



PARTE DIN VIITORUL ROMÂNIEI.

CREȘTEM ÎMPREUNĂ DIN 1991.



Coca-Cola HBC
România

Coca-Cola România



Cuprins

Mesaj introductiv	/ 4
Despre raport	/ 6

Despre noi

/ 9

De la 9 la 1,9 miliarde	/ 10
Sistemul Coca-Cola în România	/ 14
18 cifre despre 2018	/ 16
Portofoliu	/ 18
Fabricile noastre	/ 19
Performanță economică și guvernanta corporativă	/ 22
Conformitate	/ 26
Managementul riscurilor	/ 32
Parteneriate și afilieri	/ 37

Pentru voi

/ 39

Strategia noastră de sustenabilitate	/ 40
Recunoaștere	/ 44
Procesul de materialitate	/ 46
Implicarea stakeholderilor	/ 49
Marketing responsabil și etichetare	/ 56
Sănătatea și siguranța consumatorului	/ 60
Strategia noastră: „O companie pentru toți”	/ 64

Mai bine pentru angajații noștri

/ 71

Echipa Sistemului Coca-Cola	/ 72
Drepturile omului și diversitatea	/ 76
Pregătire și dezvoltare	/ 82
Bunăstare, angajament și beneficii	/ 88
Siguranța la locul de muncă	/ 94

Mai bine pentru partenerii noștri și pentru comunitatea locală

/ 101

Furnizorii noștri	/ 102
Comunitățile noastre	/ 110

Mai bine pentru mediul înconjurător

/ 121

Protecția mediului, prioritate a Coca-Cola HBC România	/ 124
Ambalaje și deșeuri	/ 128
Apă: utilizare, protejare	/ 136
Energie și emisii	/ 141
Transport și logistică	/ 146
Impactul local al Coca-Cola România	/ 148

Indexul de conținut GRI	/ 150
-------------------------	-------

Jovan
Radosavljevic

Director General
Coca-Cola HBC România



Paris
Nikolopoulos

Director General
Coca-Cola România



Mesaj introductiv

Dragi prieteni,

Ne face o deosebită plăcere să vă prezentăm primul raport de sustenabilitate comun ce descrie activitatea și performanța non-financiară a întregului Sistem Coca-Cola în România.

Creștem împreună de mai bine de 27 de ani și, ca în toți anii ce au trecut, ne dorim să rămânem în continuare un partener de încredere pentru toți stakeholderii noștri. Suntem pentru aceștia mai mult decât un producător de băuturi pentru că, dincolo de renumele brandului Coca-Cola, am devenit de-a lungul timpului o parte importantă a tradițiilor românilor. Acest lucru ne face o deosebită onoare, dar vine în același timp însoțit de o mare responsabilitate.

Acest raport de sustenabilitate comun, al cincilea raport de sustenabilitate al Coca-Cola HBC România și totodată primul pregătit de Coca-Cola România, prezintă rezultatele pe care le-am obținut, ca sistem, la nivelul anului 2018 și angajamentele pe care ni le-am asumat pentru a merge în continuare pe drumul responsabilității.

Suntem conștienți de schimbările rapide care apar atât la nivel global, cât și în România, de aceea

eforturile și atenția noastră se concentrează pe inovarea și sustenabilitatea proceselor de producție, dialogul constant cu stakeholderii și calitatea produselor. Toate acestea ne permit să fim în permanență conectați la contextul în care ne desfășurăm activitatea și la nevoile și dorințele consumatorilor. Angajamentul pe care ni l-am asumat în fața acestora – acela de a le oferi varietate, inovație și echilibru în opțiunile de

consum – a fost susținut în 2018 prin lansarea unor produse noi, pentru toate gusturile și stilurile de viață: Fuzetea, AdeZ și gama de băuturi premium Cappy+. Totodată, am redus cu 4,4% conținutul caloric mediu din băuturile noastre, iar 34% din totalul volumelor vândute de noi au fost reprezentate de băuturi cu conținut redus sau fără calorii.

Căutăm în permanență să acționăm sustenabil în fiecare activitate pe care o desfășurăm, de aceea ne-am setat noi obiective ambițioase în direcția protecției mediului înconjurător. The Coca-Cola Company a anunțat în 2018 viziunea globală „O lume fără deșeuri” (World Without Waste), un sistem care abordează problema materialelor pentru ambalaje și care setează obiectivele noastre în această direcție. În același timp, Coca-Cola HBC și-a asumat la nivel de grup 11 obiective ambițioase în direcția protecției mediului, pentru reducerea emisiilor, gestionarea și consumul eficient al resurselor de apă și gestionarea deșeurilor.

În 2018, am investit peste 2.967.000 de Euro în proiecte de eficientizare a consumurilor la nivelul fabricilor și astfel, cantitățile de apă și energie utilizate pentru producerea unui litru de băutură au scăzut cu 3,3%, respectiv 4,8%. Totodată, emisiile de gaze cu efect de seră rezultate în urma producerii unui litru de băutură au scăzut cu 16,55% în comparație cu anul anterior.

Succesul și activitatea ne sunt influențate în mod direct de furnizorii cu care lucrăm, de aceea este esențial ca băuturile noastre să fie produse din ingrediente ce provin dintr-un lanț de aprovizionare sustenabil, alături de parteneri ce sprijină și respectă aceleași valori și principii. Pentru a sprijini creșterea economică locală încercăm, atunci când este posibil, să selectăm furnizori locali. Astfel, în 2018, peste 86% din totalul furnizorilor Coca-Cola HBC România au fost locali, în timp ce furnizorii locali ai Coca-Cola România au reprezentat 83% din total.

Și pentru că toate acestea nu ar fi posibile fără sprijinul și dedicarea echipei noastre, am continuat și în 2018 să acordăm o mare atenție mediului de lucru și siguranței acestora la locul de muncă, prin investiții continue, programe de instruire și evenimente dedicate angajaților noștri.

Am investit împreună pentru susținerea și dezvoltarea comunităților locale în care ne desfășurăm activitatea, venind în sprijinul acestora cu programe de protecție a mediului înconjurător și programe dedicate tinerilor, alături de partenerii noștri din zona non-guvernamentală.

Povestea pe care o aducem în fața voastră în următoarele pagini întărește angajamentele pe care Sistemul Coca-Cola și le-a luat și subliniază încă o dată dorința noastră de a construi împreună, ca parte din viitorul României.

Despre raport

PRIMUL RAPORT DE SUSTENABILITATE AL SISTEMULUI COCA-COLA ÎN ROMÂNIA A FOST DEZVOLTAT ÎN CONFORMITATE CU PREVEDERILE STANDARDELOR GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI), OPȚIUNEA DE CONFORMITATE CORE (DE BAZĂ).

RAPORTUL URMĂREȘTE ȘI CERINȚELE DIRECTIVEI 95/ 2014, TRANSPUSĂ ÎN LEGISLAȚIA DIN ROMÂNIA PRIN OMFP 1938/ 2016 ȘI OMFP 3456/ 2018.

„Parte din viitorul României” prezintă activitatea Coca-Cola HBC România și Coca-Cola România în anul 2018 (01.01.2018 – 31.12.2018), urmărind indicatorii non-financiari specifici activității noastre.

La baza raportului de sustenabilitate aferent anului 2018, au stat rezultatele procesului de materialitate desfășurat de Coca-Cola HBC România în 2018. De asemenea, la stabilirea conținutului și structurii raportului am luat în calcul temele materiale determinate la nivelul grupurilor Coca-Cola HBC și The Coca-Cola Company.

Raportul este structurat în cinci capitole și include informații despre angajații și furnizorii noștri, comunitățile locale, proiectele pe care le implementăm alături de partenerii comunitari și măsurile pe care le luăm pentru protecția mediului înconjurător. Totodată, raportul descrie strategia, politicile și procedurile pe care le utilizăm pentru gestionarea impactului economic, social și de mediu. Informațiile prezentate în raport se aplică în principal pentru Coca-Cola HBC România și Coca-Cola România, dar pentru înțelegerea contextului general, pe alocuri sunt prezentate rezultatele obținute și angajamentele asumate la nivel global de Coca-Cola HBC și The Coca-Cola Company.

Echipa editorială

RAPORTUL DE SUSTENABILITATE A FOST ELABORAT CU SPRIJINUL ECHIPELOR COCA-COLA HBC ROMÂNIA ȘI COCA-COLA ROMÂNIA.

La nivelul Coca-Cola HBC a fost creată în 2019 echipa de raportare, instruită conform standardelor GRI, formată din reprezentanți ai principalelor departamente din cadrul companiei:

Cristina Hosu

Reward & Reporting Coordinator

Daniela Spiru

Operational Sustainability Manager

Carmen Cărniciu

Legal Counsel

Ioana Brișan

National Health&Safety Manager

Raluca Spătaru

Senior Buyer

Mădălina Ioana Udrea

Budgeting and Reporting Analyst

Procesul a fost coordonat de:

Adina-Gabriela Tudor

Senior Community Affairs Coordinator,
Coca-Cola HBC România

Mihaela Niță

Corporate Programs and Government Relations
Manager, Coca-Cola România

Pregătirea raportului s-a desfășurat cu sprijinul și îndrumarea științifică a **The CSR Agency**.

Pentru mai multe informații, clarificări sau sugestii legate de raportul de sustenabilitate, ne puteți scrie la:

✉ adina-gabriela.tudor@cchellenic.com

✉ minita@coca-cola.com

Coca-Cola HBC România SRL

Global City Business Park,
Șos. București Nord nr. 10, clădirea O23,
etajul 3, Voluntari, Ilfov

Coca-Cola România SRL

Bucharest Business Park
Șos. București-Ploiești, 1A
Intrarea A, et. 2, Sector 1, București



#1
Despre
noi

De la 9 la 1,9 miliarde

COCA-COLA REPREZINTĂ UNA DIN CELE MAI IMPORTANTE ȘI RECUNOSCUTE MĂRCI LA NIVEL MONDIAL, CU O ISTORIE BOGATĂ DE PESTE 132 DE ANI.

1886

a luat naștere
povestea
Coca-Cola



John Stith Pemberton,
veteran al războiului civil
și farmacist american,
produce și vinde
la Jacobs' Pharmacy
primele pahare de
Coca-Cola



9 pahare pe zi
sunt vândute în
medie până la
finalul anului

De-a lungul timpului, compania a evoluat, dar indiferent de transformările și forma pe care a îmbrăcat-o Sistemul Coca-Cola, am fost conectați în permanență la nevoile și dorințele comunităților în care ne-am desfășurat activitatea, adaptându-ne rapid la schimbările multiple prin care a trecut societatea pe parcursul a mai mult de un secol.

În prezent, The Coca-Cola Company este o afacere globală, care operează local în peste 200 de țări și teritorii prin Sistemul Coca-Cola, acolo unde gestionează strategiile de promovare, dar în același timp produce și vinde:

**CONCENTRATE,
BAZE PENTRU
BĂUTURI &
SIROPURI**

La nivel operațional, The Coca-Cola Company generează venituri din vânzarea concentratelor și siropurilor către parteneri - îmbuteliatorii autorizați.

Cifre cheie ale Sistemului Coca-Cola la nivel global:



Produce
vândute în
>200
de țări și
teritorii

Un portofoliu
care include

>500
de mărci &

>4.300
de tipuri de
produse

>1,9 miliarde de pahare de
Coca-Cola servite zilnic



>700.000
angajați



~225
parteneri îmbuteliatori



The Coca-Cola Company și cei 225 de îmbuteliatori formează împreună Sistemul Coca-Cola. **Creșterea sustenabilă a sistemului depinde de valorile și obiectivele comune ale The Coca-Cola Company și ale partenerilor îmbuteliatori.**

Coca-Cola HBC este unul din cei mai mari îmbuteliatori ai The Coca-Cola Company cu operațiuni care se întind din Irlanda, până la coasta pacifică a Rusiei și de la Cercul Arctic până în sudul Nigeriei, la Tropic.

**CELE 28 DE
PIEȚE ÎN CARE
COCA-COLA
HBC ÎȘI
DESFĂȘOARĂ
ACTIVITATEA
SUNT
ÎMPĂRȚITE
ÎN TREI
CATEGORII:**

**PIEȚE AFLATE
ÎN CURS DE
DEZVOLTARE:**

România, Armenia,
Belarus, Bosnia și
Herțegovina, Bulgaria,
Macedonia, Moldova,
Muntenegro, Nigeria,
Rusia, Serbia, Ucraina



**PIEȚE
DEZVOLTATE,
CARE INCLUD:**

Croația, Republica Cehă,
Estonia, Letonia, Lituania,
Ungaria, Polonia, Slovacia,
Slovenia



**PIEȚE MATURE,
CARE INCLUD:**

Austria, Italia, Grecia,
Cipru, Elveția, Irlanda,
Irlanda de Nord



La nivel de Grup,
operațiunile
Coca-Cola HBC
se împart în:



52
de fabrici



257
de linii de îmbuteliere



148
de depozite
logistice și centre
de distribuție

Sistemul Coca-Cola în România

SUNTEM PREZENȚI ÎN ROMÂNIA DIN 1991, PRIN COCA-COLA HBC, FILIALĂ A GRUPULUI COCA-COLA HELLENIC BOTTLING COMPANY, CĂREIA I S-A ALĂTURAT ÎN 1992 COCA-COLA ROMÂNIA, FILIALĂ A THE COCA-COLA COMPANY.

 **Coca-Cola HBC România**

Coca-Cola România

Coca-Cola România

crează cererea la nivel local, fiind responsabilă pentru implementarea strategiilor de marketing, managementul mărcilor, strategia de ambalare, promovarea la nivelul consumatorilor, publicitate, relații publice și cercetare de piață. Coca-Cola România oferă de asemenea, expertiză și servicii de consultanță privind strategia de comunicare a produselor și asigurarea și monitorizarea calității produselor.

Coca-Cola HBC România

achiziționează concentratele, baza băuturilor și siropurile pentru producerea băuturilor, conform contractului de îmbuteliere încheiat cu The Coca-Cola Company. De asemenea, asigură îmbutelierea, distribuția, vânzarea și marketingul operațional pentru produsele Coca-Cola.



Au trecut mai bine de 27 de ani de când, la 13 noiembrie 1991, am îmbuteliat prima sticlă de Coca-Cola pentru români. Implicarea noastră pe piața din România a crescut treptat, prin diversificarea portofoliului de produse și prin deschiderea celor trei fabrici de la Ploiești (1995), Timișoara (1995) și Poiana Negrii (2002).

Coca-Cola HBC a devenit astfel cea mai mare companie din industria locală de băuturi non-alcoolice și a doua cea mai mare companie din sectorul bunurilor de larg consum. În același timp, **Coca-Cola HBC este cel mai mare exportator din industria băuturilor și cel mai dorit angajator din industria bunurilor de larg consum.**

Fie că servim clienți din sectorul HoReCa, Fragmented Trade (comerț tradițional) sau Modern Trade (clienți mari – retaileri), atenția noastră rămâne îndreptată către **varietate, inovație și echilibru**, pentru a oferi consumatorilor noștri posibilitatea de a alege produsele cele mai potrivite gusturilor, stilului de viață și alimentației lor.

18 cifre despre 2018

3 produse noi lansate în 2018:

 **Fuzetea**

 **AdeZ**

 **Cappy+**



Coca-Cola HBC a fost desemnată pentru al 4-lea an consecutiv

Cea mai sustenabilă companie din România,

conform studiului Romania CSR Index 2019



 **94.000**
numărul clienților Coca-Cola HBC în 2018

 **191.295.000**
volumul unităților vândute

4,4% reducere a conținutului caloric mediu din băuturile noastre

34% din totalul volumelor vândute au fost reprezentate de băuturi cu conținut redus sau fără calorii

42% scădere a numărului de reclamații primite cu privire la calitatea produselor, în comparație cu 2017

1.428
echipa Coca-Cola HBC România

31
echipa Coca-Cola România



1.459
angajați

48

media orelor de training pentru fiecare angajat al Coca-Cola HBC, cu **>33.000 de ore** de training pentru angajați pe aspecte legate de sănătate și securitate în muncă



0 cazuri de discriminare la nivelul Sistemului Coca-Cola din România



86,7%
din totalul de furnizori ai Coca-Cola HBC România și

83,06%
din furnizorii Coca-Cola România sunt reprezentanți de **furnizorii români**

100% conformare cu reglementările legislative privind recuperarea ambalajelor puse pe piață



67%
din valoarea bugetului de achiziții al Coca-Cola HBC România și

97,65%
din valoarea bugetului de achiziții al Coca-Cola România **investit local**

3,3% scădere a consumului de apă, per litru de băutură produs

16,55% scădere a emisiilor de gaze cu efect de seră, per litru de băutură produs



2.631
tineri implicați în programul **La TINERi este PUTEREA** al Coca-Cola HBC și

1.602
tineri implicați în programul **Future Makers** susținut de Coca-Cola România

4,8% scădere a consumului de energie, per litru de băutură produs

Pentru al 4-lea an consecutiv, Coca-Cola HBC a fost desemnată **cel mai dorit angajator** din industria FMCG



Portofoliu

Suntem conectați în permanență la cerințele consumatorilor, de aceea portofoliul nostru de produse are la bază relevanța pentru aceștia. Încercăm constant să anticipăm și să satisfacem așteptările consumatorilor, oferindu-le produsele de care au nevoie, în ambalaje cu o amprentă cât mai mică asupra mediului înconjurător, care ajung la ei prin canalele cele mai potrivite. Portofoliul nostru de băuturi este împărțit în 5 categorii diferite, cu propria viziune de abordare a pieței, fiecare incluzând mărci foarte cunoscute consumatorilor.

BĂUTURI RĂCORITOARE CARBONATATE:

categoria cu ponderea cea mai mare în portofoliul nostru, include mărcile **Coca-Cola**, **Fanta**, **Sprite** și **Schweppes**

APĂ MINERALĂ NATURALĂ:

oferim consumatorilor noștri mărci locale recunoscute precum **Dorna**, **Dorna Izvorul Alb** și **Poiana Negri**

CAFEA:

din 2017 suntem distribuitor exclusiv al produselor **Lavazza** în România

BĂUTURI NECARBONATATE:

categoria include sucuri și nectaruri de fructe cu mărcile **Cappy**, băuturile răcoritoare necarbonatate **Cappy Pulpy**, ceaiurile reci **FUZETEA**, băuturile pe bază de plante **AdeZ** și gama de cafea premium ready-to-drink **Illy**, un produs exclusiv în Sistemul Coca-Cola

BĂUTURI ENERGIZANTE:

categoria include mărcile **Burn** și **Monster**



Fabricile noastre

Produsele Coca-Cola îmbuteliate în fabricile noastre de la Timișoara, Ploiești și Poiana Negri respectă cele mai înalte standarde de calitate și siguranță alimentară, în conformitate cu normele și specificațiile The Coca-Cola Company.

De asemenea, procesul de producție respectă cu strictețe reglementările legislative locale și europene, normele de siguranță și igienă alimentară și cerințele HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point – sistem recunoscut internațional, pentru prevenirea, identificarea și reducerea riscurilor asociate cu industria

alimentară). Conformitatea produselor noastre este verificată constant prin Programul de Control și Testare a Calității, program care include teste microbiologice, fizice și chimice, care au loc în timpul ciclului de producție.



FABRICA DIN

Poiana Negri

Este fabrica unde îmbuteliam apele minerale, cu grijă față de natură și protejând ecosistemul.

