



MATERIALITY ASSESSMENT PROCESS

11 MAY 2020



www.erm.com

Copyright © 2019. Charoen Pokphand Group Co., Ltd. All rights reserved. Strictly internal use for C.P. Group only.



CPG's issue universe

Almost 200 issues were identified for CPG's issue universe from global, national and industry research



CPG's 29 material issues

- From nearly 200 issues, PwC analysed the gathered issues in the universe and come up with **29 issues considered as material** by global frameworks, industry issues, and CPG's industry peers .

The Preliminary of CPG material issues in all 3 dimensions

- **Economic**
- **Environmental**
- **Social**

The Preliminary of CPG material issues in all 3 dimensions

Economic

- | | |
|------------------------------------|--------------------------------------|
| 1 Corporate governance | 7 Cybersecurity and data protection |
| 2 Transparency | 8 Innovation and creation |
| 3 Business ethics | 9 Economic and social value creation |
| 4 Anti-bribery and corruption | 10 Supply chain stewardship |
| 5 Compliance management | 11 Responsible purchasing |
| 6 Crisis and resilience management | |

Environmental

- | | |
|-----------------------|--|
| 12 Climate resilience | 16 Circular economy |
| 13 GHG emission | 17 Waste management |
| 14 Energy efficiency | 18 Ecosystem and biodiversity protection |
| 15 Water stewardship | 19 Environmental management |

Social

- | | |
|--------------------------------------|--|
| 20 Human rights and labour practices | 25 Education for all and communities development |
| 21 Human capital development | 26 Diversity and inclusion |
| 22 Talent management | 27 Customer relationship management |
| 23 Occupational health and safety | 28 Responsible marketing |
| 24 Employee wellbeing | 29 Public policy engagement |

The four categories of materiality matrix developed by PwC

โปรดจำแนก material issues ออกเป็น 4 กลุ่มดังต่อไปนี้

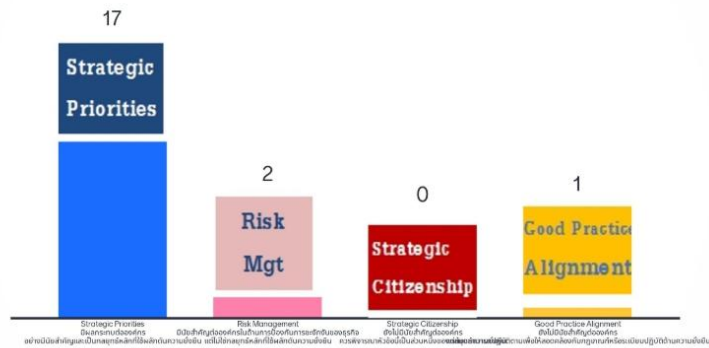
- **Strategic priorities:** มีผลกระทบต่อเครือเจริญโภคภัณฑ์ (CPG) อย่างมีนัยสำคัญ และเป็นกลยุทธ์หลักที่ใช้ผลักดันความยั่งยืน เช่น การศึกษาสำหรับทุกคนและการพัฒนาชุมชน
- **Risk management:** มีนัยสำคัญต่อเครือเจริญโภคภัณฑ์ (CPG) ในด้านการป้องกันการชะงักงันของธุรกิจตามปกติ แต่ไม่ใช่กลยุทธ์หลักที่ใช้ผลักดันความยั่งยืน เช่น ความเสี่ยงในด้านความปลอดภัยด้านไซเบอร์ที่เริ่มมีความเกี่ยวพันต่อธุรกิจมากขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องมาจากการเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคทั้งแบบ B2B และ B2C รวมทั้งมาตรการทำงานจากบ้าน (WFH) เพื่อลดการระบาดของ Covid-19
- **Strategic citizenship:** ยังไม่มีนัยสำคัญต่อธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์ (CPG) แต่ในฐานะของพลเมืองที่ดี CPG ควรพิจารณาหัวข้อดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ความยั่งยืน เช่น การปกป้องรักษาความหลากหลายทางชีวภาพของท้องทะเลไทยและสิ่งมีชีวิตที่อาศัยอยู่ในน้ำ
- **Good practice alignment:** ยังไม่มีนัยสำคัญต่อธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์ (CPG) แต่ต้องสามารถปฏิบัติตามเพื่อให้สอดคล้องกับกฎเกณฑ์หรือระเบียบปฏิบัติที่ดีด้านความยั่งยืน เช่น การมีเครื่องมือในการแจ้งเบาะแสสำหรับการทุจริตจะละเมิดทางเพศในสถานที่ทำงาน



