și oportunități materiale

În urma analizei, pragurile de materialitate au fost stabilite astfel:

- Impacturile devin materiale dacă în cadrul evaluării au obținut o notă mai mare sau egală cu 9.
- Riscurile și oportunitățile devin materiale dacă în cadrul evaluării au obținut o notă mai mare sau egală cu 9.

Astfel, dacă tema/ subtema/ sub-subtema a relevat cel puțin un impact, risc sau oportunitate care a depășit pragul de materialitate, aceasta a fost considerată materială.

Anexa 2. Cerințe de prezentare de informații acoperite

Cerințe de prezentare de informații din ESRS acoperite de Declarația de Durabilitate

Lista cerințelor de publicare materiale		Numărul paginii
BP-1	Baza generală pentru întocmirea declarațiilor privind sustenabilitatea	4-5
BP-2	Prezentări de informații în legătură cu circumstanțe specifice	5
GOV-1	Rolul organelor de administrație, de conducere și de supraveghere	19-21
GOV-2	Informațiile furnizate organelor de administrație, de conducere și de supraveghere ale întreprinderii și aspectele de durabilitate abordate de acestea	25
GOV-3	Integrarea performanței legate de durabilitate în sistemele de stimulente	25
GOV-4	Declarație privind procesul de diligență	26
GOV-5	Gestionarea riscurilor și controalele interne referitoare la raportarea privind durabilitatea	26
SBM-1	Strategia, modelul de afaceri și lanțul valoric	6-14
SBM-2	Interesele și punctele de vedere ale părților interesate	15-18
SBM-3	Impacturile, riscurile și oportunitățile semnificative și interacțiunea acestora cu strategia și modelul de afaceri	26-27
IRO-1	Descrierea procesului de identificare și de evaluare a impacturilor, a riscurilor și a oportunităților semnificative	34-38, 118-124
IRO-2	Cerințe de prezentare de informații din ESRS acoperite de declarația privind durabilitatea a întreprinderii	125
E1	SCHIMBĂRILE CLIMATICE	
E1.GOV-3	Integrarea performanței legate de durabilitate în sistemele de stimulente	25
E1.SBM-3	Impacturile, riscurile și oportunitățile semnificative și interacțiunea acestora cu strategia și modelul de afaceri	40
E1.IRO-1	Descrierea procesului de identificare și de evaluare a impacturilor, a riscurilor și a oportunităților semnificative	34-38, 118-124
E1-1	Planul de tranziție pentru atenuarea schimbărilor climatice	42
E1-2	Politici legate de atenuarea schimbărilor climatice și adaptarea la acestea	42
E1-3	Acțiuni și resurse legate de politicile privind schimbările climatice	43-44
E1-4	Ținte legate de atenuarea schimbărilor climatice și adaptarea la acestea	44-45
E1-5	Consumul de energie și mixul energetic	47
E1-6	Emisiile brute de GES de categoriile 1, 2, 3 și emisiile totale de GES	48

E1-7	Absorbții de GES și proiecte de atenuare a emisiilor de GES finanțate prin credite de carbon	50
E1-8	Stabilirea prețului intern al carbonului	50
E2	POLUAREA	
E2.IRO-1	Descrierea procesului de identificare și de evaluare a impacturilor, a riscurilor și a oportunităților semnificative	51, 118-124
E2-1	Politici legate de poluare	51-52
E2-2	Acțiuni și resurse legate de poluare	52
E2-3	Ținte legate de poluare	52
E5	UTILIZAREA RESURSELOR ȘI ECONOMIA CIRCULARĂ	
E5.IRO-1	Descrierea procesului de identificare și de evaluare a impacturilor, a riscurilor și a oportunităților semnificative	53, 118-124
E5-1	Politici legate de utilizarea resurselor și economia circulară	53-54
E5-2	Acțiuni și resurse legate de utilizarea resurselor și economia circulară	54-55
E5-3	Ținte legate de utilizarea resurselor și economia circulară	55
E5-4	Intrări de resurse	55-56
E5-5	Ieșiri de resurse	57
S1	FORȚA DE MUNCĂ PROPRIE	
S1.SBM-2	Interesele și punctele de vedere ale părților interesate	15-16, 68-69
S1.SBM-3	Impacturile, riscurile și oportunitățile semnificative și interacțiunea acestora cu strategia și modelul de afaceri	58-59
S1-1	Politici legate de forța de muncă proprie	59-68
S1-2	Procese pentru colaborarea cu forța de muncă proprie și cu reprezentanții lucrătorilor cu privire la impacturi	68-69
S1-3	Procese de remediere a impacturilor negative și canalele prin care forța de muncă proprie își poate exprima preocupările	70-71
S1-4	Adoptarea de măsuri privind impacturile semnificative asupra forței de muncă proprii și abordări pentru gestionarea riscurilor semnificative și pentru urmărirea oportunităților semnificative legate de forța de muncă proprie, precum și eficacitatea acestor acțiuni	72-76
S1-5	Ținte legate de gestionarea impacturilor negative semnificative, de promovarea impacturilor pozitive și de gestionarea riscurilor și a oportunităților semnificative	76-77
S1-6	Caracteristicile angajaților întreprinderii	78-79
S1-9	Indicatori privind diversitatea	81
S1-10	Salarii adecvate	81
S1-12	Persoane cu dizabilități	76-77, 129