FABRICA DIN

Timișoara



Este o fabrică echipată modern și deține linii multiple de îmbuteliere pentru produse carbonatate sau necarbonatate și o linie de îmbuteliere aseptică.

FABRICA DIN

Ploiești

Este cea mai mare fabrică a Grupului Coca-Cola HBC în regiunea de sud-est a Europei și reprezintă un standard de primă clasă în tehnologia de îmbuteliere.



Certificările fabricilor noastre

Norme/ Standarde	Nume Descriere	Data certificării	Pași următori
ISO 9001:2015	Sistem de management al calității Standard internațional care specifică cerințele pentru un sistem de management al calității atunci când o organizație are nevoie să demonstreze capacitatea sa de a furniza consecvent produse și servicii care satisfac cerințele clientului și cerințele legale și reglementate, aplicabile, și urmărește să crească satisfacția clientului.	31 Mai 2002 Fabrica Ploiești 27 Iulie 2006 Fabrica Poiana Negrii 2 August 2002 Fabrica Timișoara 12 Ianuarie 2006 CCHBC România	Supraveghere anuală și recertificare la 3 ani.
ISO 14001:2015	Sistem de management de mediu Standard internațional care specifică cerințele pentru un sistem de management de mediu pe care să-l utilizeze o organizație pentru a-și crește performanța de mediu.	21 Ianuarie 2004 Fabrica Ploiești 27 Martie 2007 Fabrica Poiana Negrii 11 Martie 2004 Fabrica Timișoara	Supraveghere anuală și recertificare la 3 ani.
FSSC 22000 versiunea 4.1	Schema de audit și certificare a sistemelor de management al siguranței alimentului FSSC 22000 este o schemă completă de certificare bazată pe ISO 22000, standardul global pentru sistemele de management al siguranței alimentare, combinat cu specificațiile tehnice pentru programe preliminare (de exemplu, PAS 220/ISO 22002-1 sau PAS 223) și suplimentar cerințe ale Global Food Safety Initiative (GFSI) - Inițiativă Globală pentru Siguranța Alimentului: Managementul serviciilor, Etichetarea produselor, Siguranța alimentară, Prevenirea fraudei alimentare, Utilizarea logo-ului, Managementul alergenilor, Monitorizarea mediului.	25 Iulie 2011 Fabrica Ploiești 3 August 2011 Fabrica Poiana Negrii 27 Septembrie 2011 Fabrica Timișoara	Supraveghere anuală și recertificare la 3 ani. Tranziția la FSSC 22000 versiunea 5.0 care este bazată pe standardul ISO22000: 2018.



OHSAS 18001:2007

Sisteme de management al sănătății și securității ocupaționale

Standardul OHSAS stabilește cerințe pentru un sistem de management al sănătății și securității ocupaționale (OH&S), cu scopul de a permite unei organizații să-și țină sub control propriile riscuri OH&S și să-și îmbunătățească performanțele OH&S.

- 9 Februarie 2007
Fabrica Ploiești
- 26 Ianuarie 2011
Fabrica Poiana Negrii
- 13 Mai 2009
Fabrica Timișoara

Supraveghere anuală și recertificare la 3 ani. Tranziția la ISO 45001:2018.

EWS

EUROPEAN WATER STEWARDSHIP STANDARD

Standardul EWS se referă la modul de gestionare a apei într-un anumit loc, punându-se accentul pe înțelegerea și implicarea în bazinul hidrografic local, deoarece utilizatorii de apă împărtășesc riscuri și oportunități legate de gestionarea eficientă a resurselor de apă. Este, de asemenea, valoros pentru companiile care doresc să promoveze practici responsabile de gestionarea apei în cadrul investițiilor lor.

- 9 Ianuarie 2014
Fabrica Ploiești
- 26 August 2014
Fabrica Poiana Negrii
- 12 Decembrie 2014
Fabrica Timișoara

Supraveghere anuală și recertificare la 3 ani.

Certificare produs conform SCH-DOV-06 SI ST46/2003 de către Larex Romania

CONFORMITATE DE TIP pentru produsele Dorna Izvorul Alb, Dorna, Poiana Negri Aprigă, Poiana Negri Cumpătată

Certificarea de produs presupune ca, în urma evaluării conformității produselor, dacă se confirmă că acestea sunt conforme cu caracteristicile declarate în documentele de referință și cu reglementările legale în vigoare, organismul de certificare să acorde certificat de utilizare a mărcii de certificare, certificat de conformitate, pentru fiecare produs certificat. Aceste certificate dau dreptul titularului de certificare de a utiliza marca de certificare „PRODUS CERTIFICAT LAREX CERT”, proprietatea exclusivă a C.N.I.E.P. Larex, înregistrată la OSIM în baza legii nr. 84/1998, republicată.

- 19 Septembrie 2016

Recertificare în septembrie 2019

Performanță economică și guvernanta corporativă

DE MAI BINE DE 27 DE ANI, GENERĂM UN IMPACT SEMNIFICATIV LA NIVELUL ECONOMIEI ROMÂNEȘTI, TRADUS PRIN CREAREA DE LOCURI DE MUNCĂ, INVESTIȚII ȘI ALTE CONTRIBUȚII REZULTATE DIN TAXE ȘI SALARII.

De la fermierii și producătorii locali de unde achiziționăm materiile prime, până la operațiunile din fabricile de îmbuteliere, de la colaborarea strânsă cu piața și punctele finale de vânzare și până la serviciile de promovare și comunicare pentru produse, stimulăm activitatea economică de-a lungul întregului lanț valoric, jucând un rol important atât pentru actorii economici din amonte, cât și pentru cei din aval.

Lanțul valoric al Sistemului Coca-Cola



Coca-Cola HBC România

Coca-Cola HBC România este una dintre cele mai mari companii din țară, cu un impact considerabil la nivelul economiei locale.

INVESTIȚIILE COMPANIEI SE CONCENTREAZĂ PE INOVAREA PROCESELOR DE PRODUCȚIE, CREȘTEREA CALITĂȚII PRODUSELOR, DIMINUAREA IMPACTULUI ASUPRA MEDIULUI ȘI SCĂDEREA CONSUMULUI DE RESURSE, RELAȚIA CU PARTENERII ȘI COMUNITĂȚILE LOCALE.



Coca-Cola România

Descriere	Valoare lei
Valoare economică generată direct:	2.537.189.284
Venituri nete	2.537.189.284
Valoare economică distribuită	2.583.923.844
Costuri operaționale	1.993.656.435
Salarii și beneficii pentru angajați	173.806.256
Plăți către acționari	337.839.075
Plăți către guvern/ bugetul de stat	76.737.411
Investiții în comunitate (sponsorizări)	1.884.668
Valoare economică reținută („Valoarea economică generată direct” - „Valoarea economică distribuită”)	(46.734.560)

*valoarea investițiilor în comunitate se ridică la 405.000 Euro, calculată la Cursul mediu BNR de 1 Euro = 4,6535 lei

Volum milioane de unit case-uri (uc*)	191.295.000
Impozitul pe venit (după deducerea cheltuielilor sponsorizate)	76.737.411 lei
Număr clienți (la 31.12.2018)	94.000

1 uc = 5,678 l

Descriere	Valoare lei
Valoare economică generată direct:	90.723.896
Venituri nete	90.723.896
Valoare economică distribuită	21.245.269
Costuri operaționale	7.007.542
Salarii și beneficii pentru angajați	13.689.729
Plăți către acționari	În 2018, au fost distribuite dividendele aferente anilor 2008-2016. Dividendele aferente 2018 nu au fost plătite.
Plăți către guvern/ bugetul de stat	547.998
Investiții în comunitate (sponsorizări)	Investițiile în comunitate sunt gestionate prin intermediul Fundației Coca-Cola
Valoare economică reținută („Valoarea economică generată direct” - „Valoarea economică distribuită”)	69.478.627

Acționariat

În 2018 nu au existat schimbări semnificative la nivelul structurii companiei sau la nivelul acționariatului.

Structura acționariatului la Coca-Cola HBC este:

Acționariat	Procent acțiuni
CC BEVERAGES HOLDINGS II B.V.	99,999978 %
Andreas PELEKANOU	0,000022 %

Structura acționariatului la Coca-Cola România este:

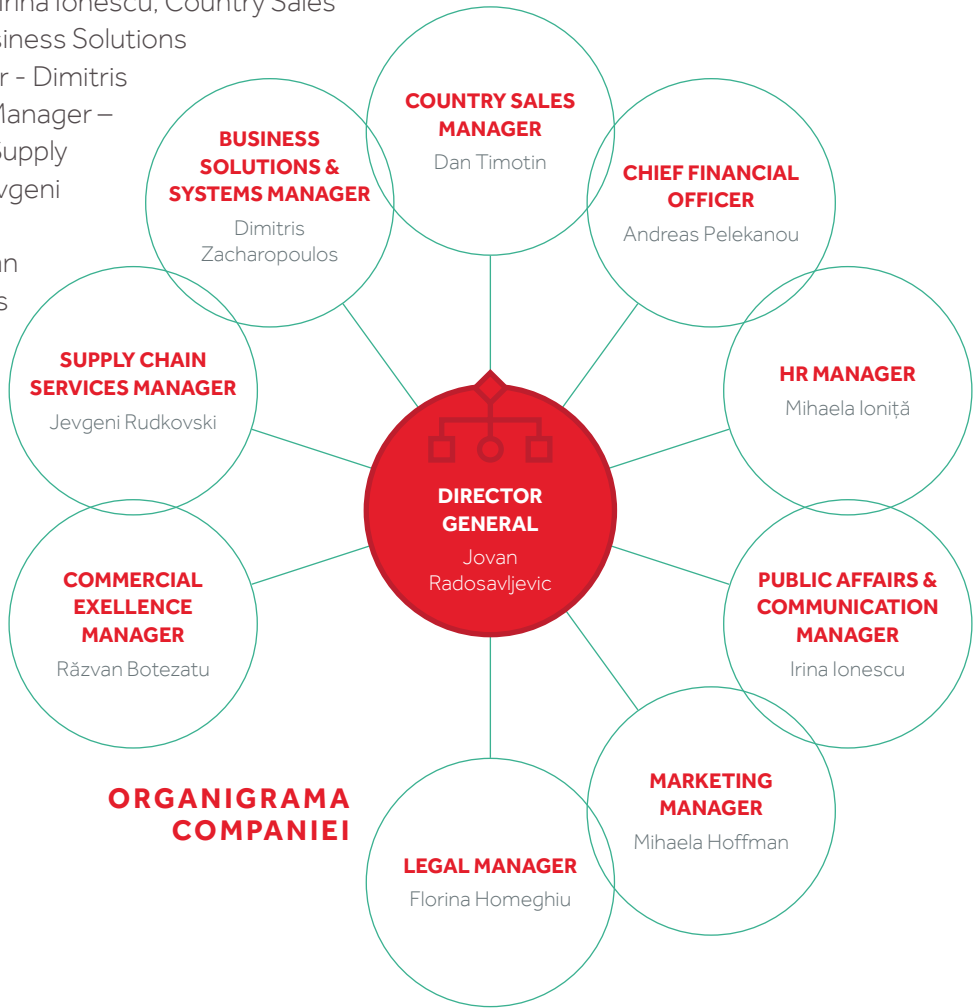
Acționariat	Procent acțiuni
The Coca-Cola Export Corporation	99,99 %
RPSI II INC.	0,01 %

Guvernanță corporativă

Coca-Cola HBC

Coca-Cola HBC este condusă de un Director General (Administrator unic), în persoana domnului Jovan Radosavljevic.

Principalul organism de guvernare este Echipa de Management Superior (SMT) compusă din membri executivi conduși de Directorul General. Echipa este compusă din: Chief Financial Officer – Andreas Pelekanou, Public Affairs & Communication Manager – Irina Ionescu, Country Sales Manager – Dan Timotin, Business Solutions & Systems Country Manager - Dimitris Zacharopoulos, Marketing Manager – Mihaela Hoffman, Country Supply Chain Service Manager – Jevgeni Rudkovski, Commercial Excellence Manager – Răzvan Botezatu, Human Resources Manager - Mihaela Ioniță și Legal Manager – Florina Homeghiu. Suplimentară conducerii la nivel de țară, există o coordonare la nivel de regiune, pentru a asigura armonizarea strategiei Grupului între companiile locale Coca-Cola HBC. Directorul General raportează Directorului Regional.



La nivelul Coca-Cola HBC România există un Comitet de Etică și Conformitate care are rolul de a sprijini managementul local, asigurându-se că modul în care compania își desfășoară activitatea respectă cu strictețe legislația locală și cele mai înalte standarde de etică.

Responsabilități:

- ★ Revizuieste toate abaterile sau încălcările Codului de Conduită în Afaceri, în conformitate cu prevederile de la Grup
- ★ Promovează inițiative care contribuie la promovarea unei culturi etice la nivelul întregii organizații

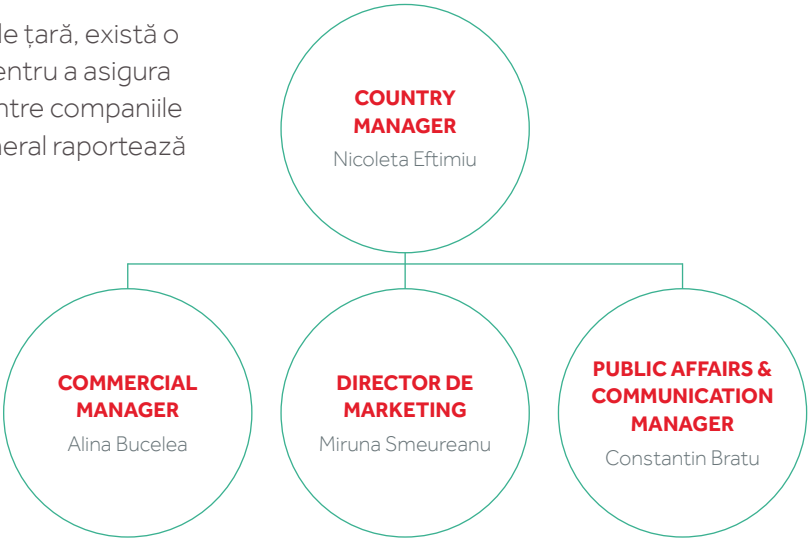
Comitetul este format din șapte membri, printre care: directorul general, directorul departamentului juridic, directorul financiar, directorul departamentului de resurse umane, directorul departamentului de securitate și managerul departamentului de audit de conformitate și cod de conduită (Regional COBC&Compliance Audit Manager).

Coca-Cola România

Coca-Cola România este condusă de un Director General (Country Manager)*, susținut de alți trei membri ai echipei de Top Management: Directorul de Marketing, Directorul Comercial și Directorul de Comunicare și Relații Publice.

Suplimentară conducerii la nivel de țară, există o coordonare la nivel de regiune, pentru a asigura armonizarea strategiei Grupului între companiile locale Coca-Cola. Directorul General raportează Directorului Regional.

*din septembrie 2019, rolul de Director General al Coca-Cola România a fost preluat de Paris Nikolopoulos



Conformitate

Etică în afaceri

Succesul nostru este clădit pe încrederea pe care ne-am câștigat-o de-a lungul timpului, atât din partea clienților cât și din partea consumatorilor - milioanele de români care aleg zilnic produsele noastre.

SUNTEM RESPONSABILI PENTRU TOATE ASPECTELE GENERATE DE ACTIVITATEA NOASTRĂ ȘI DE ACEEA NE-AM ASUMAT ÎN FAȚA TUTUROR STAKEHOLDERILOR SĂ ACȚIONĂM CU INTEGRITATE, ÎNTR-UN MEDIU DE LUCRU POZITIV, BAZAT PE SIGURANȚĂ ȘI SPRIJIN RECIPROC.



La Coca-Cola HBC România, activitatea de zi cu zi este ghidată de principii și valori puternice, stabilite prin Codul de Conduită în Afaceri:



Integritate

Excelență

Învățare

Grijă față de oameni

Performăm împreună

Câștigăm împreună
cu clienții noștri

Codul de Conduită în Afaceri stabilește angajamentul Companiei pentru derularea activității în concordanță cu valorile noastre, toate legile aplicabile, regulamentele și standardele din industrie. El furnizează îndrumări privind ceea ce se așteaptă de la fiecare dintre angajații companiei. Nerespectarea Codului sau a unei politici a Companiei este tratată foarte serios și poate conduce la sancțiuni disciplinare, care pot ajunge până la desfacerea contractului de muncă.

Codul se aplică tuturor celor care lucrează pentru companie, indiferent de locație, rol sau nivelul de vechime. Acest lucru include toți Angajații, Managerii, Membrii Comitetului Executiv și Administratorii Companiei.

Codul de conduită definește principiile și comportamentul pe care toți angajații trebuie să îl adopte în situații ce vizează aspecte legate de: mediul de lucru, sănătatea și securitatea la locul de muncă, confidențialitatea informațiilor, conflictul de interese, relațiile cu oficialii guvernamentali, relațiile cu clienții, furnizorii și consumatorii, relațiile cu concurenții și protecția mediului înconjurător.

Responsabilitatea pentru administrarea Codului revine Departamentului Juridic din cadrul Grupului și Departamentului de Audit Intern, sub supervizarea Directorului Financiar, a Consilierului General și a Comitetului de Audit al Consiliului de Administrație. Ofițerii Responsabili pentru respectarea Codului cu asistența Departamentului de Resurse Umane, în colaborare cu Departamentul de Audit și Departamentul Juridic din cadrul Grupului, realizează instruirea angajaților, reprezentanților și contractanților care trebuie să fie instruiți în mod justificat cu privire la Cod, îi asistă în înțelegerea modului în care Codul se aplică în diverse situații relevante și a modului în care să facă față acestor situații în care poate fi abordată sau întâlnită conduita interzisă de acest Cod. Pentru a asigura conformitatea cu Codul de Conduită, compania solicită tuturor angajaților să urmeze un program de instruire la angajare și apoi o dată la doi ani.

Angajații au obligația să raporteze orice comportament care ridică întrebări sau care poate reprezenta o încălcare a Codului și să semnaleze problema în mod prompt. În funcție de aspectul pe care vor să îl semnaleze, angajații se pot adresa managerului direct, ofițerului responsabil pentru respectarea codului, Managerului General, Directorului Juridic local, Directorului Juridic regional, Directorului pentru Conformitate, Directorului de Audit sau Președintelui Comitetului de Audit. În cazul în care încălcarea suspectată este de natură gravă, angajații se pot adresa direct Consilierului General sau Directorului Financiar al Grupului. În cazul în care angajatul nu se simte confortabil să discute în mod direct cu cineva, acesta poate folosi linia confidențială **Vorbește! (Speak Up!)**, accesând www.coca-colahellenic.ethicspoint.com sau telefonic.

La nivelul anului 2018, a fost semnalată o încălcare a Codului de Conduită. Investigația derulată pentru soluționarea acestei sesizări a fost încheiată în conformitate cu prevederile interne, iar măsurile corecte au fost implementate. Datorită naturii confidențiale a investigațiilor, constatările și rezultatele acestui proces nu pot fi publicate.

Anual, la nivelul companiei, există o săptămână dedicată Eticii și Conformității. În 2018, discuțiile s-au axat pe Noul Regulament General de Protecție a Datelor cu caracter personal.

Codul de Conduită în afaceri al Coca-Cola HBC România poate fi consultat la:

ro.coca-colahellenic.com/ro/despre-noi/politici/codul-de-conduita-in-afaceri/.