Economic Dimensions

1. Corporate governance การกำกับดูแลกิจการ

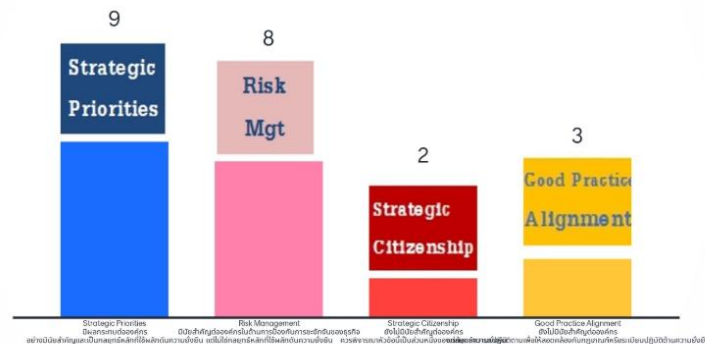
Mentimeter



20

2. Transparency ความโปร่งใส

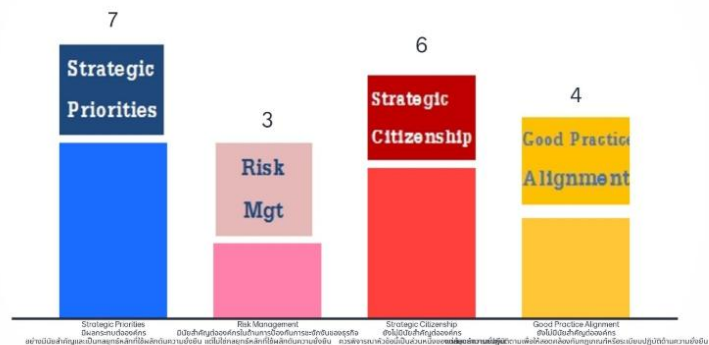
Mentimeter



22

3. Business ethics จริยธรรมทางธุรกิจ

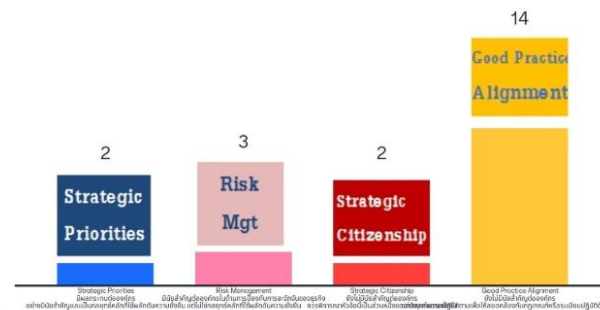
Mentimeter



20

4. Anti bribery and corruption ป้องกันการติดสินบนและคอร์รัปชัน

Mentimeter

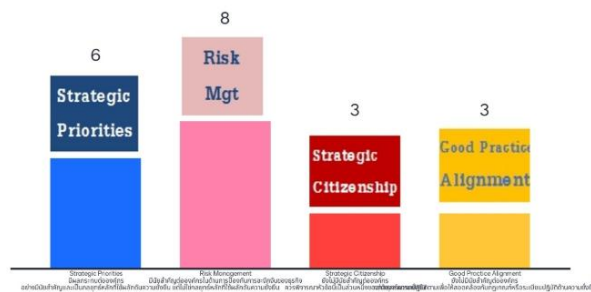


21



5. Compliance management การจัดการด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบ

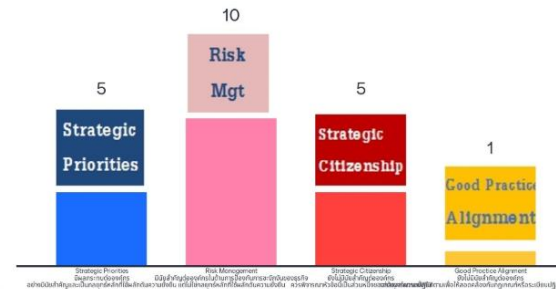
Mentimeter



20

6. Crisis and resilience management การจัดการวิกฤตและการฟื้นคืนกลับสภาวะเดิม

Mentimeter



21

7. Cyber security and data protection ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการป้องกันข้อมูล

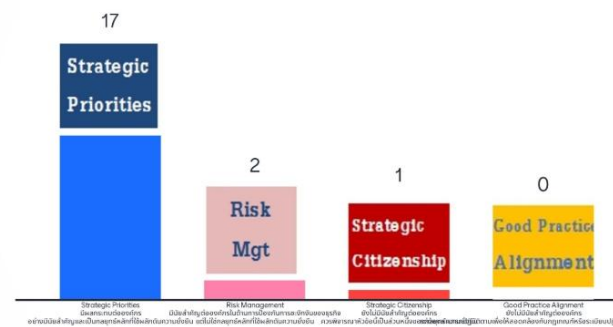
Mentimeter



19

8. Innovation and creation นวัตกรรมและการสร้างสรรค์

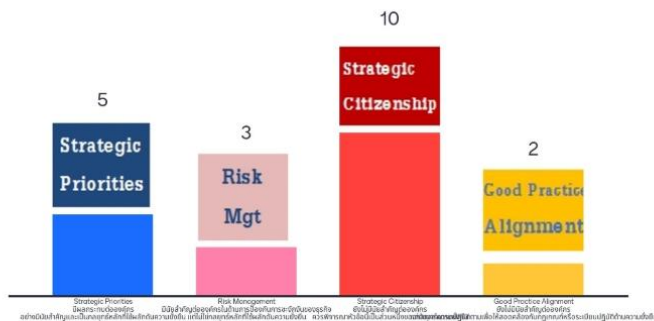
Mentimeter



20