S1-13	Indicatori de formare și de dezvoltare a competențelor	82
S1-14	Indicatori de sănătate și siguranță	83
S1-15	Indicatori privind echilibrul dintre viața profesională și cea privată	84
S1-16	Indicatori privind remunerația (diferența de remunerare și remunerația totală)	not available
S1-17	Incidente, plângeri și probleme și incidente grave privind drepturile omului	64
S4	CONSUMATORII ȘI UTILIZATORII FINALI	
S4.SBM-2	Interesele și punctele de vedere ale părților interesate	15-18, 107-108
S4.SBM-3	Impacturile, riscurile și oportunitățile semnificative și interacțiunea acestora cu strategia și modelul de afaceri	87-88
S4-1	Politici privind consumatorii și utilizatorii finali	88, 98-100
S4-2	Procese de colaborare cu consumatorii și utilizatorii finali cu privire la impacturi	102-103, 105-108
S4-3	Procese de remediere a impacturilor negative și canale prin care consumatorii și utilizatorii finali își pot exprima preocupările	97, 102
S4-4	Adoptarea de măsuri cu privire la impacturile semnificative asupra consumatorilor și utilizatorilor finali și abordări pentru gestionarea riscurilor semnificative și urmărirea oportunităților semnificative legate de consumatori și utilizatori finali, precum și eficacitatea acestor măsuri	95-98, 102-104, 105-108
S4-5	Ținte legate de gestionarea impacturilor negative semnificative, de promovarea impacturilor pozitive și de gestionarea riscurilor și a oportunităților semnificative	108
G1	CONDUITA PROFESIONALĂ	
G1.GOV-1	Rolul organelor de administrație, de conducere și de supraveghere	19-21, 110
G1.IRO-1	Descrierea procesului de identificare și de evaluare a impacturilor, a riscurilor și a oportunităților semnificative	118-124
G1-1	Politicile privind conduita profesională și cultura corporativă	109
G1-2	Gestionarea relațiilor cu furnizorii	114-115
G1-3	Prevenirea și depistarea corupției și a dării sau luării de mită	110-111
G1-4	Incidente de corupție sau dare sau luare de mită	113

Anexa 3. Stadiul obiectivelor asumate în raportul anterior

Tabelul prezintă obiectivele asumate în raportul de sustenabilitate precedent, grupate pe cei trei piloni, cu termenul stabilit, stadiul realizării la finalul perioadei de raportare și rezultatul înregistrat.

Mai multă consecvență pentru mediu

Obiectiv	Termen	Stadiu	Rezultat înregistrat
Realizarea amprente de carbon corporative pentru Scope 1 și Scope 2	2025	Depășit	Inventar extins voluntar la Scope 3; 5.991,49 t CO ₂ e emisii totale
Achiziționarea de energie electrică din surse regenerabile pentru 50% dintre sedii	2025	Depășit	Sediul central și 11 din cele 22 de magazine; 78% din consumul de energie electrică
Înlocuirea foliei de plastic pentru protecția produselor fragile, comenzi online	2025	Realizat	Ambalaje din carton certificat FSC
Înlocuirea cutiilor cu variante cu închidere din carton, fără bandă adezivă	2025	Realizat	Ambalaje din carton certificat FSC, cu închidere fără scotch
Înlocuirea electrocasnicelor cu modele de minimum clasa energetică C	2025	Realizat parțial	Clasele A și B pentru frigidere, cuptoare și aparate de cafea; o vitrină frigorifică în clasa E, din motive tehnice
Utilizarea hârtiei 100% reciclate pentru materialele tipărite administrative	2025	Realizat	Nu au fost produse materiale tipărite noi; hârtia achiziționată pentru sediu și magazine a fost integral reciclată
20% dintre articolele POSM din hârtie realizate din hârtie reciclată	2025	Depășit	20,83% din cele 96 de articole POSM au fost realizate din hârtie reciclată
Mentținerea ponderii produselor expirate sub 1% din valoarea inventarului	2025	Depășit	0,41% din valoarea inventarului
Monitorizarea partenerului de colectare a deșeurilor de ambalaje	2025	Realizat	Verificarea periodică a datelor de transparență publicate de partener
Automatizarea colectării datelor pentru declarația de sustenabilitate	2025	Realizat	Baze de date automatizate pentru produse/suplimente alimentare, materiale promoționale, deșeuri și energie
Informarea partenerilor privind inițiativele de sustenabilitate	2025	Realizat	Consultare în etapa de elaborare a raportului și comunicarea Codului de etică
Dezvoltarea unei politici de mediu aplicabile tuturor diviziilor	2026	În curs	Finalizare prevăzută la finalul anului 2026
Formalizarea responsabilităților de mediu în fișa postului unei persoane dedicate	2026	Reformat	Responsabilități distribuite pe opt poziții cheie; formalizare în fișele de post în 2027