De asemenea, activitatea angajaților Coca-Cola România este guvernată de principiile Codului de Conduită existent la nivelul The Coca-Cola Company. Codul îi ajută pe angajați să înțeleagă care sunt așteptările companiei și le ghidează pașii pentru o activitate etică, în conformitate cu valorile companiei și prevederile legislative. Codul definește aspecte legate de conflictul de interes, concurență echitabilă, discriminare, relații de muncă etc. Angajații sunt obligați să raporteze orice încălcări ale Codului de Conduită. Aceștia pot înainta sesizări sau plângeri fie managerului direct, Ofițerului Local de Etică (Local Ethics Officer – LEO), fie prin Ethics and Compliance Office sau Ethics Line.

Codul de Conduită al The Coca-Cola Company poate fi consultat aici:

🔗 www.coca-colacompany.com/content/dam/journey/us/en/private/fileassets/pdf/2018/Coca-Cola-COC-External.pdf

În anul 2018, la nivelul Coca-Cola România nu au fost înregistrate sesizări privind încălcarea Codului de Conduită.

Ethics Line este canalul de raportare, administrat de o terță parte, prin care angajații Coca-Cola, dar și alți parteneri pot pune întrebări sau exprima îngrijorări cu privire la Codul de Conduită în Afaceri sau alte subiecte de natură etică și privind respectarea angajamentelor.

Anticorupție

ANGAJAMENTUL NOSTRU PENTRU INTEGRITATE ȘI ETICĂ ÎN AFACERI GUVERNEAZĂ FIECARE RELAȚIE PE CARE O AVEM CU PARTENERII DE AFACERI, FIIND EXTREM DE IMPORTANT ÎN PROCESELE DE PREVENIRE ȘI IDENTIFICARE A ORICĂREI ACȚIUNI SUSPECTE.

Avem o politică de toleranță zero atunci când vine vorba de acțiuni de corupție sau dare și luare de mită, de aceea ne asigurăm mereu că angajații și persoanele care acționează în numele companiei înțeleg responsabilitățile pe care le au în această direcție și acționează în conformitate cu valorile noastre.



La Coca-Cola HBC România, procedurile și cerințele companiei în vederea asigurării legislației anti-corupție și anti-mită aplicabile la nivelul companiei sunt stabilite de Manualul de Conformitate și Politica Anti-Mită.

Manualul de Conformitate și Politica Anti-Mită este disponibil pentru consultare și la

🔗 ro.coca-colahellenic.com/ro/despre-noi/politici/manual-de-conformitate-si-politica-anti-mita/

Pentru angajați, compania pune la dispoziție anual programe de formare obligatorii, pentru a se asigura că aceștia înțeleg și respectă toate prevederile legislative. Programele de formare sunt elaborate de Departamentul Juridic, în vederea acoperirii riscurilor specifice fiecărei regiuni. De asemenea, la nivelul organizației există o serie de programe de formare disponibile în format electronic.

Anual, angajații identificați în zona de risc trec prin programe de instruire, în ceea ce privește Politica Anti-Mită și studii de caz prezentate în Codul de Conduită. La momentul angajării și ulterior, din doi în doi ani, aceiași angajați trebuie să parcurgă online trainingul Anti-Mită (e-learning).

La nivelul anului 2018, 71 de angajați au parcurs trainingul Anti-Mită, inclusiv cei 10 membri ai echipei de senior management

Prin training au trecut toți angajații din departamentele: Public Affairs & Communication, Juridic, Achiziții, dar și roluri din alte departamente care pot interacționa cu oficiali guvernamentali (Manageri din Vânzări, Financiar Taxe, Lanț de Aprovizionare – Depozite, Distribuție, Marketing – Evenimente, directorii fabricilor).

Compania este de asemenea responsabilă pentru eventualele mite plătite de terțe părți care acționează în numele organizației. De aceea, acordăm o importanță deosebită tuturor terților care interacționează cu oficiali guvernamentali în

numele companiei. Toți consultanții, antreprenorii independenți și orice alt terț care acționează în numele companiei trebuie să primească o copie a Codului de Conduită, pentru a li se aduce la cunoștință politica și cerințele noastre în această direcție.

Departamentul de Achiziții este responsabil pentru verificarea prealabilă (due diligence) a terților care ar putea interacționa cu oficiali guvernamentali în numele Coca-Cola HBC, conform Manualului de Conformitate și Politică Anti-Mită. Un ofițer/consilier juridic relevant analizează documentele solicitate terților în timpul procedurii de verificare și eliberează aprobarea contractului de prestări servicii. În cazul unor contracte care depășesc perioada contractuală de un an, angajații Departamentului de Achiziții au obligația de a face această verificare anual.



În ceea ce privește Coca-Cola România, Codul de Conduită și Politica Anti-Mită existente la nivel de grup ghidează activitatea de zi cu zi a angajaților și descriu comportamentul pe care angajații trebuie să îl adopte atunci când interacționează cu oficiali guvernamentali. În mod similar, aceleași așteptări sunt declinate și la nivelul furnizorilor. Periodic, se desfășoară activități de informare și instruire a angajaților pe aspecte legate de anticorupție și anti-mită. În 2018, toți angajații Coca-Cola România au trecut printr-un program de instruire privind politicile și procedurile anti-corupție.

Operațiunile Coca-România sunt evaluate periodic, prin procese de audit anti-mită organizate pentru a spori gradul de conștientizare, pentru a detecta potențiale nerespectări și pentru a monitoriza respectarea legilor și politicilor anti-corupție. Anual, sunt revizuite practicile din cadrul unităților operaționale cu grad de risc crescut pentru a verifica respectarea Politicii Anti-Mită. În anumite situații, compania apelează la părți terțe independente pentru a executa proceduri care pot asigura că elementele programului de respectare a regulilor anti-mită funcționează bine și care pot identifica cele mai bune practici ce pot fi implementate. Toate aceste oportunități sunt folosite pentru a împărtăși învățăturile și practicile de succes cu tot Sistemul Coca-Cola.

În 2018 nu au existat incidente de corupție în care au fost implicate Coca-Cola HBC România sau Coca-Cola România, nu au existat angajați concediați sau sancționați disciplinar ca urmare a implicării în fapte de corupție și nu s-au întrerupt raporturi contractuale cu partenerii de afaceri în urma unor suspiciuni legate de fapte de corupție.

Conflictul de interese



Conflictul de interese poate apărea în cadrul Coca-Cola HBC România atunci când activitățile sau relațiile personale interferează cu capacitatea angajaților noștri de a acționa în cel mai bun interes al companiei. Este strict interzis angajaților să se folosească de poziția lor în companie pentru propriul beneficiu sau pentru un beneficiu acordat unui membru al familiei. De asemenea, angajații sunt sfătuiți să evite să primească sau să ofere orice cadou sau beneficiu (mese, divertisment) partenerilor de afaceri ai companiei (clienți, furnizori), care pot da aspectul unei influențe nepotrivite.

La nivelul Coca-Cola HBC, în 2018 au existat două sesizări prin intermediul liniei Vorbește! primite din partea angajaților sau partenerilor de afaceri, privind existența unor posibile conflicte de interese.

Orice suspiciune cu privire la încălcarea prevederilor Codului privind conflictul de interese trebuie semnalată Ofițerilor responsabili pentru respectarea Codului sau semnalată prin canalele puse la dispoziția angajaților.



Coca-Cola România se așteaptă ca toți angajații să acționeze luând în calcul interesele companiei. Nu este permis ca interesele personale ale angajaților să influențeze deciziile luate în numele organizației. Codul de Conduită reglementează comportamentul pe care orice persoană care lucrează sau acționează în numele Coca-Cola trebuie să îl adopte în interacțiunea cu furnizorii, clienții sau alți parteneri de afaceri, în momentul în care oferă sau primesc cadouri, dar și măsurile pe care un angajat trebuie să le ia pentru a evita aceste situații. Astfel, orice suspiciune cu privire la existența sau posibila apariție a unui conflict de interese trebuie semnalată imediat Ofițerului Local de Etică.

În 2018 nu au existat sesizări primite din partea angajaților sau partenerilor de afaceri privind existența unor posibile conflicte de interese la nivelul Coca-Cola România.

Politica în domeniul concurenței

CĂUTĂM ÎN PERMANENȚĂ CA ACTIVITĂȚILE NOASTRE SĂ SE DESFĂȘOARE CU INTEGRITATE, ÎN CONFORMITATE CU CELE MAI ÎNALTE STANDARDE MORALE, ETICE ȘI JURIDICE.

Nerespectarea legilor din domeniul concurenței poate avea un impact major asupra companiei, atât la nivel local cât și la nivel de grup, prin sancțiuni ce pot afecta semnificativ relațiile cu stakeholderii și reputația companiei. În același timp, o concurență corectă între actori din aceeași industrie promovează eficiența economică și creșterea sustenabilă.

Ne conformăm cu strictete regulamentelor și reglementărilor legislative existente la nivel european și național, compania având o istorie de atingere a succesului prin concurență onestă.



Sanctiunile pentru încălcarea reglementărilor legislative privind concurența pot fi grave. În consecință, compania a adoptat Ghidul de îndrumare al Coca-Cola HBC pentru respectarea legislației europene în domeniul concurenței, aplicabil în diferite țări ale Grupului, ale cărui linii directoare se regăsesc în „Manualul de Dreptul Concurenței”. Angajații trebuie să consulte aceste linii directoare și, dacă au întrebări, să le adreseze Departamentului Juridic local, pentru a înțelege legile și politicile speciale de concurență aplicabile lor. Încălcarea intenționată a oricăror legi sau a liniilor directoare ale legii concurenței reprezintă o încălcare a legislației naționale și europene în domeniul concurenței.

Angajații sunt încurajați să colecteze, să împărtășească și să utilizeze informații cu privire la concurenții lor, într-o manieră legală și etică. Este acceptabilă colectarea informațiilor legate de concurență prin informații publice disponibile sau adresarea de întrebări etice.

De exemplu, pot fi colectate și utilizate informații din surse precum:

- Informări publice disponibile ale agențiilor guvernamentale
- Discursuri publice ale directorilor Companiei
- Rapoarte anuale
- Știri și articole din ziare de comerț și publicații

Angajaților le este strict interzis să se implice în activități ilegale sau ilicite (furt, violare de domiciliu, interceptare, înregistrare convorbiri, mită, denaturare, spionaj sau amenințări), să accepte sau să divulge informații legate de concurență

despre care au motiv să creadă că au fost divulgate prin încălcarea unui contract de confidențialitate, să divulge sau să utilizeze informații marcate cu **brevet** sau **confidențial** (inclusiv informații primite de la un angajat sau un fost angajat al unui concurent).

În 2018,

100

de angajați ai Coca-Cola HBC au participat la traininguri (online sau on-site) referitoare la dreptul concurenței.



La Coca-Cola România toți angajații sunt rugați să se comporte cu integritate atunci când interacționează cu părți terțe, inclusiv clienți, consumatori și competitori. Politica organizației prevede că angajații companiei nu ar trebui să se implice în practici care sunt contrare corectitudinii și concurenței echitabile. De asemenea, este obligația fiecărui angajat să se familiarizeze cu aceste legi și să respecte legile concurenței și legile privind protecția consumatorului specifice contextului legislativ local. Fiecare angajat ar trebui să consulte consilierul juridic al companiei dacă are întrebări privind legalitatea unei anumite practici sau acțiuni. Angajații nu ar trebui să acționeze în circumstanțe contestabile dacă nu s-au consultat, în prealabil, cu consilierul juridic.

În perioada de raportare, niciuna din cele două companii care formează Sistemul Coca-Cola nu a fost implicată în incidente legate de nerespectarea legilor concurenței. Nu au existat acțiuni în justiție îndreptate împotriva noastră cu privire la comportamentul anticoncurențial sau violări ale legilor anti-trust și de monopol.

Managementul riscurilor

La Coca-Cola HBC România, prioritățile strategice – încrederea comunităților, relevanța pentru consumatori, preferința consumatorilor și cost leadership – oferă cadrul perfect care ghidează procesul de management al riscurilor. Gestionarea dinamică a riscurilor și oportunităților cu care ne confruntăm reprezintă cheia proceselor de planificare și creare de valoare adăugată.

Riscurile care pot apărea în cadrul activităților companiei sunt gestionate prin Sistemul de management al riscurilor (ERM – Enterprise Risk Management). La nivel de Grup, Departamentul de Audit Intern evaluează anual programul de administrare a riscurilor și compară acțiunile și procedurile companiei cu cele mai bune practici și cu Standardul Internațional de Contabilitate (IAS). Apoi, Directorul de Audit Corporativ face recomandări pentru îmbunătățirea administrării

riscurilor. De asemenea, conducerea companiei și Comitetele existente la acest nivel evaluează eficiența controalelor interne.

Procesul de administrare a riscurilor pentru identificarea, evaluarea, administrarea și extinderea riscurilor și oportunităților a fost consolidat la nivelul întregului Grup în anul 2018. Procesul integrează cele mai bune aspecte ale cadrelor ISO 31000 și COSO.

În continuare este prezentată o imagine de ansamblu a celor mai importante riscuri identificate. Identificarea riscurilor a presupus o evaluare a probabilității de apariție și a consecințelor potențiale, dar aceasta nu include toate riscurile care pot afecta compania. Există riscuri necunoscute sau care în prezent sunt considerate imateriale, dar care ar putea avea într-un final un impact considerabil asupra activității noastre sau a performanței financiare.

Riscuri principale

Descriere

⊕ Impact potențial

⊖ Mitigații cheie

⊙ Legătura cu temele materiale

1. De mediu: climat, carbon, plastic, deșeuri și apă

Eșecul de a ne reduce amprenta asupra mediului și a atinge așteptările stakeholderilor, în special cele privind schimbările climatice, disponibilitatea apei, deșeurile de ambalaje și agricultura sustenabilă.

- ⊕ Prejudicii pe termen lung asupra licenței operaționale
- ⊕ Pierderea „locului la masă” pentru a contribui la legislația privind sustenabilitatea de mediu și socială
- ⊕ Majorarea costurilor de operare a afacerii
- ⊕ Pierderea consumatorilor

- ⊖ Programe de administrare a energiei și tranziția la energie regenerabilă și curată
- ⊖ Programe privind minimizarea cantității de apă și tratarea apelor reziduale, precum și sprijin în inițiative de gestionare a apei în zone cu risc

- ⊕ Programe globale de administrare a deșeurilor provenind din ambalaje și O Lume fără Deșeuri (World without Waste)
- ⊕ Parteneriate cu ONG-uri locale și internaționale pentru probleme comune precum conservarea naturii, gestionarea apei și recuperarea ambalajelor
- ⊕ Parteneriate cu comunități locale, start-up-uri și mediul academic pentru a minimiza impacturile de mediu
- ⊕ Concentrarea asupra achizițiilor sustenabile
- ⊕ Angajamentul la recomandările din partea Grupului de Lucru privind Divulgările Financiare Legate de Climă

- ⊙ Carbon și energie
- ⊙ Reciclarea ambalajelor și gestionarea deșeurilor
- ⊙ Aprovizionare durabilă
- ⊙ Gestionarea apei

2. Sănătatea și starea de bine a consumatorilor

Eșecul de a ne adapta la tendințele schimbătoare în materie de sănătate a consumatorilor, la politici publice de sănătate ce adresează concepții eronate despre regândirea rețetelor băuturilor noastre, zahăr și impactul băuturilor răcoritoare asupra sănătății.

- ⊕ Eșecul de a ne atinge planul de creștere
- ⊕ Deteriorarea reputației mărcii și a companiei noastre
- ⊕ Pierderea consumatorilor

- ⊖ Concentrarea asupra inovației de produs și extinderea portofoliului de băuturi
- ⊖ Extinderea ofertei de băuturi cu conținut redus sau fără calorii
- ⊖ Introducerea ambalajelor mai mici
- ⊖ Reducerea conținutului de calorii din produsele existente
- ⊖ Etichetarea mai clară pe ambalaj
- ⊖ Promovarea unui stil de viață activ prin programe de implicare a consumatorilor, axate pe sănătate și stare de bine

- ⊙ Marketing responsabil
- ⊙ Sănătate și nutriție
- ⊙ Calitatea și integritatea produsului

4. Schimb valutar și prețurile produselor de bază

Modificarea ratelor de schimb și ale prețurilor produselor de bază determină o expunere la riscuri asociate. Devalorizarea valutei, în combinație cu controlul capitalului, restrânge mișcarea fondurilor și sporește riscul de depreciere a activelor.

- ⊕ Pierderi financiare
- ⊕ Majorarea costului de bază
- ⊕ Deprecierea activelor
- ⊕ Limitări privind repatrierea numerarului

- ⊖ Politica trezoreriei necesită acoperirea a 25% până la 80% din rulajul de expunere a valutei străine tranzacționale prognozat

3. Incidente cibernetice

Un atac cibernetic sau o defecțiune la centrul de date are consecințe în perturbarea desfășurării afacerii sau se reflectă într-o încălcare a confidențialității datelor personale sau ale companiei.

- ⊕ Pierderi financiare
- ⊕ Perturbarea operațiunilor
- ⊕ Deteriorarea reputației companiei
- ⊕ Nerespectarea legislației privind protecția datelor (ex. GDPR)

- ⊖ Implementarea unui cadru de securitate cibernetică și de control a confidențialității și monitorizarea conformității
- ⊖ Protecția activelor operaționale și de IT critice
- ⊖ Detectarea, reacția la incidente și atacuri cibernetice și recuperarea după acestea
- ⊖ Încurajarea unei culturi de securitate cibernetică
- ⊖ Monitorizarea posibilelor amenințări și remediarea vulnerabilităților asociate

- ⊙ Impact economic direct și indirect

- ⊕ Acoperirea a mai mult de 12 luni se poate întâmpla în cazuri excepționale ce trebuie aprobate de CFO-ul grupului
- ⊕ Politica trezoreriei necesită acoperirea rulajului pe 3 ani a expunerii produselor de bază; se aplică diferite limite de politică pentru fiecare produs de bază care poate fi acoperit
- ⊕ Se aplică instrumente financiare derivate, unde este posibil, pentru a reduce expunerea netă la fluctuații ale valutei și ale prețurilor produselor de bază

- ⊙ Impact economic direct și indirect

5. Canale de distribuție

O continuă creștere în ceea ce privește concentrarea clienților retailers și a clienților en-gros independenți de care depindem pentru a ne distribui produsele. Canalul de consum imediat este în continuare supus presiunilor pe măsură ce consumatorii își modifică obiceiurile de consum.

- ⊕
- Disponibilitate redusă a portofoliului nostru și a profitabilității generale
- ⊖
- Îmbunătățirea capabilităților pentru a crea parteneriate și a crește împreună cu clienții de top
- Lucrul îndeaproape cu clienții pe segmentul de consum imediat pentru a încuraja tranzacții incrementale
- Accelerarea implementării indicatorului Right Execution Daily (RED) pentru a ne susține angajamentul către excelență operațională
- Dezvoltarea capabilităților noastre digitale și de comerț online pentru a surprinde oportunități asociate cu canale de distribuție existente sau noi
- ⊙
- Impact economic direct și indirect

7. Angajamentul oamenilor

Inabilitatea de a asigura angajamentul forței de muncă.