9. Economic and social value creation การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคม

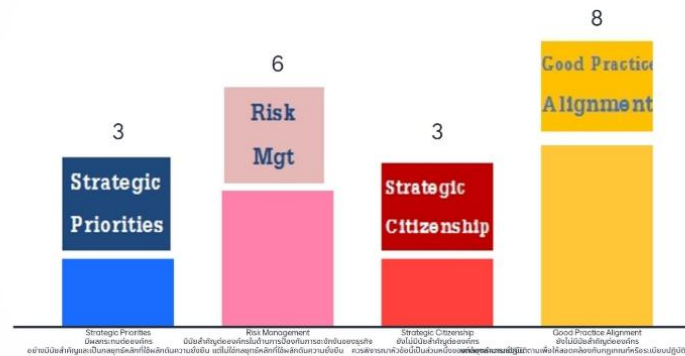
Mentimeter



20

10. Responsible Purchasing การจัดหาอย่างรับผิดชอบ

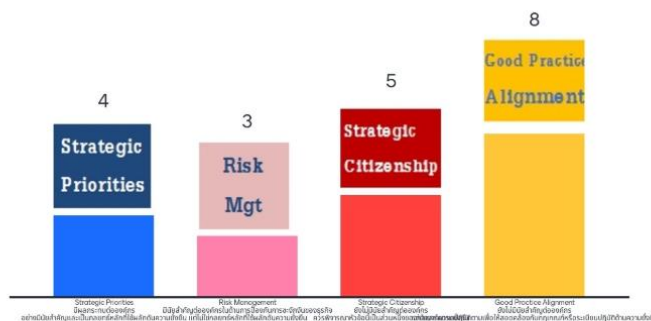
Mentimeter



20

11. Supply Chain Stewardship ความรับผิดชอบต่อห่วงโซ่อุปทาน

Mentimeter



20

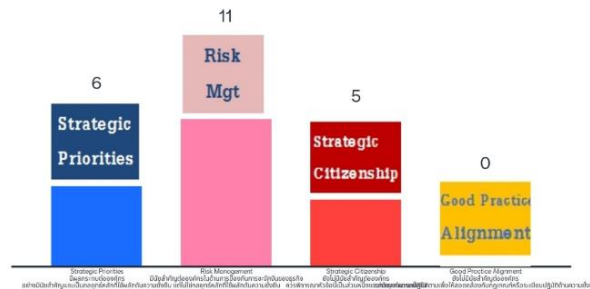


ซีพี...เพื่อความยั่งยืน

Environmental Dimensions

12. Climate resilience การรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

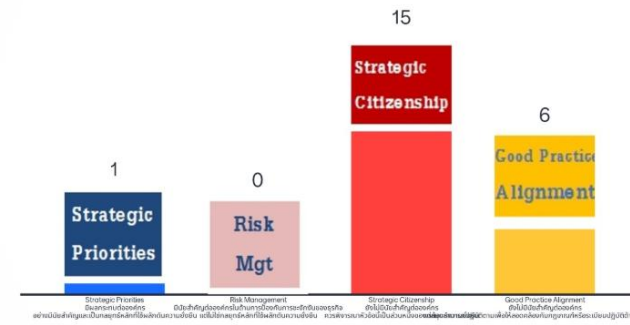
Mentimeter



22

13. GHG emission การปล่อยก๊าซเรือนกระจก

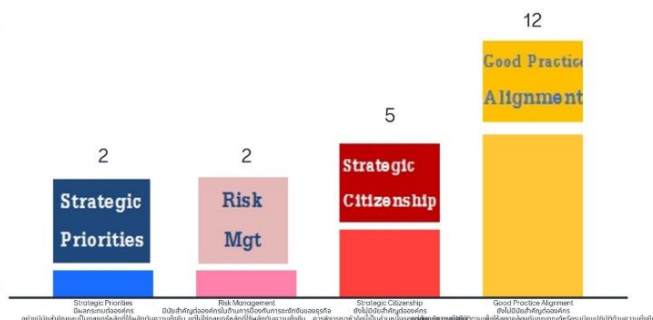
Mentimeter



22

14. Energy efficiency ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน

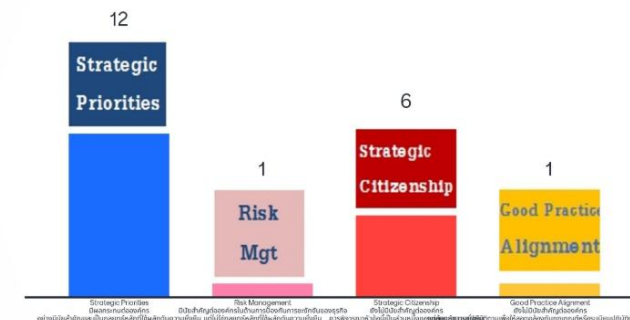
Mentimeter



21

15. Water Stewardship การอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำ

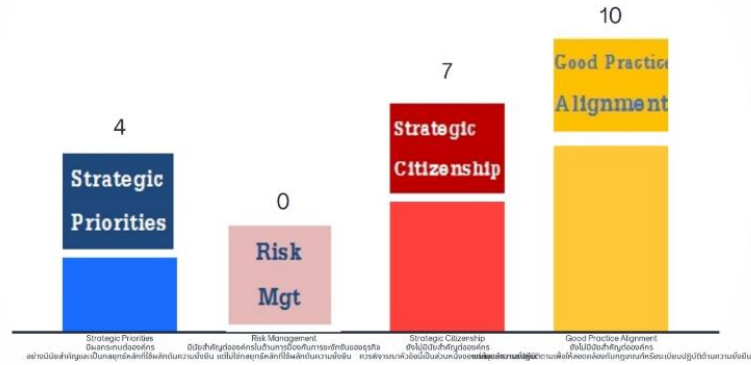
Mentimeter



20

16. Circular economy เศรษฐกิจหมุนเวียน