Obiectiv	Termen	Stadiu	Rezultat înregistrat
Integrarea criteriilor de sustenabilitate în procedura de achiziții	2026	Reformulat	Înlocuit cu elaborarea unui ghid de achiziții sustenabile, în 2027
Înlocuirea a 10% din flotă cu autovehicule hibride	2026	În curs	Flotă totală de 95 de autovehicule, din care 80 alocate forței de vânzări

Mai multă grijă pentru oameni

Obiectiv	Termen	Stadiu	Rezultat înregistrat
Minimum 30 de ore de formare profesională pe an, în medie, per membru al echipei	2025	Depășit	36,93 ore în medie; 7.866,5 ore de formare în total
Raport egal între media orelor de formare pentru femei și pentru bărbați, cursuri obligatorii	2025	Realizat	Câte o oră în medie pentru ambele categorii
Angajarea a minimum cinci persoane din categorii vulnerabile și două comunicări anuale privind diversitatea	2025	Realizat parțial	Discuții cu două organizații, fără angajări; contracte cu furnizori care implică persoane cu dizabilități; o comunicare internă din cele două asumate
Creșterea cu 10% pe an a audienței podcastului „Supliment de bine”	2025	Depășit	3,7 milioane audiență cumulată, cu 30% peste nivelul din 2024
Derularea a minimum două studii observaționale pentru produsele Good Routine®	2026	Nerealizat, înlocuit	Înlocuit cu auditarea principalilor doi producători, care acoperă 74% din portofoliul de suplimente Good Routine®
Aderarea la o inițiativă externă pentru diversitate și combaterea discriminării	2026	Reformulat	Aderare la Camera de Comerț pentru Diversitate din România, în 2027

Mai multă responsabilitate în business

Obiectiv	Termen	Stadiu	Rezultat înregistrat
Elaborarea politicii de sponsorizare	2025	Realizat	Politică adoptată și aplicată
Comunicarea Codului de etică și conduită către partenerii companiei	2025	Realizat	Transmis partenerilor din România
Includerea unui capitol anticorupție în programul de integrare a noilor colegi	2025	Realizat	Modul inclus în programul de induction și curs dedicat, obligatoriu, pe platforma de e-learning
Instruiri și informări interne periodice privind politica anticorupție	2025	Realizat	Curs obligatoriu, disponibil permanent pe platforma de cursuri Docentix
Alocarea a 20% din impozitul pe profit pentru sponsorizări și donații	2025	Depășit	1.427.254 lei în 2025, cu 29% peste nivelul din 2024
Campanie pentru consolidarea Secom® ca brand etic	2025	Înlocuit	Studiul național „Prevenția în România” și conferința Wellbeing 360°

Obiectiv	Termen	Stadiu	Rezultat înregistrat
Utilizarea platformei Voice of the Customer de toate funcțiunile relevante	2025	Realizat parțial	Modul pentru reclamațiile B2B și B2C, operațional din 2025; extindere organizațională în 2026
Centralizarea în platforma Voice of the Customer a studiilor cu medici și farmaciști	2025	Înlocuit	Obiectiv în reevaluare deoarece studiile cu medici & farmaciști nu se realizează cu regularitate ci la nevoie .
Integrarea obiectivelor strategice de sustenabilitate în evaluarea anuală a responsabililor	2025	Realizat	Obiective incluse în evaluarea anuală a șase funcții

Obiectivele marcate ca reformulate sau înlocuite au fost redefinite în urma evaluării interne și sunt menținute ca direcție de acțiune într-o formă adaptată structurii și modelului de afaceri ale companiei.