- ⊕
- Eșecul de a ne atinge planul de creștere
- ⊖
- Promovarea excelenței operaționale și îndepărtarea barierelor de performanță
- Măsurarea culturii și a implicării și abordarea rezultatelor prin ascultarea continuă a angajaților noștri
- Îmbunătățirea stării de bine a angajaților
- Îmbunătățirea competențelor liderilor de a responsabiliza, a implica și a energiza angajații într-un mod sustenabil
- Promovarea unui mediu favorabil incluziunii care le permite tuturor angajaților să își atingă potențialul
- ⊙
- Starea de bine și angajamentul angajaților
- Drepturile omului și diversitate

6. Recrutarea oamenilor

Incapacitatea de a atrage și reține suficienți angajați calificați și experimentați într-o piață de talent competitivă.

- ⊕
- Eșecul de a ne atinge planul de creștere
- ⊖
- Îmbunătățirea ofertei și a reputației brandului de angajator
- Dezvoltarea internă a liderilor și oamenilor pentru poziții cheie, îmbunătățirea competențelor liderilor și a angajamentului pentru dezvoltarea talentului
- Crearea de valoare comună cu comunitățile în care lucrăm pentru a ne asigura că suntem percepuți și considerați o afacere etică, cu un scop atractiv
- Creșterea numărului de talente din companie prin angajarea unei forțe de muncă diverse
- ⊙
- Starea de bine și angajamentul angajaților
- Investiții și implicarea în comunitate
- Drepturile omului și diversitate

8. Scăderea cererii consumatorilor

Condiții politice și de securitate volatile și provocatoare pot afecta cererea consumatorilor și crea riscuri de securitate la nivelul piețelor diferite în care operăm.

- ⊕
- Încrederea erodată a consumatorului ce îi afectează consumul
- Presiuni inflaționiste
- Tensiuni sociale
- Siguranța oamenilor și a bunurilor
- ⊖
- Căutăm să oferim marca potrivită la prețul potrivit, în ambalajul potrivit prin canalul potrivit
- Practici și proceduri de securitate robuste pentru a proteja oamenii și bunurile
- Strategii de răspuns în situații de criză și de continuitate a afacerii
- ⊙
- Impact economic direct și indirect
- Investiții și implicarea în comunitate

9. Taxe discriminatorii

Regulamente privind sănătatea consumatorului, concepții eronate ale guvernului privind rețetele băuturilor și riscul de a deveni ținta guvernului sau a grupurilor de interes pentru a introduce taxe discriminatorii (ex. zahărul) și taxe pentru recuperarea deșeurilor provenind din ambalaje.

- ⊕
- Reducerea profitabilității
- ⊖
- Lucrăm activ cu guvernele și autoritățile pentru a ne asigura că informațiile privind rețetele sunt înțelese ușor și că produsele noastre nu sunt identificate într-un mod incorect
- Ne menținem „locul la masă” pentru a demonstra că suntem o afacere responsabilă și sustenabilă
- Lucrăm cu diverse grupuri de stakeholderi, inclusiv cu ONG-uri și cu comunitățile în care operăm, pentru a atinge obiectivele noastre pentru sustenabilitate până în 2025.
- ⊙
- Impact economic direct și indirect

11. Etică și conformitate

Operăm în câteva piețe complexe cu nivel perceput ridicat de corupție. Astfel suntem expuși unui risc crescut de fraudă împotriva Companiei, precum și riscului de a primi amenzi sau sancțiuni Anti-mită și Corupție (ABAC – Anti-bribery and Corruption), dacă unul din angajații noștri sau părțile terțe pe care le angajăm pentru a lucra cu guvernul nu respectă cerințele ABAC.

- ⊕
- Deteriorarea reputației companiei
- Penalități financiare semnificative
- Timp administrativ redirecționat către rezolvarea problemelor legale
- Putem suferi pierderi economice cauzate de fraude și daune privind reputația, amenzi și penalități, în cazul nerespectării regulilor ABAC de către angajați sau de către părțile terțe care ne reprezintă în relația cu guvernul

10. Calitate

Frecvența problemelor privind calitatea/siguranța alimentelor sau contaminarea produselor noastre

- ⊕
- Deteriorarea reputației mărcii sau companiei noastre
- Pierderea încrederii consumatorilor
- Reducerea volumului și a venitului din vânzări net
- ⊖
- Procese stricte privind calitatea/siguranța alimentelor pentru a minimiza probabilitatea frecvenței
- Sisteme de avertizare timpurie (Centre pentru Informarea Consumatorilor și monitorizarea rețelelor sociale) care permit identificarea problemei
- Sisteme și procese de răspuns robuste care ne permit să rezolvăm problemele privind calitatea/siguranța alimentelor rapid și eficient, asigurând încrederea pe care o au clienții și consumatorii în produsele noastre
- ⊙
- Calitatea și integritatea produselor

- ⊖
- Comunicarea anuală a mesajului „Tonul de la Top”
- Cursuri privind Codul de Conduită în Afaceri (COBC), ABAC și respectarea regulilor comerciale și campanii de conștientizare pentru întreaga forță de muncă
- Toate părțile terțe cu care lucrăm pentru a ne reprezenta în relația cu guvernul sunt supuse verificării prealabile ABAC, trebuie să fie de acord și să respecte Principiile de Bază pentru Furnizori
- Cadru de control intern bazat pe risc și programe de siguranță, cu responsabilitatea administrației locale
- Audituri interne periodice privind respectarea regulilor ABAC
- Linia Hotline Vorbește (Speak Up)
- ⊙
- Guvernanță corporativă, etică în afaceri și anticorupție

12. Relații strategice cu stakeholderii

Ne bazăm pe relațiile și acordurile strategice pe care le avem cu The Coca-Cola Company, Monster Energy și partenerii noștri privind băuturile alcoolice premium.



- Rezilierea contractelor sau termeni de reînnoire nefavorabili pot afecta profitabilitatea



- Concentrarea eforturilor echipei de management pe interacțiuni eficiente cu partenerii noștri strategici
- Lucrăm împreună ca parteneri eficienți pentru a crește
- Implicarea în proiecte împreună și în planificarea afacerilor, focusându-ne pe probleme strategice
- Participarea la forumuri de management senior „Top to Top”



- Impact economic direct și indirect

13. Sănătate și siguranță

Riscul ca problemele de sănătate și securitate în muncă să fie administrate ineficient. Acesta se referă la administrarea furnizorilor terți, în special a celor ce se ocupă de flotă și logistică.



- Decesul sau rănirea angajaților, contractanților sau a altor persoane
- Angajamentul și motivația angajaților
- Recrutarea talentelor/potențialilor angajați



- Programe, politici și legislație standardizate, aplicate local
- Supravegherea grupului de către echipa de Sănătate și Securitate în Muncă (H&S)
- Board-ul H&S cu scopul clar de a accelera implementarea planului de schimbare
- Implementarea Programului de Siguranță bazată pe Comportament



- Starea de bine și angajamentul angajaților

Parteneriate și afilieri



Principalele asociații din care Coca-Cola HBC România face parte la nivelul industriei sunt:

- AmCham (Camera de Comerț Americană în România) prin Jovan Radosavljevic - membru în board și președinte al comitetului de mediu
- ANBR (Asociația Națională pentru Băuturi Răcoritoare), unde Irina Ionescu este președinte
- ROMALIMENTA - federație națională patronală apolitică, transparentă, non-profit, și independentă, reprezentantul profesional al companiilor din industria alimentară și a băuturilor din România.
- ARAM (Asociația Română pentru Ambalaje și Mediu), unde Alice Nichita este președinte
- APEMIN (Patronatul Apelor Minerale Naturale din România) prin Alice Nichita - vice-președinte
- FIC (Consiliul Investitorilor Străini) – organizație care reunește peste 125 de companii
- Asociația Europeană UNESDA (Union of European Soft Drinks Associations) - prin calitatea de membru în ANBR
- Asociația Europeană EUROPEN (The European Organization for Packaging and the Environment) - prin calitatea de membru în ARAM



Coca-Cola România este membră a:

- RAC - Consiliul Român pentru Publicitate (Romanian Advertising Council)
- IAA – International Advertising Association, unde Giulia Burlui este mebru al Consiliului Director
- ANBR, unde Mihaela Niță este membru al Consiliului Director

Din 2016, grupul Coca-Cola HBC și The Coca-Cola Company sunt membri semnatori ai **United Nations Global Compact** (Pactul Global al Națiunilor Unite). Astfel, ne-am asumat și respectăm atât la nivel de grup, cât și la nivel local, cele **10 principii ale Global Compact**:



DREPTURILE OMULUI

PRINCIPIUL 1:

Companiile ar trebui să sprijine și să respecte protecția drepturilor universale ale omului și

PRINCIPIUL 2:

să se asigure că nu sunt complici ale abuzurilor în ceea ce privește drepturile omului.



MUNCĂ

PRINCIPIUL 3:

Companiile ar trebui să susțină libertatea de asociere și să recunoască efectiv dreptul de negociere colectivă.

PRINCIPIUL 4:

eliminarea tuturor formelor de muncă forțată și obligatorie.

PRINCIPIUL 5:

eliminarea efectivă a muncii minorilor.

PRINCIPIUL 6:

eliminarea discriminării în ceea ce privește angajarea și ocuparea forței de muncă.



MEDIU

PRINCIPIUL 7:

Companiile ar trebui să promoveze o abordare preventivă a provocărilor legate de protecția mediului înconjurător.

PRINCIPIUL 8:

să întreprindă acțiuni pentru promovarea unei responsabilități solide față de mediu;

PRINCIPIUL 9:

să încurajeze dezvoltarea și promovarea tehnologiilor prietenoase cu mediul.



ANTICORUPȚIE

PRINCIPIUL 10:

Companiile ar trebui să lupte împotriva tuturor formelor de corupție, inclusiv șantajul și darea de mită.

De asemenea, susținem și implementăm acțiuni care să vină în sprijinul celor **17 Obiective de Dezvoltare Durabilă** (ODD-uri). Adoptate de Națiunile Unite la sfârșitul anului 2015, cele **17 obiective**, parte a Agendei 2030 pentru Dezvoltare Sustenabilă, au fost lansate ca plan pentru a adresa unele din

cele mai mari probleme cu care societatea se confruntă la nivel global. Obiectivele, prin cele 169 de ținte care le definesc, propun acțiuni concrete pentru eradicarea sărăciei, lupta împotriva inegalităților și adresarea factorilor care cauzează schimbările climatice.





#2
Pentru
voi

Strategia noastră de sustenabilitate

RESPONSABILITATEA SOCIALĂ ȘI DEZVOLTAREA SUSTENABILĂ SUNT PĂRȚI FUNDAMENTALE ALE CULTURII CARE NE DEFINEȘTE, REPREZENTÂND PILONII CARE STAU LA BAZA DECIZIILOR ȘI INVESTIȚIILOR PE TERMEN LUNG.

Strategia noastră de sustenabilitate este construită pe principiul creării și distribuirii de valoare tuturor stakeholderilor. Această strategie definește modul în care ne desfășurăm activitatea și ne construim relațiile cu partenerii. La baza strategiei stau trei priorități strategice, în jurul cărora se concentrează acțiunile și eforturile noastre:

Protecția mediului și a resurselor de apă se traduce la Coca-Cola HBC prin acțiuni concrete și măsuri specifice care vizează: reducerea consumului de apă, reducerea consumului de energie și reducerea cantității de deșeuri produse; reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră; optimizarea ambalajelor, creșterea gradului de recuperare și reciclare, reducerea cantității de deșeuri depozitate în gropile de gunoi și aprovizionarea din surse sustenabile.

Protecția mediului și a resurselor de apă

Dezvoltarea comunităților și a tinerilor

Contribuim la dezvoltarea comunităților și a tinerilor prin crearea unui impact socio-economic pozitiv în comunitățile unde ne desfășurăm activitatea, susținerea unor programe comunitare de protejare a surselor de apă și a mediului, dezvoltarea de parteneriate cu instituții de învățământ pentru a crea programe de formare care să adreseze problema angajării tinerilor și lucrul cu partenerii non-profit pentru a oferi ajutor în situații de urgență.

Sănătatea și starea de bine

Adresăm sănătatea și starea de bine a consumatorilor noștri prin inovare continuă și diversificarea portofoliului care să adreseze nevoile și cerințele acestora, informare transparentă și promovarea responsabilă a produselor noastre.

Misiunea noastră: SUSTENABILITATEA

În 2018, Grupul Coca-Cola HBC a lansat noile angajamente în direcția dezvoltării sustenabile. Acestea adresează 6 zone cheie de-a lungul lanțului valoric, în strânsă legătură cu rezultatele procesului de materialitate desfășurat la nivel de grup și urmărind cele 17 Obiective de Dezvoltare Durabilă.

Angajamentele asumate setează ținte ambițioase atât pentru companie, cât și pentru echipa Grupului Coca-Cola HBC. Compania se alătură astfel eforturilor făcute la nivelul întregului Sistem Coca-Cola, de a recicla echivalentul fiecărei sticle sau doze vândute la nivel mondial, până în 2030.

Progresul în direcția obiectivelor stabilite la nivel de Grup va fi reflectat și de proiectele implementate de companie la nivel local, în perioada 2019-2025. Responsabilitatea urmăririi și implementării acțiunilor specifice planificate pentru atingerea angajamentelor la nivel de România se află în sarcina Departamentului de Sustenabilitate.

MISIUNE SUSTENABILITATE ANGAJAMENTE 2025

REDUCEREA EMISIILOR

1. MAI PUȚINE EMISII ÎN CADRUL OPERAȚIUNILOR NOASTRE
Reducerea cu **30%** a ratei emisiilor directe de carbon
2. MAI PUȚINE EMISII ÎN LOCAȚIILE CLIEȚILOR NOȘTRI
50% dintre frigiderele noastre plasate în locațiile clienților vor fi eficiente din punct de vedere energetic
3. MAI MULTE SURSE REGENERABILE
50% din energia totală folosită în fabricile noastre va fi din surse regenerabile și curate
4. 100% ENERGIE REGENERABILĂ ȘI CURATĂ
100% din totalul energiei electrice utilizate în fabricile noastre din UE și Elveția va proveni din surse regenerabile și curate

REDUCEREA ȘI ADMINISTRAREA APEI

5. CONSUM REDUS DE APĂ ÎN ZONELE CU RISC DE SECETĂ
Reducerea cu **20%** a consumului de apă în fabricile situate în zonele cu risc de secetă
6. 100% DISPONIBILITATE A APEI ÎN ZONELE CU RISC DE SECETĂ
Ajutor în asigurarea disponibilității apei pentru toate comunitățile noastre aflate în zone cu risc de secetă

O LUME FĂRĂ DEȘURI

7. 100% AMBALAJE RECICLABILE
100% dintre ambalajele noastre pentru consumatori vor fi reciclabile
8. MAI MULT PET RECICLAT
35% din totalul de PET pe care îl folosim va fi PET reciclat și/sau PET din surse regenerabile
9. CREȘTEREA RATEI DE COLECTARE A DEȘURILOR
Suport în colectarea unei cantități echivalente cu **75%** din ambalajele noastre primare puse pe piață
10. APROVIZIONARE
Aprovizionarea cu **100%** ingrediente agricole de bază certificate în conformitate cu principiile agriculturii sustenabile

NUTRIȚIE

11. MAI PUȚINE CALORII ÎN PORTOFOLIUL NOSTRU DE BĂUTURI CARBONATE
Reducerea cu **25%** a numărului de calorii per 100ml de băuturi răcoritoare acidulate

OAMENII ȘI COMUNITĂȚILE NOASTRE

12. PROMOVAREA SIGURANȚEI PENTRU FORȚA NOASTRĂ DE MUNCĂ
Tindem spre zero fatalități și reducerea ratei accidentărilor cu **50%**
13. ECHILIBRU TOTAL ÎNTRE SEXE
50% dintre posturile de manager vor fi deținute de femei

14. SUSȚINEREA COMUNITĂȚILOR NOASTRE PENTRU A ÎNVĂȚA
Angajații ONG-urilor partenere se vor alătura programelor interne de dezvoltare a managerilor, reprezentând **10%** din totalul participanților.
15. EXTINDEREA PROGRAMULUI #YE
#YouthEmpowered – Vom pregăti un milion de tineri
16. COOPERĂRI „ZERO DEȘURI”
Stabilirea a 20 de parteneriate „Zero Deșuri” (oraș și/sau coastă)
17. VOLUNTARIAT
10% dintre angajați vor lua parte la inițiative de voluntariat

Roluri și responsabilități – Departamentul de Sustenabilitate al Coca-Cola HBC România

La nivel local, departamentul de sustenabilitate (Quality, Safety, Environment) urmărește implementarea măsurilor pentru atingerea angajamentelor asumate la nivel global. Responsabilitățile din cadrul departamentului sunt împărțite astfel:

Operational Sustainability Manager

- Împreună cu echipa coordonează și asigură implementarea cerințelor și reglementărilor legale, ale grupului Coca-Cola HBC, ale The Coca-Cola Company și altor cerințe de conformare cu privire la sănătatea și securitatea în muncă a angajaților, calitatea și siguranța alimentară a produselor precum și mediul înconjurător, la nivelul Coca-Cola HBC România.
- Promovează și coordonează proiecte de îmbunătățire a performanțelor QSE

QA Manager

- Susține calitatea și siguranța produselor Coca-Cola la standardele cerute, pe tot procesul, de la materii prime și până la livrarea produselor către clienți.

National Environment Manager

- Coordonează activitățile în domeniul protecției mediului în cadrul Coca-Cola HBC România, urmărind îmbunătățirea indicatorilor de mediu: consumul de apă și energie, deșuri generate, deșuri reciclabile și reutilizabile, amprenta de carbon.

National Systems Manager și Quality, Safety, Environment Specialist

- Menține și coordonează certificările ISO ale sistemelor de management al calității, al siguranței alimentare, de mediu și al sănătății și securității ocupaționale, implementate în Coca-Cola HBC România.

National H&S Manager și Health&Safety Coordinator

- Coordonează activitățile în domeniul sănătății și securității în muncă în cadrul Coca-Cola HBC România, grija pentru siguranța personală și a celor din jur fiind primordială.

Operational Sustainability Manager

QA Manager

National Environment Manager

National Systems Manager

Quality, Safety,
Environment
Specialist

National H&S Manager

Health&Safety
Coordinator

Recunoaștere



Romanian CSR Index

Pentru al patrulea an consecutiv, Coca-Cola HBC a fost desemnată **Cea mai sustenabilă companie din România**, conform studiului „Romania CSR Index 2019”, realizat de The Azores, obținând 98 de puncte dintr-un total de 100. Factorii decisivi au fost transparența și implicarea cu care compania a dezvoltat proiecte de responsabilitate socială și de mediu.

Grupul Coca-Cola HBC, recunoscut ca lider mondial privind sustenabilitatea lanțului de aprovizionare

Coca-Cola HBC face parte din primele 2% companii în clasamentul Liderilor în **Implicarea Furnizorilor** (din cele 3.300 analizate), realizat de Carbon Disclosure Project (CDP) – platforma globală non-profit de raportare a informațiilor despre mediu.