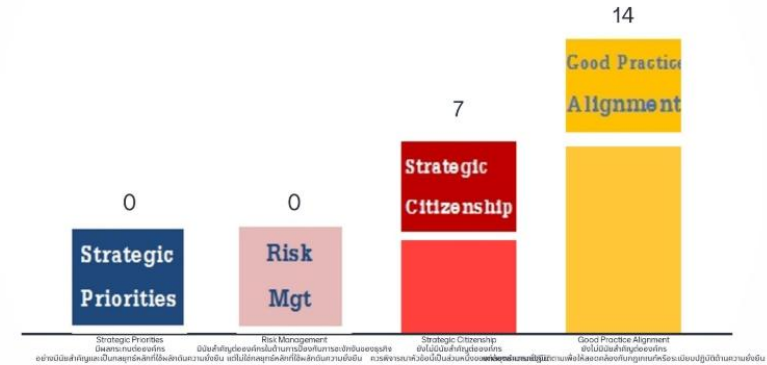
Mentimeter



21

17. Waste management การบริหารจัดการกากของเสีย

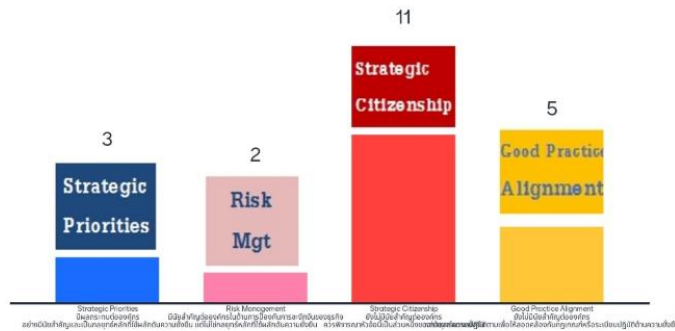
Mentimeter



21

18. Ecosystem and biodiversity protection การป้องกันระบบนิเวศวิทยาและความหลากหลายทางชีวภาพ

Mentimeter



21

19. Environmental management การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม

Mentimeter

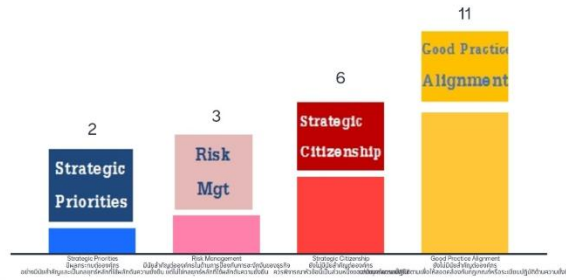


21

Social Dimensions

20. Human rights and labour practices การปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชน

Mentimeter



22

21. Human capital development การพัฒนาทุนมนุษย์

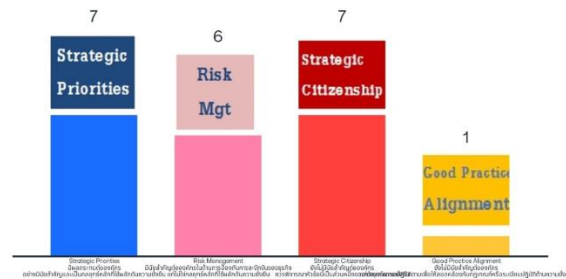
Mentimeter



21

22. Talent management การบริหารจัดการกลุ่มพนักงานที่มีพรสวรรค์

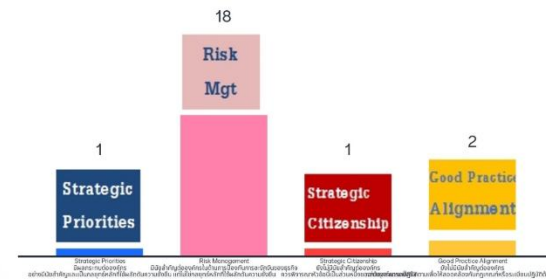
Mentimeter



21

23. Occupational health and safety อาชีวอนามัยและความปลอดภัย

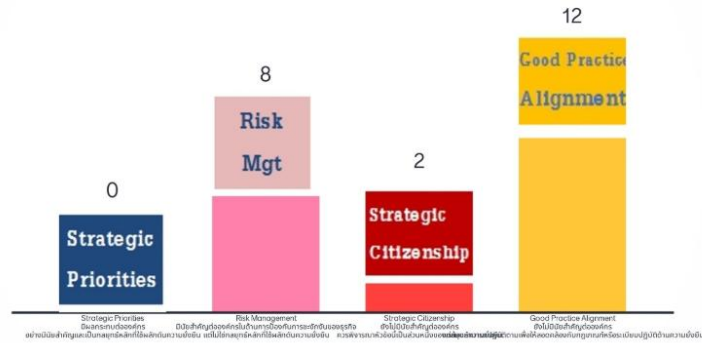
Mentimeter



22

24. Employee wellbeing การเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน

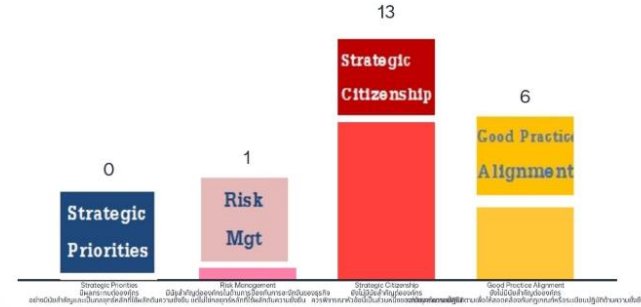
Mentimeter



22

25. Education for all and communities development การศึกษาสำหรับทุกคน และการพัฒนาชุมชน

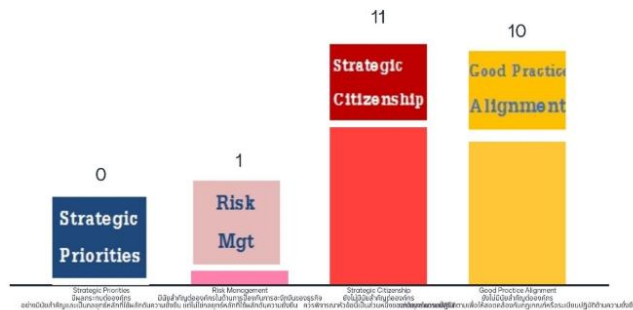
Mentimeter



20

26. Diversity and inclusion ความหลากหลายและความร่วมมือ

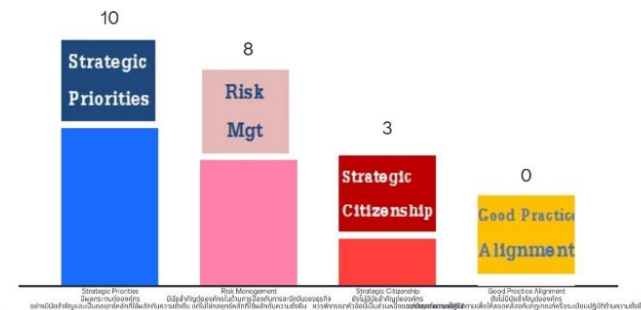
Mentimeter



22

27. Customer Relationship management การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

Mentimeter

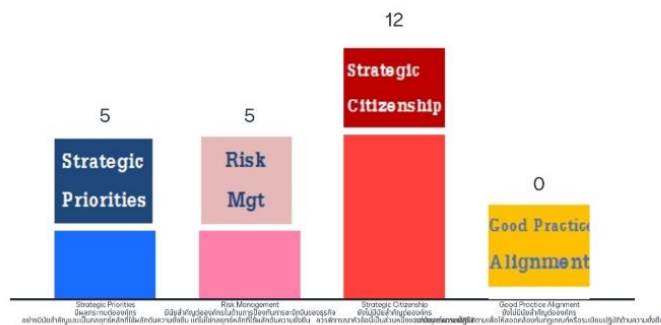


21



28. Responsible marketing การทำการตลาดด้วยความรับผิดชอบ

Mentimeter



22

29. Public policy engagement การสานสัมพันธ์ด้วยนโยบายสาธารณะ

Mentimeter



22

The four categories of materiality matrix developed by PwC

โปรดจำแนก material issues ออกเป็น 4 กลุ่มดังต่อไปนี้

- **Strategic priorities:** มีผลกระทบต่อเครือเจริญโภคภัณฑ์ (CPG) อย่างมีนัยสำคัญ และเป็นกลยุทธ์หลักที่ใช้ผลักดันความยั่งยืน เช่น การศึกษาสำหรับทุกคนและการพัฒนาชุมชน