Anexa 4. Obiective asumate pentru perioada următoare

Tabelul prezintă obiectivele asumate pentru perioada 2026-2027, grupate pe cei trei piloni ai strategiei de sustenabilitate, precum și direcțiile permanente, recurente, urmărite anual.

Mai multă consecvență pentru mediu

Obiectiv	Termen
Înlocuirea a 10% din flotă cu autovehicule hibride	2026
Înlocuirea progresivă a echipamentelor electronice cu modele mai eficiente energetic	2026
30% dintre materialele POSM produse la nivelul tuturor diviziilor, realizate din hârtie 100% reciclată	2026
Mentținerea ponderii produselor expirate la 0,4% din valoarea inventarului	2026
Producerea plicurilor din hârtie 100% reciclată sau kraft, la epuizarea stocului existent – plicuri folosite pentru livrările administrative de la sediul central	2026
Continuarea achiziției de electrocasnice din clase energetice superioare, minimum clasa C	2026
Achiziționarea de energie electrică din surse regenerabile pentru locațiile noi, în măsura în care contractele proprietarilor permit	anual, recurent
Actualizarea trimestrială a bazelor de date cu indicatorii de sustenabilitate privind produsele/suplimente alimentare, materialele promoționale, deșeurile și energia	anual, recurent
Monitorizarea partenerului de colectare a deșeurilor de ambalaje	anual, recurent
Actualizarea bienală a inventarului de emisii de gaze cu efect de seră, cu menținerea acoperirii pentru întregul lanț valoric	2027
Elaborarea și adoptarea unei politici de mediu aplicabile tuturor diviziilor	2027
Atingerea unei ponderi de 80% de ambalaje realizate din plastic reciclat, la nivelul întregii game Good Routine® și al tuturor tipurilor de ambalaje utilizate.	2027
Formalizarea responsabilităților privind protecția mediului în fișele de post ale celor opt funcții implicate	2027
Elaborarea unui ghid de achiziții sustenabile	2027
Inițierea unui proces de evaluare pe criterii de sustenabilitate pentru furnizorii care acoperă 80% din valoarea achizițiilor	2027

Obiectiv	Termen
Solicitarea datelor referitoare la amprenta de carbon de la producătorii și furnizorii principali	2027
Implementarea unui program pilot de colectare a flacoanelor goale într-o selecție de magazine proprii	2027
Electrificarea progresivă a flotei, cu atingerea unui prag de 10% autovehicule electrice; implementarea urmează să fie reevaluată în 2030	2031

Mai multă grijă pentru oameni

Obiectiv	Termen
Minimum 30 de ore de formare profesională pe an, în medie, per membru al echipei	2026
Raport egal între media orelor de formare pentru femei și pentru bărbați, pentru cursurile obligatorii	2026
Realizarea a cel puțin două comunicări interne anuale privind diversitatea și combaterea discriminării	2026
Finalizarea cursului intern de diversitate și combaterea discriminării de către toți colegii	2027
Aderarea la o organizație externă dedicată promovării diversității și incluziunii la locul de muncă (ex. Romanian Diversity Chamber of Commerce)	2027
Continuarea colaborării cu furnizori care implică persoane din categorii vulnerabile	anual, recurent
Adaptarea anunțurilor de angajare pentru a reflecta deschiderea față de persoane din categorii vulnerabile	anual, recurent

Mai multă responsabilitate în business

Obiectiv	Termen
Traducerea Codului de etică și conduită și transmiterea acestuia către partenerii internaționali	2026
Elaborarea unei proceduri formale de utilizare a platformei Voice of the Customer și instruirea departamentelor	2026
Realizarea ediției a doua a studiului național „Prevenția în România”	2026
Organizarea ediției a doua a conferinței Wellbeing 360°	2026

Obiectiv	Termen
Auditarea principalilor doi parteneri de producție Good Routine®, care acoperă 74% din portofoliul de suplimente alimentare al mărcii	2026
Parcurgerea anuală, de către toți colegii, a cursului obligatoriu privind politica anticorupție	anual, recurent
Alocarea a 20% din impozitul pe profit pentru sponsorizări și donații, în contextul menținerii cadrului legislativ actual privind sponsorizarea	anual, recurent
Informarea partenerilor privind inițiativele de sustenabilitate ale companiei	anual, recurent
Organizarea de noi inițiative de educație pentru sănătate ancorate în nevoile, așteptările și provocările consumatorului modern.	2027

standardul **SECOM[®]**

ne inspiră și în
sustenabilitate.