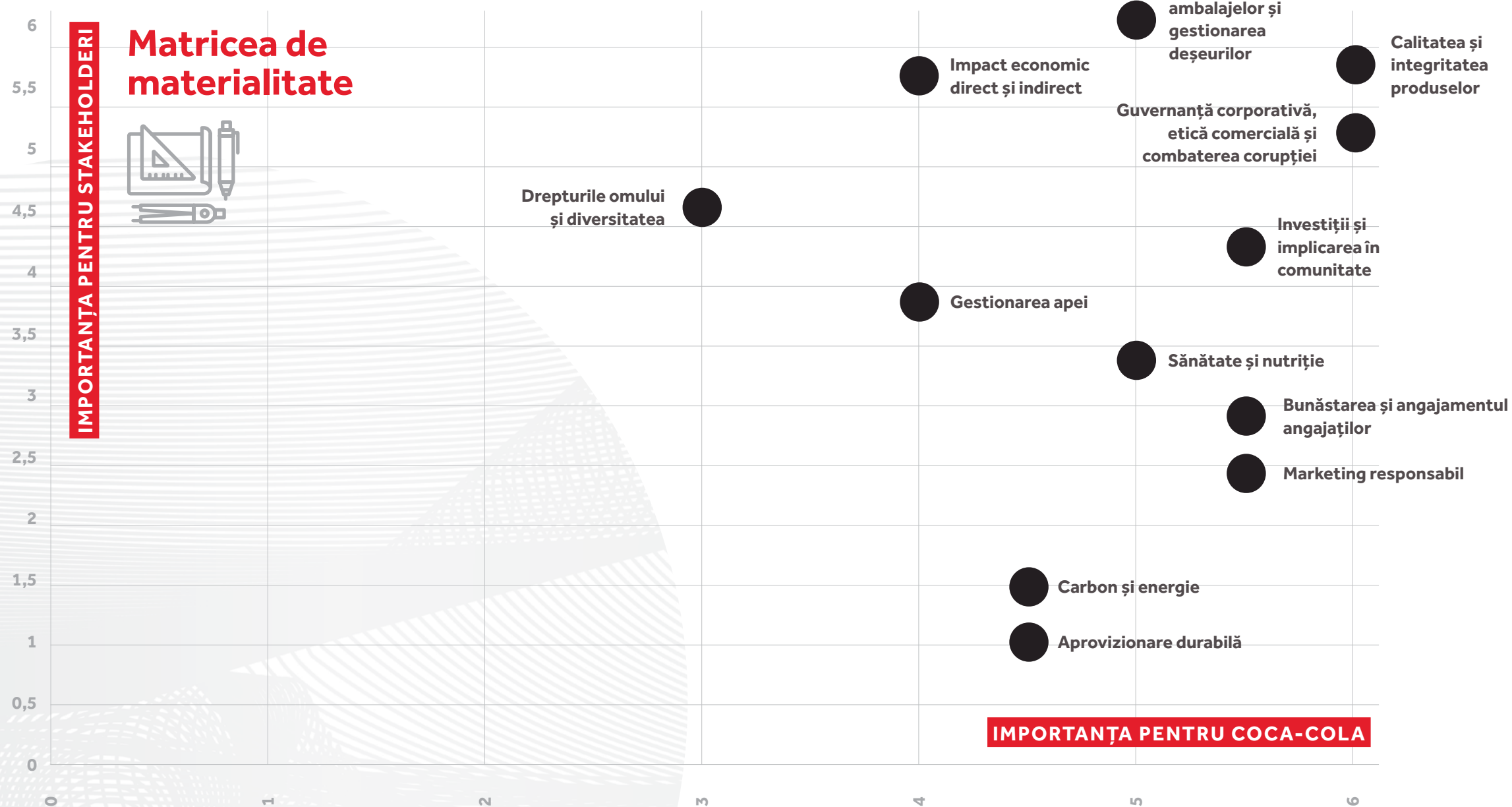
În topul Indexului de Sustenabilitate Dow Jones

În 2018, grupul Coca-Cola HBC s-a clasat în primele trei companii din **sectorul industriei de băuturi la nivel mondial și european**, conform Indexului de Sustenabilitate Dow Jones, lider global de referință pentru sustenabilitatea în afaceri, după ce a fost liderul industriei timp de 4 ani.



Procesul de materialitate

La baza raportului de sustenabilitate a stat procesul de materialitate desfășurat în anul 2018. Procesul a plecat de la temele materiale identificate în cadrul Grupului Coca-Cola HBC, importanța lor fiind evaluată prin prisma contextului local, atât de managementul companiei, cât și de grupurile de stakeholderi identificate. Stakeholderii locali (clienți, furnizori, parteneri, instituții guvernamentale, instituții educaționale, reprezentanți media, reprezentanți ai organizațiilor non-guvernamentale, asociații din care facem parte și alte categorii) au fost consultați cu ajutorul colegilor din departamentele responsabile de relația cu ei, prin transmiterea unui chestionar specific prin e-mail. Matricea de mai jos rezumă rezultatul procesului și prezintă cele mai importante subiecte în cadranul superior, în partea dreaptă a graficului.



Pentru un grad cât mai ridicat de transparență și pentru a detalia fiecare temă materială suficient de mult astfel încât stakeholderii noștri să aibă o viziune clară asupra dimensiunii impactului pe care îl are activitatea noastră (din perspectivă socială, economică și de mediu), am alocat fiecărei teme unul sau mai multe standarde Global Reporting Initiative specifice.

Temă materială	Standard GRI	Limita temei materiale		Stakeholderi Importanță ridicată
Carbon și energie	GRI 302: Energie GRI 305: Emisii	✓	✓	
Investiții și implicarea în comunitate	GRI 413: Comunități locale	✓	✓	
Guvernanță corporativă, etică comercială și combaterea corupției	GRI 205: Anticorupție GRI 206: Comportament anticoncurențial	✓	✓	
Impact economic direct și indirect	GRI 201: Performanță economică GRI 202: Prezența pe piață GRI 203: Impact economic indirect	✓	✓	
Bunăstarea și angajamentul angajaților	GRI 401: Forța de muncă GRI 403: Sănătate și securitate în muncă GRI 404: Training și educație	✓	✓	
Sănătate și nutriție	GRI 416: Sănătatea și siguranța consumatorului	✓	✓	
Drepturile omului și diversitatea	GRI 405: Diversitate și egalitate de șanse GRI 406: Combaterea discriminării	✓	✓	
Reciclarea ambalajelor și gestionarea deșeurilor	GRI 306: Efluenți și deșeuri	✓	✓	
Calitatea și integritatea produselor	GRI 419: Conformare socio-economică	✓	✓	
Marketing responsabil	GRI 417: Marketing și etichetare	✓	✓	
Aprovizionare durabilă	GRI 204: Practici de achiziții	✓	✓	
Gestionarea apei	GRI 303: Apă și efluenți	✓	✓	

în interiorul companiei / în exteriorul companiei

Furnizori și parteneri / Autorități locale / Instituții / Angajați / Clienți
 Consumatori / Societatea civilă / Organizații non-guvernamentale

Implicarea stakeholderilor

DEPUNEM EFORTURI CONTINUE PENTRU A FI CONECTAȚI ÎN PERMANENȚĂ CU TOȚI STAKEHOLDERII NOȘTRI ȘI ÎNȚELEM CĂ ACȚIUNILE ACESTORA NE INFLUENȚEAZĂ CAPACITATEA DE A IMPLEMENTA CU SUCCES STRATEGIILE CARE SĂ DUCĂ LA ATINGEREA OBIECTIVELOR.

Prin urmare, acordăm o atenție ridicată tuturor temelor materiale relevate de aceștia ca fiind importante în urma consultărilor. Dezbatem aspecte de interes comun, dezvoltăm proiecte împreună, participăm la inițiative publice sau le susținem pe ale lor.

Dialogul este asigurat prin diferite instrumente, cum ar fi întruniri și sondaje menite să implice angajații, clienții, furnizorii, organizațiile non-profit și toate celelalte persoane vizate.



Stakeholderii noștri. Cine sunt?

Cum interacționăm?

Cât de frecvent interacționăm?

Măsurile concrete* 2018

AUTORITĂȚI CENTRALE ȘI LOCALE

- Guvern
- Ministere: Ministerul Mediului; Ministerul Sănătății; Ministerul Mediului de Afaceri, Comerț și Antreprenariat; Ministerul Apelor și Pădurilor; Ministerul Economiei; Ministerul Dezvoltării Regionale și Administrației Publice; Ministerul Afacerilor Externe; Ministerul Finanțelor Publice; Ministerul Educației; Ministerul Muncii și Justiției Sociale; Ministerul Culturii și Identității Naționale
- Parlament
- Comisii de specialitate ale Senatului și Camerei Deputaților
- Instituții publice centrale și locale: Agenția Națională pentru Resurse Minerale, Inspectoratul pentru Situații de Urgență, Direcția de Sănătate Publică, Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorului, Agenția Națională de Administrare Fiscală
- Primării, Consilii Locale și Consilii Județene

- Întâlniri
- Platforme pentru acțiuni comune
- Inițiative legislative
- Documente de poziție
- Studii
- Evenimente
- Programe, proiecte

- Participarea la dezbateri publice (pe baza proiectelor) și la evenimente
- Sprijinirea inițiativelor locale sau centrale și/sau a evenimentelor publice
- Participarea la ședințele recurente ale comisiilor, comitetelor, grupurilor de lucru
- Parteneriatul cu agențiile guvernamentale în domenii cum ar fi administrarea responsabilă a resurselor de apă sau energie, recuperarea deșeurilor de ambalaje, campanii educative pentru conștientizarea importanței colectării selective a deșeurilor, programe pentru un stil de viață sănătos

- Documente de poziție referitoare la: Ordonanța de urgență 74/2018 pentru modificarea și completarea Legii nr. 211/2011 privind regimul deșeurilor, a Legii nr. 249/2015 privind modalitatea de gestionare a ambalajelor și a deșeurilor de ambalaje și a Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 196/2005 privind Fondul pentru mediu; Legea 31/2019 privind aprobarea Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 74/2018; Ordonanța de urgență 75/2018 pentru modificarea și completarea unor acte normative în domeniul protecției mediului și al regimului străinilor; Proiect de lege pentru modificarea și completarea Legii nr.227/2015 privind Codul fiscal și a Legii nr.95/2006 privind reforma în domeniul sănătății (taxare zahar); Proiect de Hotărâre de Guvern privind stabilirea unor măsuri pentru prevenirea și limitarea efectelor consumului de băuturi energizante de către populație
- Participare activă la grupul de lucru de la Ministerul Sănătății în aplicarea Protocolului de colaborare privind promovarea unui stil de viață sănătos
- Participare activă la grupul de lucru de la Ministerul Mediului de Afaceri, Comerț și Antreprenariat pentru actualizarea legislației comerciale
- Campanie dedicată pentru a marca Centenarul Marii Uniri

AMBASADE

- Ambasadele în România ale Statelor Unite ale Americii, Republicii Elene, Irlandei, Marii Britanii, Austriei, Elveției

- Susținere pentru inițiativele legislative de mare impact
- Proiecte comune de interes

- Contact periodic pentru a ne menține informați despre situația proiectelor și progresul implementării
- Ori de câte ori este necesar
- La apariția unei inițiative sau proiect de interes

- Partener în organizarea recepției cu ocazia zilei naționale a SUA

ASOCIAȚII DE AFACERI ȘI SECTORIALE

- AmCham
- FIC
- ANBR
- ROMALIMENTA
- ARAM
- APEMIN
- IIA
- RAC

- Lucrul în parteneriat pentru abordarea chestiunilor relevante
- Susținerea inițiativelor legislative de mare impact
- Documente de poziție
- Întrevederi cu reprezentanți guvernamentali

- Participarea periodică în Comitete ale Asociațiilor, grupuri de lucru, Consiliul de Administrație, Adunarea Generală a Acționarilor (lunar sau când este necesar)
- Informare constantă privind temele legislative de interes sau cu impact în business
- Ca urmare a actualizărilor relevante legate de teme de interes comun și pentru o informare corespunzătoare
- Participarea cu alte părți interesate la evenimente publice și la întâlniri de lucru
- Integrarea principiilor de sustenabilitate în relațiile de afaceri
- Analize pentru politici publice pe termen lung în domeniul legislației pentru mediul de afaceri

- Document de poziție referitor la Ordonanța de urgență 74/2018 pentru modificarea și completarea Legii nr. 211/2011 privind regimul deșeurilor, a Legii nr. 249/2015 privind modalitatea de gestionare a ambalajelor și a deșeurilor de ambalaje și a Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 196/2005 privind Fondul pentru mediu. Document de poziție referitor Legea 31/2019 privind aprobarea Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 74/2018
- Document de poziție referitor la Proiectul de lege pentru modificarea și completarea Legii nr.227/2015 privind Codul fiscal și a Legii nr.95/2006 privind reforma în domeniul sănătății (taxare zahăr)
- Document de poziție referitor la Proiectul de Hotărâre de Guvern privind stabilirea unor măsuri pentru prevenirea și limitarea efectelor consumului de băuturi energizante de către populație
- Document de poziție referitor la proiectul de Ordonanță de Urgență privind modificarea și completarea unor acte normative în domeniul Protecției Consumatorului

*Documentele de poziție înaintate Autorităților Centrale au fost prezentate fie în numele companiei, fie prin intermediul Asociațiilor specifice industriei în care activăm.

Stakeholderii noștri. Cine sunt?

Cum interacționăm?

Cât de frecvent interacționăm?

Măsurile concrete* 2018

MEDIA

- Canale media TV
- Dezvoltatori de conținut media digital
- Presă scrisă și posturi de radio
- Social Media

- Interviuri
- Conținut editorial
- Articole
- Întâlniri
- Concursuri
- Acțiuni de marketing
- Evenimente

- Comunicare proactivă despre prioritățile companiei și răspunsul reactiv în situații de criză
- Comunicarea inițiativelor
- Apărarea reputației companiei, sprijinirea obiectivelor comerciale și de marketing

- Eveniment de promovare a programului „La TINERi Este Puterea”
- „Ziua Bună! Ziua Voluntarilor Mici” – eveniment de colectare selectivă
- Eveniment de lansare, precum și gala de premiere pentru câștigătorii programului Future Makers
- Eveniment pentru parteneri, media, autorități etc. „Coca-Cola 360 – parteneri pentru România”
- Participare cu jurnaliști români la conferința europeană de lansare a brandului Fuzetea
- Participare cu jurnaliști români la conferința europeană de lansare a brandului AdeZ
- Vizita de presă la Research & Development Centre în Bruxelles.
- Conferința de presă pentru lansarea campaniei CSR: „Dorna, Job de o secundă”

ANGAJAȚI

- 1.428 angajați Coca-Cola HBC (decembrie 2018)
- 31 angajați Coca-Cola România (31 decembrie 2018)

- Comunicare internă
- Întâlniri
- Calendarele activităților RSC (responsabilitate socială corporativă)
- Evenimente sportive
- Evenimente informale

- Cel puțin o interacțiune pe lună
- Evenimente de voluntariat periodice

- Săptămâna de Etică și Conformitate – GDPR
- Săptămâna de Siguranță și Securitate în Muncă
- Campanie de educare privind colectarea selectivă a deșeurilor de ambalaje
- Campania „Smart Working” – promovarea utilizării funcționalităților Office 365
- Campanie de promovare a liniei Vorbește!, dedicate semnalării îngrijorărilor privind încălcări ale codului de conduită în afaceri sau ale politicii anti-mită

PARTENERI DE AFACERI

- Key Accounts
- Furnizori strategici
- SNAM
- APA NOVA

- Întâlniri
- Sesiuni de lucru
- Evenimente

- Comunicare continuă (cel puțin de două ori pe lună și când este necesar)
- Angajarea în inițiative pe termen mai lung (de ex. dezvoltarea capacităților furnizorului, crearea de valori comune cu clienții)
- Integrarea principiilor de sustenabilitate în relațiile de afaceri
- Inițiative pe termen lung pentru dezvoltarea capacităților furnizorilor

ORGANIZAȚII NON-GUVERNAMENTALE

- Hospice Casa Speranței
- Asociația Viitor Plus
- Școala de Valori
- Salvați Copiii
- Tășuleasa Social
- The Social Incubator
- Asociația Cu bicicleta departe
- WWF
- Global Shapers

- Lucrul în parteneriat pentru abordarea chestiunilor relevante
- Seminare
- Întâlniri
- Evenimente

- Evenimente/activități speciale
- Sporturi și activități de voluntariat RSC (responsabilitate socială corporativă) conform planificării

- Maratonul internațional București – susținerea bolnavilor aflați în îngrijirea „Hospice Casa Speranței”
- Donare echipamente medicale de specialitate pentru prematuri
- Sesiune de pregătire pentru tinerii din categoria NEET în vederea integrării pe piața muncii
- Evenimente de colectare selectivă a deșeurilor
- Programul de susținere a tinerilor antreprenori Future Makers – workshopuri, competiție de idei de afaceri, incubator de afaceri, conferința internațională

LIDERI DE OPINIE CHEIE & EXPERTI ECONOMICI

- Experti economici
- Analisti financiari

- Lucrul în parteneriat pentru abordarea chestiunilor relevante
- Suportul experților în privința strategiei de sustenabilitate
- Întâlniri
- Documente de poziție
- Studii

- Interacțiunea în contextul proiectelor
- Angajarea în inițiative pe termen mai lung și complexe, cum ar fi analize de piață

*Documentele de poziție înaintate Autorităților Centrale au fost prezentate fie în numele companiei, fie prin intermediul Asociațiilor specifice industriei în care activăm.

Stakeholderii noștri. Cine sunt?	Cum interacționăm?	Cât de frecvent interacționăm?	Măsuri concrete* 2018
CLIENTI - Cash&Carry - HORECA - Supermarketuri - Hipermarketuri - Magazine de discount - Magazine Locale & Tradiționale - Chioșcuri - BTR - QSR - Distribuitor	- Întâlniri - Sesiuni de lucru - Evenimente	- Interacțiune în cursul activității zilnice - Lucrul permanent cu retailerii și alți clienți în chestiuni de sustenabilitate - Integrarea principiilor de sustenabilitate în relațiile de afaceri - Inițiative pe termen lung pentru dezvoltarea capacităților furnizorilor	
ORGANISME DE CERTIFICARE - LRQA - LAREX - Control Union - SGS - Denkstadt	- Întâlniri - Audituri	Anual sau când este necesar	
INVESTITORI: - Coca-Cola Company - Kertas Holding Grecia - Investitori din SUA și Marea Britanie - Coca-Cola HBC	- Întâlniri - Conferințe telefonice - Sesiuni de analiză - E-mail - Anunțuri speciale	- Întâlniri periodice - Raport anual și raport RSC (responsabilitate socială corporativă) - Contact cu toate nivelurile organizației	
CONSUMATORI Toți consumatorii produselor noastre	- Etichetele produselor - Platforma online - Publicații informative și rapoarte - Vizite la fabrică - Evenimente speciale - Activități RSC (responsabilitate socială corporativă)	Comunicare periodică și constantă	- Campanie lansare Fuzetea, lansare Sleek Can, lansare serial Seen – în aplicația WOA - Campanie lansare Cappy + & AdeZ - Dorna – Job de o secundă - Campanie Inna și Coca-Cola Zero cu ambasador INNA



*Documentele de poziție înaintate Autorităților Centrale au fost prezentate fie în numele companiei, fie prin intermediul Asociațiilor specifice industriei în care activăm.

Marketing responsabil și etichetare



Coca-Cola
reprezintă al
doilea cel mai înțeles
termen la nivel
mondial, după
cuvântul „OK”.

Suntem o companie cu o istorie îndelungată, ancorată în tradițiile a numeroase comunități la nivel global, iar rolul acesta ne face să fim conștienți de datoria și responsabilitatea pe care o avem față de consumatorii noștri.