- **Risk management:** มีนัยสำคัญต่อเครือเจริญโภคภัณฑ์ (CPG) ในด้านการป้องกันการชะงักงันของธุรกิจตามปกติ แต่ไม่ใช่กลยุทธ์หลักที่ใช้ผลักดันความยั่งยืน เช่น ความเสี่ยงในด้านความปลอดภัยด้านไซเบอร์ที่เริ่มมีความเกี่ยวพันต่อธุรกิจมากขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องมาจากการเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคทั้งแบบ B2B และ B2C รวมทั้งมาตรการทำงานจากบ้าน (WFH) เพื่อลดการระบาดของ Covid-19
- **Strategic citizenship:** ยังไม่มีนัยสำคัญต่อธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์ (CPG) แต่ในฐานะของพลเมืองที่ดี CPG ควรพิจารณาหัวข้อดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ความยั่งยืน เช่น การปกป้องรักษาความหลากหลายทางชีวภาพของท้องทะเลไทยและสิ่งมีชีวิตที่อาศัยอยู่ในน้ำ
- **Good practice alignment:** ยังไม่มีนัยสำคัญต่อธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์ (CPG) แต่ต้องสามารถปฏิบัติตามเพื่อให้สอดคล้องกับกฎเกณฑ์หรือระเบียบปฏิบัติที่ดีด้านความยั่งยืน เช่น การมีเครื่องมือในการแจ้งเบาะแสสำหรับการทุจริตจะละเมิดทางเพศในสถานที่ทำงาน



CP CROP material issues matrix

Economic Dimension
Environmental Dimension
Social Dimension

Strategic Citizenship

Strategic priorities

25. Education (13)

13.GHG Emission (13)

28.Responsible Marketing (11)

9.Economic and Social Value Creation (10)

18.Ecosystem and Biodiversity Protection (10)

26.Diversity and Inclusion (10)

6

1. CG (17)

8.Innovation and Creation (16)

21.Human Capital Development (15)

15.Water Stewardship (11)

27.CRM (10)

19.Environment Mgt. (8)

2.Transparency (8)

22.Talent Mgt. (7)

3.Business Ethics (7)

9

4.Anti Bribery and corruption (14)

29.Public Policy Engagement (14)

17.Waste Mgt. (12)

24.Employee Wellbeing (11)

14.Energy Efficiency (10)

20.Human Rights and Labour Practices (10)

16.Circular Economy (9)

11. Responsible Purchasing (8)

10.Supply Chain Stewardship (7)

9

23.Occupational Health and Safety (18)

6.Crisis and resilience Mgt. (10)

7.Cyber Security and Data Protection (10)

12.Climate Resilience (10)

5.Compliance Mgt. (8)

5

Good Practice Alignment

Risk Management