Ne dorim ca fiecare dintre aceștia să poată face alegeri informate care să se potrivească stilului lor de viață, de aceea, pe lângă informațiile de pe etichetele produselor, le punem la dispoziție și alte canale pe care le pot accesa cu ușurință pentru a afla mai multe detalii despre produsele pe care le consumă: telefonic la Infoline (**0800.080.800**) online, pe site-ul Coca-Cola România www.coca-cola.ro.



Toate produsele noastre sunt în concordanță cu Regulamentul EU 1169/2011 cu privire la informarea consumatorilor transpus la nivel local prin HG 106/2002 privind etichetarea alimentelor.

Conform reglementărilor menționate elementele obligatorii de pe etichetă sunt:

- a) denumirea produsului alimentar;
- (b) lista ingredientelor;
- (c) orice ingredient sau adjuvant tehnologic menționat în anexa II sau provenit dintr-o substanță sau dintr-un produs menționat în anexa II care provoacă alergii sau intoleranță, utilizat în fabricarea sau prepararea unui produs alimentar și încă prezent în produsul finit, chiar și într-o formă modificată;
- (d) cantitatea de anumite ingrediente sau categorii de ingrediente;
- (e) cantitatea netă de produs alimentar;
- (f) data durabilității minimale sau data limită de consum;
- (g) condițiile speciale de păstrare și/sau condițiile de utilizare;
- (h) numele sau denumirea comercială și adresa operatorului din sectorul alimentar menționat la articolul 8 alineatul (1);
- (i) țara de origine sau locul de proveniență, în cazurile menționate la articolul 26;
- (j) instrucțiuni de utilizare, în cazul în care omiterea lor ar îngreuna utilizarea corectă a produsului alimentar;
- (k) pentru băuturile care conțin mai mult de 1,2 % de alcool în volum, concentrația alcoolică dobândită;
- (l) o declarație nutrițională.



Totodată, toate etichetele sunt conforme cu HG nr. 621 din 23 iunie 2005 privind gestionarea ambalajelor și a deșeurilor de ambalaje conform căreia: „Operatorii economici care produc produse ambalate în ambalaje reutilizabile sunt obligați să marcheze sau să înscrie pe ambalaj ori pe etichetă sintagma „Ambalaj reutilizabil”. De asemenea, etichetele includ informațiile referitoare la natura ambalajului (ex. PET, ALU) precum și recomandarea de a fi colectate selectiv în vederea reciclării prin adăugarea elementelor grafice „green dot” și „tidy man”. În plus, pe unele ambalaje (AdeZ) se găsesc informații suplimentare prin care se recomandă îndepărtarea etichetei înaintea reciclării ambalajului.



În 2018, nu au existat incidente de neconformare cu codurile voluntare sau impuse de lege, în ceea ce privește etichetarea produselor comercializate de companie.

În plus față de mențiunile de mai sus anumite produse mai au pe etichete mențiuni nutriționale și de sănătate în concordanță cu Regulamentul EU 1924/2006 privind mențiunile nutriționale și de sănătate.

Promovarea produselor noastre se supune politicii privind marketingul responsabil și reglementările privind comercializarea băuturilor în școli, la nivelul întregului Sistem Coca-Cola. Ne angajăm să nu promovăm produsele noastre către minorii sub 12 ani, iar comunicările noastre de marketing nu includ:

- Celebrități sau caractere al căror public este format din copii sub 12 ani;
- Asocieri cu filme care au ca public copii sub 12 ani;
- Jocuri sau concursuri dedicate copiilor sub 12 ani;
- Jucării pentru copii sub 12 ani;
- Imagini cu copii sub 12 ani consumând produsele noastre, în absența unui adult;
- Sponsorizări ale unor evenimente sportive sau de divertisment care sunt dedicate copiilor sub 12 ani.

De asemenea, produsele noastre nu sunt promovate în materiale media - emisiuni televizate, materiale tipărite, pagini web, filme, marketing prin SMS, pagini de social media – care vizează copiii sub 12 ani. Materialele media care vizează copiii sub 12 ani sunt definite ca fiind acelea a căror audiență este compusă din copii sub 12 ani, într-o proporție ce depășește 35%.

În ceea ce privește promovarea produselor în școli, pe lângă politica internă, respectăm cu strictețe legislația existentă la nivel local și european, astfel:

- Produsele noastre nu sunt promovate sau oferite spre vânzare în învățământul pre-universitar;
- Când suntem abordați de autorități școlare pentru a sprijini activități educaționale sau extracurriculare (dansuri școlare, producții de teatru, concerte, activități sportive), analizăm aceste cerințe în spiritul Politicii de Marketing Responsabil.

În 2018, nu am primit amenzi, avertismente sau sancțiuni pentru neconformarea cu reglementările legislative în vigoare, în ceea ce privește comunicările de marketing și promovarea produselor.

Sănătatea și siguranța consumatorului



Sănătatea consumatorilor noștri este importantă pentru noi, de aceea continuăm să oferim o gamă tot mai largă de băuturi, carbonatate, necarbonatate, cu conținut scăzut sau fără zahăr, sucuri de fructe, ape și ceaiuri reci.

Suntem dedicați comunicării responsabile și menținem în permanență afișarea clară și ușor de utilizat a informațiilor nutriționale pe partea din față a ambalajului.

Pe lângă aceasta, susținem și dezvoltăm programe de nutriție și alte materiale de sprijin, pentru a inspira alegerile consumatorilor noștri.

De asemenea, nu utilizăm ingrediente care sunt modificate genetic sau care sunt derivate din organisme modificate genetic. Politica noastră susține utilizarea responsabilă a biotehnologiei moderne în cadrul unui control reglementar eficient și furnizarea de informații adecvate cu privire la utilizarea acestora.

Sănătatea și siguranța consumatorilor noștri este susținută prin calitatea produselor, al căror proces de fabricație respectă cele mai înalte standarde de calitate și siguranță alimentară.

Suntem responsabili de furnizarea unor produse și servicii de înaltă calitate, care depășesc așteptările clienților. De aceea, ne dorim să îmbunătățim reputația mărcilor prin dezvoltarea, implementarea și menținerea sistemelor de management al calității și siguranței alimentelor conform standardelor ISO 9001 și FSSC 22000.

Politica Coca-Cola HBC în domeniul calității și siguranței alimentelor are la bază următoarele principii:

- Să producem și furnizăm produse care ating cele mai înalte standarde privind calitatea și siguranța alimentelor.
- Să respectăm toate legile și cerințele, inclusiv pe cele ale consumatorilor, privind calitatea și siguranța alimentelor.
- Să asigurăm o cultură privind calitatea și siguranța alimentelor sustenabilă, prin implementarea, certificarea și îmbunătățirea sistemelor de management al calității și siguranței alimentelor conforme standardelor ISO 9001 și FSSC 22000, împreună cu cerințele și standardele sistemului Coca-Cola (KORE), la nivelul întregii operațiuni și acolo unde se aplică.
- Să validăm eficiența sistemelor de management al calității și siguranței alimentelor prin procese de audit intern și extern recunoscute de Organizația Standardelor Internaționale (ISO – International Standards Organisation) și de The Coca-Cola Company.
- Să aplicăm metodologia de evaluare a riscurilor, conform contextului în care operăm, pentru a facilita abilitatea noastră de a atinge obiectivele sistemului de management al calității și siguranței alimentelor și pentru a ne îmbunătăți continuu.
- Să construim o capacitate, gândire și cultură a calității și siguranței alimentelor prin programe structurate care dezvoltă competențele tehnice, sporesc gradul de conștientizare, administrează riscurile și permite niveluri de excelență crescute în cadrul întregii organizații.
- Să revizuim constant politicile, standardele și procedurile privind calitatea și siguranța alimentelor pentru a administra riscurile asociate cu schimbările de produse, procese și tehnologii.
- Să includem strategii privind calitatea și siguranța alimentelor în planul de afaceri anual pentru a ne asigura că aceasta rămâne o parte integrantă din operațiuni.
- Să creăm obiective privind calitatea și siguranța alimentelor pentru toate operațiunile, ce pot fi cuantificate, pentru a asigura îmbunătățirea constantă și respectarea standardelor.
- Să ne asigurăm că furnizorii și contractanții noștri împărtășesc aceleași angajamente privind calitatea și siguranța alimentelor și să monitorizăm materialele și serviciile pe care ni le furnizează prin procese de audit și inspecție a bunurilor primite.
- Să comunicăm cerințele privind calitatea și siguranța alimentelor tuturor furnizorilor, contractanților, consumatorilor, clienților și altor părți relevante prin stabilirea unor specificații pentru ingrediente, materiale pentru ambalaje, depozitarea și distribuția produselor și orientarea consumatorilor.
- Să comunicăm aspecte, strategii și performanțe privind calitatea și siguranța alimentelor tuturor angajaților, clienților, consumatorilor și principalilor stakeholderi care au un impact asupra sau sunt afectați de sistemele de management ale Coca-Cola HBC privind calitatea și siguranța alimentelor.

Calitatea produselor îmbuteliate de Coca-Cola HBC România respectă standardele și cerințele The Coca-Cola Company. Procesul de producție se desfășoară urmărind cu strictețe normele și reglementările legislative pentru siguranța alimentelor, atât din România, cât și la nivel de UE. De asemenea, avem în aplicare proceduri bazate pe principiile analizei riscurilor și a punctelor de control critice (HACCP - Hazard Analysis Critical Control Point).

Conformitatea produselor este verificată prin Programul de Control al Calității și Testare, prin proceduri care includ teste fizice, chimice și microbiologice realizate pe parcursul ciclurilor de producție.

În 2018, nu au existat incidente de neconformare cu reglementările legislative în vigoare pe care ni le asumăm, în ceea ce privește sănătatea și siguranța consumatorului și nu am primit amenzi, penalizări sau avertismente în această direcție.

Numărul total de reclamații primite în 2018 s-a dublat față de 2017, creșterea fiind cauzată de problemele tehnice întâmpinate la desfășurarea unor promoții naționale. Numărul reclamațiilor primite, cu privire la calitatea produselor, a scăzut cu 42% față de 2017, reprezentând doar 7% din totalul reclamațiilor înregistrate.



Strategia noastră „O companie pentru toți”

Lumea se schimbă rapid și odată cu ea ne schimbăm și noi. Însă o companie este cu adevărat inovatoare și lider de piață atunci când reușește să creeze valoare și să rămână relevantă pentru consumatori, parteneri și comunitate. De-a lungul celor peste 130 de ani de istorie, Coca-Cola a demonstrat o capacitate extraordinară de a se adapta schimbărilor, prin **lansarea de branduri noi care răspund nevoilor consumatorilor săi.**



2017 a fost anul în care Compania Coca-Cola a răspuns acestor schimbări prin poziționarea strategică

O companie pentru toți,

care descrie cel mai bine felul în care vedem viitorul: **consumatorii sunt în centrul activității noastre.**

Dar nu ne-am oprit aici. În 2018, ne-am consolidat angajamentul cu **inițiative concrete.**

1

MAI MULTE OPȚIUNI PENTRU CONSUMATORI DIVERȘI

Avem un angajament ferm pentru consumatorii noștri: cu fiecare brand lansat, le oferim varietate, inovație și echilibru în opțiunile de consum, așa încât să se poată bucura de băuturile preferate în orice moment al zilei și indiferent de stilul de viață. În 2018, ne-am consolidat acest angajament prin lansarea de noi băuturi și categorii de produse, precum FUZETEA, băutura cu extract de ceai, AdeZ, băutură pe bază de plante, Cappy+, o nouă generație de băuturi premium, necarbogazoase, din sucuri de fructe și legume, îmbogățite cu vitamine și minerale.

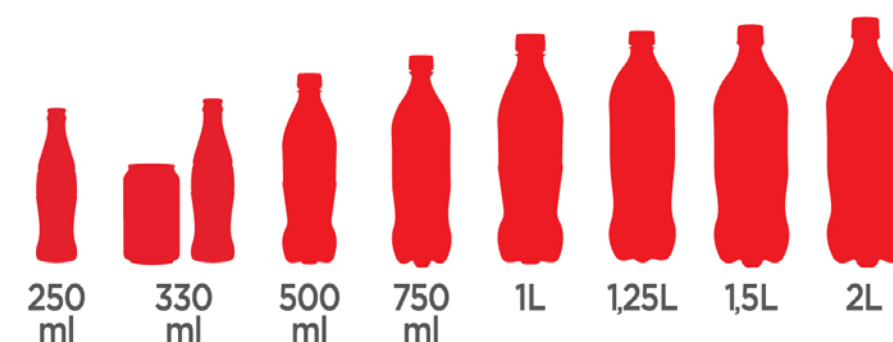
În prezent, oferim consumatorilor noștri o gamă extinsă și diversificată de băuturi răcoritoare de cea mai înaltă calitate, de la cele carbogazoase și necarbogazoase, până la sucuri și nectaruri din fructe, băuturi pe bază de plante și ape minerale naturale.



2

O GAMĂ VARIATĂ DE AMBALAJE

Lansarea de branduri noi a însemnat și dezvoltarea de ambalaje noi, potrivite pentru diferite momente de consum. De la sticla returnabilă Coca-Cola de 250ml, prima produsă în România în 1991, compania Coca-Cola și-a extins considerabil portofoliul cu o gamă variată de ambalaje, potrivite pentru orice moment de consum. Mai mult, în 2018, Coca-Cola și-a surprins consumatorii cu o inovație de ambalaj, în ton cu tendința de consum a conținutului online de astăzi, mobile friendly: noua doză verticală, disponibilă în magazine pentru Coca-Cola, Coca-Cola Zero Zahăr, Coca-Cola Lime, Fanta și Sprite.



Prin inovație în produse și categorii noi de produse, prin regândirea rețetelor produselor existente, ne-am onorat angajamentul de a oferi consumatorilor produse adaptate oricărui stil de viață.

În 2018, la nivelul întregului portofoliu de produse am redus cu 4,4% conținutul caloric mediu din băuturile noastre.



Băuturile noastre cu conținut redus sau fără calorii reprezintă

34%

din totalul volumelor noastre.

Coca-Cola Zero Zahăr

- ★ Senzația unică Coca-Cola. Zero Zahăr, zero calorii
- ★ Susținută de investiții în marketing cu 50% mai mari decât în 2017
- ★ **#1 în categoria băuturilor răcoritoare tip cola fără zahăr**
- ★ Noi lansări în 2018: **Coca-Cola Zero Zahăr Cinnamon, Coca-Cola Zero Zahăr Vanilla, Coca-Cola Zero Ginger**

Sprite

- ★ Varianta reformulată în 2017 are 9 kcal / 100 ml
- ★ **Cu 75% mai puține zaharuri*** – înlocuite de îndulcitori hipocalorici
- ★ 19 miliarde** de calorii eliminate din dieta românilor într-un an
- ★ Alte variante fără calorii în categoria băuturilor răcoritoare carbogazoase lansate în 2018: **Fanta Pink Grapefruit Zero, Fanta Lămâie Zero**

Fuzetea

- ★ Propunerea noastră de băutură răcoritoare necarbogazoasă, cu extract de ceai și suc de fructe, lansată în 2018, are **cu 30% mai puțin zahăr*****, datorită puterii de îndulcire a extractului de Stevia

*decât majoritatea băuturilor răcoritoare carbogazoase cu lămâie și lămâie verde din România

**Reprezintă reducerea de calorii obținută din reformulare, înmulțită cu volumul de Sprite comercializat într-un an

***decât majoritatea băuturilor nealcoolice cu zahăr și extract de ceai din România

CAPPY+. O NOUĂ BĂUTURĂ PREMIUM

- ★ Generație de băuturi premium, necarbogazoase, din sucuri de fructe și legume îmbogățite cu vitamine și minerale, **Cappy+ Morning Plus** este un nectar obținut dintr-o combinație de fructe din concentrat (mere, portocale, kiwi, ananas, rodie și banane), îmbogățit cu vitamina C
- ★ **Cappy+ Cool & Smile** este un suc 100% din fructe din concentrat (portocale, mandarine și lămâie), fără zahăr adăugat, îmbogățit cu Magneziu
- ★ **Cappy+ Antiox** este un suc 100% din fructe și legume din concentrat (mere, struguri, sfeclă roșie, morcovi negri, căpșuni, coacăze, mure, lămâie), fără zahăr adăugat, îmbogățit cu Vitamina E

AdeZ

- ★ Băutură nutritivă pe bază de plante, bogată în vitamine și minerale, fără zaharuri adăugate
- ★ AdeZ combină sucuri naturale din fructe, semințe, **îndulcitor de origine naturală din stevia** și vitamine/minerale
- ★ AdeZ oferă o gamă diversificată de arome pentru o dietă echilibrată care include proteine din plante

Băuturile cu conținut redus de calorii și fără calorii sunt susținute de investiții în marketing.

În 2018:

42% din bugetul de marketing a fost investit în susținerea Coca-Cola Zero Zahăr, Sprite, Fuzetea, AdeZ, Dorna și Poiana Negri

80% din activitățile de sampling ale gamei Coca-Cola au fost făcute cu Coca-Cola Zero Zahăr

Coca-Cola Zero Zahăr a fost prezentă în peste 90% din publicitatea făcută pentru gama Coca-Cola

3

COMUNICARE TRANSPARENTĂ PENTRU DECIZII INFORMATE

Ne dorim să le oferim consumatorilor noștri posibilitatea de a lua decizii informate și de a-și alege produsele în funcție de stilul de viață și opțiunile de consum. Coca-Cola comunică transparent, pe etichetele ambalajelor sale, informațiile nutriționale de bază ale produselor din portofoliu, inclusiv valoarea energetică și ingredientele utilizate.

Etichetarea nutrițională colorată

Începând cu luna noiembrie 2018, Coca-Cola a început testarea Etichetării Nutriționale Colorate pe o parte dintre ambalajele produselor comercializate în România, care adaugă coduri de culoare la cifrele care reflectă conținutul de nutrienți pe porția consumată, pentru zaharuri, sare, grăsimi și grăsimi saturate.





#3

**Mai bine pentru
angajații noștri**

Echipa Sistemului Coca-Cola

Capitalul uman este cea mai valoroasă resursă a Sistemului Coca-Cola, fiind factorul care ne influențează în mare măsură succesul.

De aceea, una din valorile noastre de bază este crearea unui loc de muncă extraordinar, unde oamenii sunt inspirați să își atingă potențialul maxim și a unei culturi care încurajează oamenii să își transforme pasiunea în acțiune.

Pentru a ne motiva angajații, am pus bazele unui sistem care oferă în mod constant oportunități de dezvoltare a unor abilități care să îi poată ajuta atât la locul de muncă, cât și în viața de zi cu zi. Lucrăm în permanență astfel încât să avem o echipă cu adevărat puternică și talentată, care obține rezultate superioare prin dezvoltare continuă și instruire în conformitate cu nevoile fiecărei persoane.

Investițiile constante pentru bunăstarea echipei au făcut ca, timp de patru ani consecutivi (2015-2018), Coca-Cola HBC România să fie recunoscută ca

„Cel mai dorit angajator”

din industria bunurilor de larg consum din România, fiind în permanență în topul primilor 20 de angajatori preferați din toate domeniile, conform studiului „Cei mai doriți angajatori”, realizat de Catalyst Solutions.



2018:

Politica noastră privind resursele umane pleacă de la convingerea că dezvoltarea companiei este strâns legată de cea a echipei noastre. Astfel, strategia noastră se bazează pe:

creșterea și promovarea liderilor locali, prin programe dedicate care să îi ajute să își dezvolte abilități esențiale de leadership;

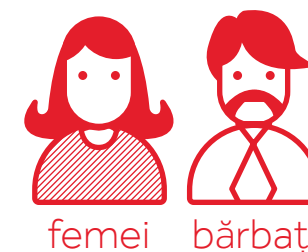
răsplătirea performanței și susținerea tuturor celor care împărtășesc pasiunea pentru excelență și caută constant să se autodepășească;

condiții de muncă sigure care ne permit să construim o cultură a siguranței la locul de muncă;

dezvoltarea unui mediu de lucru care asigură echilibru între viața profesională și cea personală.

...
Coca-Cola HBC
1.428
angajați

448 980



femei bărbați

22 9

...
Coca-Cola România
31
angajați



Vârsta medie în companie a fost de:

● 38 de ani

● 39 de ani

Echipa noastră își desfășoară activitatea în cele trei fabrici de îmbuteliere ale Coca-Cola HBC România, în sediile centrale, în cele 41 de birouri de vânzări și cele 6 depozite și centre de distribuție în țară.



Comparativ cu anul 2017, rata angajaților care au părăsit compania a înregistrat o ușoară creștere la nivelul Coca-Cola HBC România, datorată atât unor factori interni, cât și unor factori externi (rata șomajului, apariția unor companii noi pe piață, emigrarea tinerilor, dinamica și complexitatea pieței de muncă).

Drepturile omului și diversitatea

Respectul pentru drepturile omului reprezintă un aspect fundamental pentru viitorul sustenabil al Sistemului Coca-Cola și al comunităților în care ne desfășurăm activitatea.

De aceea ne-am angajat să luăm măsuri pentru a monitoriza și identifica orice impact negativ pe care compania l-ar putea avea atât asupra angajaților, cât și asupra tuturor stakeholderilor noștri.

La baza politicii noastre privind drepturile omului stau principiile internaționale privind drepturile omului, descrise în Declarația Universală a Drepturilor Omului, în Declarația Organizației Internaționale a Muncii privind Principiile Fundamentale și Drepturile la Locul de Muncă, în Principiile Directoare ONU privind Afacerile și Drepturile Omului și în Inițiativa ONU „Global Compact”.

Scopul nostru este să oferim angajaților noștri un mediu de lucru corect, sigur și care nu îi împiedică în niciun fel să atingă nivelul de performanță dorit. Respectăm cu strictețe cadrul legislativ ce reglementează practicile de muncă și ne așteptăm ca toți angajații noștri să se trateze reciproc cu demnitate și respect.

În martie 2018, Coca-Cola HBC România a semnat Carta Diversității, angajându-se astfel să continue promovarea și implementarea principiilor de diversitate, incluziune și egalitate de șanse atât în interiorul companiei, cât și în afara ei.

În 2018, nu au fost înregistrate cazuri de încălcare a drepturilor omului în relația cu angajații sau cu alți parteneri. De asemenea, nu au fost primite amenzi pentru neconformarea cu legislația și reglementările din domeniul respectării drepturilor omului.



Respectarea drepturilor omului și egalitatea de șanse sunt reglementate și de prevederile Codului de Conduită al Coca-Cola HBC. Toți angajații sunt informați asupra prevederilor codului și acesta este adus la cunoștința tuturor angajaților care se alătură echipei.

Deși la nivelul anului 2018 nu au existat programe de instruire pentru angajați, dedicate unor aspecte ce țin de drepturile omului, politica organizației în această direcție este disponibilă pe Intranetul companiei, fiind accesibilă tuturor angajaților.

Politica în domeniul egalității de șanse are la bază oferirea de oportunități egale pentru toți angajații. Încălcarea politicii privind egalitatea de șanse este supusă unor sancțiuni severe, ce pot ajunge până la desfacerea contractului de muncă.

În 2018, nu au existat cazuri de discriminare la nivelul companiei și niciun angajat nu a fost sancționat ca urmare a încălcării politicii privind egalitatea de șanse.

La baza relațiilor de muncă din cadrul Sistemului Coca-Cola stă principiul egalității de tratament față de toți angajații, orice discriminare directă sau indirectă față de un angajat, bazată 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 sau activitate sindicală, fiind strict interzisă și sancționabilă.

De asemenea, toate aspectele legate de resursele umane, recrutare, compensații și beneficii, învățare continuă, promovare, transfer și încetare a raporturilor de muncă se fac raportat la performanța fiecărui angajat și la atingerea obiectivelor pentru fiecare funcție. Toți angajații noștri sunt tratați corect, în conformitate cu abilitățile lor de a satisface cerințele și standardele cerute de poziția lor în companie.

În cadrul Coca-Cola HBC, angajații au la dispoziție mai multe canale prin care pot înainta plângeri, sesizări sau reclamații privind încălcări ale politicilor privind respectarea drepturilor omului și egalității de șanse: **fie prin discuții cu managerul direct, fie prin canalul**

Speak up line

La nivelul Coca-Cola România, angajații au la dispoziție canalul www.KOethics.com.

Echipa Coca-Cola HBC în funcție de vârstă, gen și poziția în companie

Număr de angajați	<30		30-50		>50	
	B	F	B	F	B	F
Senior Management (FH)	0	0	6	4	0	0
Total	0		10		0	
Middle Management Team (MoM & MoO)	18	15	175	53	18	8
Total	33		228		26	

Evoluția numărului de angajați

Numărul de angajați	2016	2017	2018
Sub 30	228	255	322
B	155	166	203
F	73	89	119
30-50	1.081	1.032	939
B	864	807	729
F	218	225	210
Peste 50	123	124	168
B	99	97	129
F	24	27	38
TOTAL	1.433	1.410	1.428

Numărul de angajați în funcție de regiune și gen

Numărul de angajați	2016	2017	2018
BUCUREȘTI			
B	314	313	319
F	182	183	196
CENTRU			
B	288	285	281
F	43	43	43
NORD-VEST			
B	212	212	198
F	40	39	49
SUD-VEST			
B	127	154	118
F	15	17	16
NORD-EST			
B	156	154	147
F	56	59	61

Categorie vârstă și gen / Nivel management	2018 Bărbați				2018 Femei			
	<30	30-50	>50	Total	<30	30-50	>50	Total
Coca-Cola România								
Senior Management	0	3	2	5	0	8	0	8
Middle Management	2	2	0	4	2	10	0	12
White collar	0	0	0	0	2	0	0	2
Total	2	5	2	9	4	18	0	22

Politica de remunerare

Politica de remunerare a angajaților Coca-Cola HBC respectă toate normele legislative existente la nivel național, în ceea ce privește salariul, programul de lucru, orele suplimentare și beneficiile acordate acestora.

Plata angajaților și recompensarea acestora se face în mod echitabil, în funcție de performanța individuală, indiferent de gen, vârstă, rasă, religie, culoare a pielii, orientare sexuală, origine etnică sau națională etc.

Remunerarea angajaților ține cont de industria și piața locală și are ca scop reținerea și atragerea talentelor, crearea unui avantaj competitiv și remunerarea angajaților care promovează o mentalitate de creștere și dezvoltare, contribuind în același timp la performanța companiei.

În ceea ce privește plățile și bonusurile de performanță acordate persoanelor care ocupă funcții de conducere, respectăm politica de remunerare existentă la nivel de grup. Responsabilitatea privind actualizarea și modificarea politicii se află în rolul Comitetului de Remunerare al grupului, care o revizuieste atunci când este cazul.

La nivelul Coca-Cola HBC România, raportul între media salariilor oferite bărbaților și media salariilor oferite femeilor este de **0,94**. (8.502 lei pentru femei și 7.956 lei pentru bărbați - salariul mediu pentru cele două categorii)



Dreptul la libertate de asociere și negociere colectivă

Toți angajații Coca-Cola HBC România au garantat dreptul la libertate de asociere și negociere colectivă și au dreptul de a se înscrie într-unul din cele trei sindicate active la nivelul companiei.

Toate schimbările sau deciziile care pot avea un impact major asupra angajaților le sunt comunicate după 5 zile calendaristice de la data hotărârii acestora, în conformitate cu prevederile contractului colectiv de muncă.

Sindicat	2016	2017	2018
Angajații companiei înscriși în sindicate (% din total)	18%	18%	15,3%
Angajați înscriși în Sindicatul Liber Coca-Cola HBC România	1,74%	2,13%	1,75%
Angajați înscriși în Sindicatul Independent Coca-Cola HBC România	15,21%	15,18%	13%
Angajați înscriși în Unirea Fraților din Coca-Cola HBC	1,61%	1,28%	0,5%

La nivelul Coca-Cola România există 2 colegi aleși de angajații din România, care îi reprezintă în consultările/dialogul cu reprezentanții companiei, în conformitate cu prevederile legislative.

Pregătire și dezvoltare



Performanța angajaților noștri se reflectă în succesul companiei, de aceea ne asigurăm că aceștia au acces la programe de training și dezvoltare în funcție de nevoile care țin de îndeplinirea sarcinilor individuale, dar și de nevoile personale.

Cultura Coca-Cola HBC România susține dezvoltarea de lideri locali, care au crescut treptat în cadrul organizației și care devin astfel membri importanți ai echipei noastre, ducând mai departe valorile și cultura organizației.

Programele de training sunt dezvoltate și adaptate profilului fiecărui angajat, astfel încât aceștia să primească tot sprijinul necesar pentru îmbunătățirea abilităților și cunoștințelor de care au nevoie la locul de muncă.

Numărul total de ore de training per FTE (Coca-Cola HBC România)	48
Numărul total de ore de training pentru femei per FTE	12
Numărul total de ore de training pentru bărbați per FTE	152
Numărul total de ore de training pentru specialiști/profesioniști per FTE	44,69
Numărul total de ore de training pentru management per FTE	66,03
Numărul total de ore de training pentru Middle Management per FTE	29,14
Numărul total de ore de training pentru Senior Management per FTE	36,85

Exemple de traininguri oferite angajaților 2018

Exemple de traininguri oferite angajaților 2018	nr. de angajați care au participat la traininguri
Passion to Lead	96
Situational Leadership	50
Cold Drink Selling 1.0	81
Selling Skills	94
Employee safety training (induction, safety at work, first aid etc.)	317

	2016	2017	2018
Persoane potrivite în roluri strategice	97,83%	92,68%	97,56%
Număr roluri strategice deținute de persoane potrivite	45	38	40
Număr roluri strategice*	46	41	41

* Rol strategic (**Key position**) – Încadrare a unor poziții din organizație în funcție de anumite criterii:

- Impactul în rezultatele companiei, investiții în dezvoltarea unei astfel de poziții, cerințe privind competențele, cunoștințele și educația pentru ocuparea acestor poziții;
- Timpul de recrutare și resursele necesare;
- Disponibilitatea pe piață a unei astfel de poziții.

Persoane potrivite (**Key people**) – Sunt considerate persoane cheie angajații care îndeplinesc anumite criterii de performanță și potențial.

Programe pentru dezvoltarea angajaților



Management Trainee

Începând cu anul 2012, Coca-Cola HBC România a inițiat un program de Traineeship pentru tineri absolvenți sau studenți în ultimul an, program prin care aceștia pot afla direct ce înseamnă să lucrezi într-o organizație multinațională, să înțeleagă operațiunile din mediul FMCG și să câștige experiență în lucrul în echipă.

În cei doi ani ai programului, participanții trec printr-un **proces amplu de dezvoltare profesională și personală**, care le permite ulterior să își construiască o carieră în domeniul ales.

În 2018, a fost inițiat programul de Management Trainee Rise. Programul Rise urmărește selectarea tinerilor cu valori și atitudine de învingători, cu ambiții profesionale, care își doresc să facă parte dintr-o familie extinsă și să își construiască o carieră în cea mai mare companie din industria băuturilor din România.

Candidații sunt integrați în business în roluri relevante și sunt implicați în proiecte cu impact, fac parte dintr-o comunitate internațională și au alături un mentor, pentru a-i ajuta să se dezvolte profesional și personal.



3R Learning Challenge

3R Learning Challenge a fost creat ca răspuns la nevoia de simplificare a metodelor tradiționale de training și de maximizare a impactului în urma unei sesiuni de training. Programul are la bază conceptul de microlearning ce presupune învățarea treptată, pas cu pas, și are ca beneficiu posibilitatea de a recapitula, cu o frecvență mult mai mare decât în training-urile clasice, noțiunile cheie pe care orice angajat ar trebui să le stăpânească.

3R Learning Challenge a fost implementat sub forma unei competiții, destinate angajaților din departamentul Sales, cu scopul de a stimula noi idei, de a provoca gândirea logică și înțelegerea aprofundată a impactului acțiunilor în piață.

Competiția a fost formată din mai multe misiuni graduale, începând de la cele mai ușoare și până la cele mai provocatoare, și a abordat subiecte practice. A fost susținută în format digital pe iPad-uri sau telefon, prin aplicația Code of Talent dezvoltată de partenerii Co-Factor și Ascendis.

Printre beneficiile programului se numără:

- ⊛ Din punct de vedere social, **încurajează învățarea și împărtășirea de idei la nivelul grupei de lucru**; o grupă are în jur de 60-70 de persoane și este coordonată de către Sales Trainer.
- ⊛ La nivel personal, permite fiecărui participant **să aleagă cel mai bun moment** în care poate da curs provocării de a finaliza o misiune.
- ⊛ **Dezvoltare accelerată** – fiecare participant primește feedback din partea Sales Trainer-ului și recunoaștere din partea colegilor, pentru cele mai bune răspunsuri.
- ⊛ Experiența de învățare se bazează pe **principiile unei competiții online** – pentru că angajații din departamentul de vânzări au spirit de competiție și își doresc să fie din ce în ce mai buni.





Power Exchange

Power Exchange a fost lansat în anul 2018 și este un program de shadowing și schimb de experiență adresat angajaților ce ocupă funcția de Business Developer în cadrul companiei și au demonstrat că au potențial de dezvoltare a carierei.

Programul are ca obiectiv accelerarea dezvoltării colegilor Business Developeri și construirea unor relații interdepartamentale care să permită transferul de abilități și schimbul de cunoștințe, cu scopul de a-i pregăti pentru următorul nivel în carieră.

46 de participanți au petrecut o săptămână cunoscând în detaliu activitățile a 9 departamente (printre care Marketing, Logistică, Business Solutions & Systems, Customer Care, Telesales, Distribuitori, Financiar) cu care interacționează departamentul Field Sales și, de asemenea, au făcut o vizită la fabrica din Ploiești pentru a se familiariza cu procesul de producție și logistică.



Programe de mentorat

La nivelul Coca-Cola HBC România există, de asemenea, programe de mentorat create pentru a asista dezvoltarea personală și profesională a angajaților, pentru a susține integrarea noilor angajați, pentru a accelera drumul acestora către performanță, pentru a ajuta managerii să facă tranziția către leadership și pentru a susține talentul.

Mentoratul este folosit ca suport pentru dezvoltarea activităților încorporate în diverse ocazii precum: o parte integrată a programelor de susținere a talentului, a planului de dezvoltare individuală și pentru succesul a diferite proiecte. În cadrul companiei există **47 de mentori interni** care se pot implica în mentorat cu angajații noștri.



Fast Forward

Programele Fast Forward le oferă angajaților oportunitatea de a-și accelera dezvoltarea și evoluția carierei. Aceste programe cheie acoperă cele mai comune tranziții către poziții de leadership și sunt concepute în jurul următoarelor 5 principii:

- 1. Sporirea conștientizării de sine și dezvoltarea unui spirit adecvat unui lider senior**
- 2. Îmbunătățirea competențelor de lider**
- 3. Dobândirea unor experiențe critice pentru nivelul superior de lider**
- 4. Extinderea rețelei de susținere pentru a include oameni din poziții superioare**
- 5. Dezvoltare și căutare de experiențe în afara zonei de confort**

În 2018, la aceste programe au participat în total **19 angajați**. Programele durează în general 1-2 ani, iar rata de promovare în curs de un an de la terminarea programului Fast Forward a fost de 61%.



Bunăstare, angajament și beneficii

Dincolo de pachetul salarial, beneficiile adiționale oferite angajaților pot duce la creșterea gradului de satisfacție al acestora și la conștientizarea faptului că lucrează într-o organizație care ia în considerare nevoile oamenilor și ia măsuri pentru ca acestea să fie îndeplinite.

Coca-Cola HBC România oferă o serie de beneficii angajaților săi, indiferent de tipul de contract (pe perioadă determinată/nedeterminată). Aceștia se bucură de asigurare de viață și de accident, prime de Paște și Crăciun, servicii medicale atât pentru ei, cât și pentru membrii familiei, zile libere pentru diverse evenimente (pensionarea, căsătoria, nașterea unui copil etc.), concediu de creștere al copilului, tichete de masă, transport de la / la locul de muncă, beneficii în produse ale companiei.

În funcție de vechimea în companie, angajații mai pot beneficia de zile de concediu de odihnă adiționale, prime de vacanță, sprijin social în cazul anumitor evenimente personale.

În 2018, valoarea totală a beneficiilor acordate angajaților a fost de
>12.711.000 lei.



Beneficii acordate în funcție de tipul de contract	Perioadă nedeterminată		Perioadă determinată	
	< 1 an	> 1 an	< 1 an	> 1 an
●●● Coca-Cola HBC România				
Bonuri de masă	✓	✓	✓	✓
Tichete de vacanță / Prima de vacanță		✓		✓
Transport de la / la locul de muncă	✓	✓	✓	✓
Sprijin în cazul unor evenimente personale (căsătorie, deces etc.)		✓		✓
Cadouri și bonusuri pentru copiii minori ai angajaților	✓	✓	✓	✓
Primă de Paște și Crăciun	✓	✓	✓	✓
Asigurare de viață și accident	✓	✓	✓	✓
Abonament medical (pentru angajați și membrii familiei de gradul 1)	✓	✓	✓	✓
Cota de produs (baxuri de suc/apă)	✓	✓	✓	✓
Zile de concediu de odihnă adiționale		✓		✓
Zile libere pentru diverse evenimente	✓	✓	✓	✓
Valoarea totală a beneficiilor oferite angajaților	12.711.965,95 lei*			

*2.731.700 Euro la cursul mediu BNR de 1 Euro = 4,6535 lei

Beneficii acordate în funcție de tipul de contract	Full-Time	
	< 1 an	> 1 an
●●● Coca-Cola România		
Bonuri de masă	✓	✓
Transport de la / la locul de muncă	✓	✓
Asigurare privată de sănătate	✓	✓
Asigurare de viață / pentru accidente	✓	✓
Produse (din portofoliul companiei)	✓	✓
Prime de Crăciun și Paște	✓	✓

Concediu parental 2018	●●● Coca-Cola HBC România		●●● Coca-Cola România	
	Bărbați	Femei	Bărbați	Femei
Nr. de angajați care au avut dreptul la concediu parental	13	40	0	2
Nr. de angajați care și-au luat concediu parental	11	9	0	2
Nr. de angajați care s-au întors la locul de muncă (în 2018) după terminarea concediului parental	3	17	0	1
Nr. de angajați care s-au întors la locul de muncă (în 2017) după terminarea concediului parental și erau încă angajați după 12 luni (în 2018)	2	15	0	1
Rata de revenire la locul de muncă	67	88	0	100
Retenția	67	88	0	-

* Rata de revenire la locul de muncă și retenția se calculează ca:

Rata revenire = $\frac{\text{Numărul de angajați care s-au întors la muncă în 2018 din concediul parental}}{\text{Numărul de angajați care ar fi trebuit să se întoarcă la muncă după concediul parental}} \times 100$

Retenția = $\frac{\text{Numărul de angajați care s-au întors la muncă în 2017 și erau angajați ai companiei după 12 luni}}{\text{Numărul total de angajați care s-au întors la muncă în 2017 după terminarea concediului parental}} \times 100$



Bunăstare și angajament

LA BAZA COCA-COLA HBC ROMÂNIA SUNT OAMENII, DE ACEEA BUNĂSTAREA ACESTORA ESTE O PREOCUPARE PERMANENTĂ. NE DORIM SĂ LE OFERIM ANGAJAȚILOR NOȘTRI UN MEDIU DE LUCRU ÎN CARE ACEȘTIA SĂ SE POATĂ DEZVOLTA ȘI SĂ ÎNVEȚE ÎN PERMANENȚĂ.

Nivelul ridicat de satisfacție al angajaților duce la o performanță ridicată, de aceea dezvoltăm programe care să vină în ajutorul acestora și care să le inspire reușitele.

Încercăm în permanență să rămânem conectați la pulsul echipei, de aceea desfășurăm anual un studiu care evaluează gradul de implicare al acestora, măsurând în același timp angajamentul echipei și modul cum aceștia înțeleg prioritățile strategice ale companiei. Totodată, chestionarul măsoară și gradul de satisfacție a angajaților, analizând aspecte specifice locului de muncă: cultura organizațională, oportunitățile de dezvoltare, interacțiunea cu managerul direct și liderii organizației. Chestionarul ne ajută să înțelegem punctele forte ale companiei și în același timp ne evidențiază zonele în care trebuie să acționăm mai

mult. Rezultatele acestuia stau la baza Planului de Angajament pe care îl realizăm anual.

În 2018, chestionarul „My Voice” a fost pus la dispoziția colegilor noștri în perioada octombrie – noiembrie, iar indexul de angajament a fost 88, în scădere cu 2 puncte față de 2017. Scăderea se datorează în mare parte schimbării metodologiei de calcul și a unor întrebări din chestionar.

Ne bucură rezultatele pozitive obținute și ne demonstrează în același timp că facem lucrurile bine. Peste 90% dintre respondenți au declarat că sunt implicați atunci când se iau decizii care le afectează activitatea de zi cu zi, există o bună comunicare între departamente și că li se acordă încredere să ia deciziile necesare pentru a-și îndeplini obiectivele.



Ingredientul secret al Coca-Cola HBC România

Pentru că suntem mândri de angajații noștri și pentru că ne-am dorit să ne arătăm recunoștința pentru eforturile semnificative depuse zi de zi de aceștia, am lansat în noiembrie 2018 prima campanie employer branding sub sloganul

„Oamenii sunt ingredientul nostru secret”.

Scopul campaniei a fost aducerea în prim plan a oamenilor responsabili de succesul poveștii Coca-Cola HBC România, început cu peste 27 de ani în urmă, punând în lumina reflectoarelor reușitele și diversitatea angajaților, ca parte integrantă și indispensabilă a companiei.

Echipa noastră este formată din oameni talentați, surse de inspirație și motivație pentru colegi și mărturie a unui brand de angajator bazat pe excelență, dezvoltare accelerată și ideea de apartenență la o echipă câștigătoare. De aceea, am luat decizia de a publica săptămânal pe pagina de Facebook Cariere Coca-Cola HBC România și pe contul de Instagram cu același nume, oamenii, valorile și poveștile frumoase din Coca-Cola HBC România, povestind despre ei, despre creșterea lor în companie și implicarea lor în comunitate, proiectele frumoase pe care le construim împreună și despre lucrurile care stau la baza unei echipe puternice.

ZOOMZET

#LaTINeRi

ESTEPUTEREA #DescoperiDezvoltăReușita

LA NOI,
POSIBILITATEA
DE A-I
SUSȚINE!

OAMENII NOȘTRI SUNT
INGREDIENTUL SECRET DIN
COCA-COLA HBC ROMÂNIA
POVEȘTEA TRI-O LA
FABRICA DIN PLOIEȘTI
FELICITĂRI
CĂȘTIGĂTORILOR
RECOGNITION@COKE!
DUPĂ NOI, STRĂNGEM
TOT NOI!

Revista Zoomzet

Revista internă editată de Coca-Cola HBC are o frecvență trimestrială și se distribuie către toți angajații. În fiecare ediție, aceștia pot citi detalii despre cele mai importante proiecte desfășurate în cadrul companiei, cele mai recente campanii de marketing, acțiuni de mediu, premii obținute, știri din industria de băuturi răcoritoare etc. Este un canal de comunicare în special pentru angajații care nu au acces la internet și nici adresă de e-mail.

Intranetul We Connect

Este disponibil pentru angajații de la birouri, care au adresă de e-mail și conexiune la internet. Pe Intranet, angajații citesc informații despre tot ce se întâmplă în cadrul companiei, în timp real. De asemenea, pe Intranet găsesc politici și proceduri necesare activității zilnice, detalii despre beneficii și discount-uri, link-uri către aplicațiile interne utilizate, precum SAP, EasyTravel, Helo (Cornerstone – aplicație dedicată de HR pentru administrarea cursurilor, a zilelor de concediu, pentru completarea formularelor de evaluare a performanței și a planurilor individuale de dezvoltare profesională etc.).

Recunoașterea performanțelor

Ne-am luat angajamentul de a asigura un climat socio-profesional corespunzător, care să permită angajaților să își atingă obiectivele atât individual, cât și la nivel de echipă. Criteriile de performanță avute în vedere pentru realizarea obiectivelor se referă la caracteristici personale (aptitudini, comportament și personalitate) și profesionale (vigilență, disponibilitate, autocontrol). De asemenea, caracteristicile precum interesul pentru resursele alocate postului, adaptabilitatea la post, capacitatea de decizie și inovare, spiritul de echipă, delegarea responsabilităților, comunicarea și preocuparea pentru interesul general al companiei, constituie criterii aplicate în evaluarea performanței angajaților.

Procedura de evaluare are loc în primul trimestru (până la 31 martie) al fiecărui an, pentru angajații Coca-Cola HBC, iar evaluatorul este persoana cu atribuții de conducere/coordonare din cadrul departamentului (structurii) unde își desfășoară activitatea angajatul.

În 2018, toți angajații care au desfășurat cel puțin 6 luni activități în cadrul organizației, au trecut printr-o sesiune de evaluare a performanței.

Family Day

Family Day este o petrecere tematică dedicată colegilor din fabrici, la care aceștia participă împreună cu familia. Evenimentul are rolul de a reuni echipa într-un cadru informal în care membrii acesteia au parte de experiențe inedite, relaxante, distractive, împreună cu familia. În 2018, evenimentele Family Day au adunat aproximativ 1.000 de participanți.

Siguranța la locul de muncă

CREDEM CU TĂRIE CĂ SUCCESUL NOSTRU PE TERMEN LUNG DEPINDE ÎN EGALĂ MĂSURĂ ȘI DE SIGURANȚA ANGAJAȚILOR NOȘTRI, DAR ȘI A CELOR CE VIZITEAZĂ LOCAȚIILE NOASTRE DE OPERARE. UN MEDIU DE LUCRU SIGUR ȘI SĂNĂTOS REPREZINTĂ UN DREPT FUNDAMENTAL AL FIECĂRUI ANGAJAT, DAR ÎN ACELAȘI TIMP O CONDIȚIE ESENȚIALĂ A MODULUI ÎN CARE NE DESFĂȘURĂM ACTIVITATEA.



În 2018, la nivelul Coca-Cola România nu au fost înregistrate accidente de muncă și nici incidente cu probabilitate ridicată de a cauza răniri grave.

Politica noastră privind drepturile angajaților la locul de muncă (Workplace Rights Policy) cere asumarea responsabilității pentru menținerea unui loc de muncă productiv, în fiecare operațiune pe care o desfășurăm, făcând tot posibilul pentru a reduce riscul de accidente, vătămări și expunerea la pericole pentru angajații, asociații și contractorii noștri. În plus, lucrăm cu partenerul nostru Coca-Cola HBC România pentru a ne asigura că riscurile privind sănătatea și siguranța la locul de muncă sunt minime pentru angajații și contractorii lor.

Cerințele de operare Coca-Cola (KORE – The Coca-Cola Operating Requirements), definesc politicile, standardele și cerințele noastre pentru gestionarea aspectelor ce țin de siguranța și sănătatea la locul de muncă. Pe lângă respectarea cu strictețe a reglementărilor legislative locale, cerem partenerilor noștri ca toate fabricile și facilitățile de distribuție să implementeze standardele OHSAS 18001 și ISO 45001.



La Coca-Cola HBC România ne desfășurăm activitatea în cadrul unui sistem de management al mediului, sănătății și securității ocupaționale, implementat în conformitate cu cerințele standardelor SR EN ISO 14001:2015, SR OHSAS 18001:2008, cerințele Companiei Coca-Cola și conform obligațiilor legale prevăzute de legislația în domeniu.

De asemenea, ne angajăm să promovăm activ acțiunile de prevenire a rănilor și îmbolnăvirilor profesionale și să îmbunătățim continuu sistemul de sănătate și securitate în muncă.

Prin obiectivele setate, comunicate la nivelul întregii organizații, ne asigurăm de:

- ⊛ planificarea, implementarea, menținerea și îmbunătățirea continuă a sistemului de management al mediului, sănătății și securității ocupaționale;
- ⊛ identificarea riscurilor și oportunităților;
- ⊛ stabilirea și implementarea unui sistem de control eficient;
- ⊛ prevenirea situațiilor de urgență;
- ⊛ instruirea, încurajarea și consultarea angajaților.

Comitetul de Securitate și Sănătate în Muncă

SIGURANȚA ANGAJAȚILOR NOȘTRI ESTE PRIMORDIALĂ PENTRU NOI, DE ACEEA NE ASIGURĂM ZI DE ZI CĂ LE OFERIM ACESTORA CELE MAI BUNE CONDIȚII DE MUNCĂ ȘI UN MEDIU DE LUCRU SIGUR ȘI ÎN ACELAȘI TIMP, CĂ MINIMIZĂM RISCURILE DE ACCIDENTARE IMPLEMENTÂND POLITICI DE LUCRU CARE SĂ ÎI PROTEJEZE PE ANGAJAȚI.

Pentru a ne asigura că politicile sunt dezvoltate și implementate în mod corespunzător, la nivelul Coca-Cola HBC există Comitetul de Securitate și Sănătate în Muncă, care:

- ★ analizează și face propuneri privind politica de securitate și sănătate în muncă și planul de prevenire și protecție, conform regulamentului intern;
- ★ urmărește realizarea planului de prevenire și protecție, inclusiv alocarea mijloacelor necesare realizării prevederilor lui și eficiența acestora din punctul de vedere al îmbunătățirii condițiilor de muncă;
- ★ analizează introducerea de noi tehnologii, alegerea echipamentelor, luând în considerare consecințele asupra securității și sănătății lucrătorilor și face propuneri în situația constatării anumitor deficiențe;
- ★ analizează alegerea, cumpărarea, întreținerea și utilizarea echipamentelor de muncă, a echipamentelor de protecție colectivă și individuală;
- ★ analizează modul de îndeplinire a atribuțiilor ce revin serviciului extern de prevenire și protecție, precum și menținerea sau, dacă este cazul, înlocuirea acestuia;
- ★ propune măsuri de amenajare a locurilor de muncă, ținând seama de prezența grupurilor sensibile la riscuri specifice;
- ★ analizează propunerile formulate de lucrători privind condițiile de muncă și modul în care își îndeplinesc atribuțiile persoanele desemnate și/sau serviciul extern;
- ★ urmărește modul în care se aplică și se respectă reglementările legale privind securitatea și sănătatea în muncă, măsurile dispuse de inspectorul de muncă și inspectorii sanitari;
- ★ analizează propunerile lucrătorilor privind prevenirea accidentelor de muncă și a îmbolnăvirilor profesionale, precum și pentru îmbunătățirea condițiilor de muncă și propune introducerea acestora în planul de prevenire și protecție;
- ★ analizează cauzele producerii accidentelor de muncă, îmbolnăvirilor profesionale și evenimentelor produse și poate propune măsuri tehnice în completarea măsurilor dispuse în urma cercetării;
- ★ efectuează verificări privind aplicarea instrucțiunilor proprii și a celor de lucru și face un raport scris privind constatările făcute;
- ★ dezbate raportul scris, prezentat Comitetului de Securitate și Sănătate în Muncă de către conducătorul unității cel puțin o dată pe an, cu privire la situația securității și sănătății în muncă, la acțiunile care au fost întreprinse și la eficiența acestora în anul încheiat, precum și propunerile pentru planul de prevenire și protecție ce se va realiza în anul următor.

Ordinea de zi a fiecărei întruniri este stabilită de Președintele și secretarul comitetului, cu consultarea reprezentanților lucrătorilor și este transmisă membrilor și Inspectoratului Teritorial de Muncă.

La finalul fiecărei întruniri, se încheie un proces verbal care este semnat de toți membrii comitetului și care este transmis Inspectoratului Teritorial de Muncă în termen de 10 zile.

Identificarea riscurilor privind accidentele de muncă

Identificarea pericolelor, evaluarea și controlul riscurilor au loc periodic și ori de câte ori există schimbări în activitățile și procesele de muncă. Metodele noastre au fost dezvoltate intern și sunt aplicate pentru fiecare locație, iar în urma evaluării se stabilesc planuri de acțiune pentru scăderea nivelului de risc prin adoptarea de măsuri

necesare la locurile de muncă. Pericolele și riscurile asociate acestora, precum și măsurile stabilite pentru ținerea lor sub control sunt incluse în tematicile de instruire și sunt luate în considerare în stabilirea obiectivelor, țințelor și programului de management în domeniul securității și sănătății ocupaționale.

Consultarea angajaților

Consultarea și participarea angajaților în probleme ce țin de securitate și sănătate ocupațională se realizează prin intermediul Comitetelor de Securitate și Sănătate în Muncă înființate la nivelul fiecărei locații, prin participarea reprezentanților salariaților la elaborarea și aplicarea deciziilor în domeniul securității și sănătății ocupaționale și prin intermediul programului de sugestii, bazat pe conceptul de inovație, implementat în locații.

Ședințele Comitetelor de Securitate și Sănătate în Muncă au loc trimestrial, iar raportul în urma întâlnirii este comunicat intern angajaților prin afișarea procesului verbal la avizierele dedicate securității și sănătății ocupaționale din locații/departamente.

Informarea angajaților de către șefii de departamente cu privire la diverse aspecte din domeniul securității și sănătății ocupaționale are loc lunar, prin întâlniri organizate în zona de lucru – sesiunile de „**Toolbox Talk**”. Aici se discută evenimentele legate de procesul de muncă, riscurile evaluate la introducerea de noi echipamente, rezultatul auditurilor și inspecțiilor interne de securitate și sănătate ocupațională, practici de securitate etc.



Raportarea pericolelor

Angajații și contractorii pot raporta pericolele, situațiile periculoase și incidentele ușoare supervisorilor atât direct, cât și prin sistemul de raportare a situațiilor de „Near-miss”. Imediat după raportare, aceste situații sunt analizate de către conducătorii locurilor de muncă unde au fost semnalate, fiind aplicate măsuri corective corespunzătoare. Informația este urmărită lunar prin indicatori de performanță la nivel local și raportată la nivel de grup. Trimestrial, situațiile de „Near-miss” și măsurile corective și preventive aplicate sunt discutate în cadrul întrunirii Comitetului de Securitate și Sănătate în Muncă.

La nivelul anului 2018, nu au existat îmbolnăviri sau decese cauzate de expunerea la pericolele existente în cadrul locului de muncă.



Investigarea accidentelor de muncă

Accidentele de muncă sunt comunicate conform legislației naționale către autoritățile în domeniu, îndată ce acestea au loc. În urma cercetării evenimentelor de muncă se re-evaluează riscurile și se implementează măsurile de control și de prevenire a reapariției accidentelor de muncă.

Coca-Cola HBC România	Angajați		Lucrători	
	Bărbați	Femei	Bărbați	Femei
Numărul de decese cauzate de accidente de muncă	0	0	0	0
Numărul de incidente cu probabilitate ridicată de a cauza răniri grave (ex. explozii, accidente rutiere etc.)	0	0	0	0
Numărul de persoane care au fost implicate în accidente de muncă	2	0	0	0

În 2018, au existat două accidente soldate cu incapacitate temporară de muncă. Cele două accidente de muncă nu s-au soldat cu răniri severe. În urma identificării cauzelor de producere a acestora, s-au luat măsuri tehnice și organizatorice de prevenire și reducere a riscurilor.

S-au înlocuit instrumente de lucru cu risc mai redus de rănire la manipulare și s-au făcut modificări la echipamentele utilizate, prin automatizare, eliminând astfel potențialele efecte ale erorilor umane.

Training

PENTRU CA ANGAJAȚII COMPANIEI SĂ FIE INFORMAȚI ÎN PERMANENȚĂ DESPRE MODURILE ÎN CARE POT EVITA ACCIDENTĂRILE LA LOCUL DE MUNCĂ, PERIODIC SUNT ORGANIZATE SESIUNI DE TRAINING PENTRU CA ACEȘTIA SĂ FIE PREGĂTIȚI ȘI SĂ ÎȘI DESFĂȘOARE ACTIVITATEA ÎN SIGURANȚĂ.

Necesitățile de training se stabilesc în urma analizei pericolelor și riscurilor specifice activităților și serviciilor desfășurate de organizație și a cerințelor legale aplicabile din domeniul securității și sănătății ocupaționale și a cerințelor Sistemului de Management al SSO implementat și certificat la nivelul companiei. Ori de câte ori se identifică necesități de instruire externă pentru personal specializat, personal care necesită autorizarea pentru exercitarea anumitor meserii, se organizează participarea la cursuri de formare și perfecționare.

Toți angajații Coca-Cola HBC au participat la training-uri în domeniul Sănătății și Securității Ocupaționale și a Situațiilor de urgență, conform frecvenței și tematicilor de instruire pentru locurile de muncă.

În 2018 am organizat 3.612 ore training pe aspecte legate de sănătate și securitate ocupațională pentru rolurile de manageri și 29.396 ore pentru pozițiile non-manageriale.

În luna iunie Coca-Cola HBC România a organizat Campania de conștientizare în domeniul Calității, Siguranței Alimentelor, Mediului și Sănătății și Securității în Muncă, sub titlul „Liga Sustenabilității”, în care au fost abordate teme de interes pentru departamentele din organizație.

La sfârșitul anului a avut loc Campania de Securitate și Sănătate în Muncă, organizată la nivel de companie, cu titlul „Siguranța începe cu mine”, în care toți lucrătorii au fost invitați să participe la concursul ce a lansat trei provocări pe teme de interes în vederea îmbunătățirii nivelului de siguranță la locul de muncă: conducere defensivă, siguranța lucrului cu utilaje, prevenirea accidentelor din alunecări, împiedicări și căderi.

Angajații care conduc mașini în interes de serviciu au participat la două tipuri de training-uri privind tehnicile de conducere defensivă, atât teoretice, cât și practice.

Toți conducătorii de autovehicule au fost înscrși în programul de învățare on-line „Axonify”, prin care, în plus față de informații tehnice utile, au putut să participe și la concursuri pe aceeași platformă, individual și în echipe.

În cadrul unui alt program de învățare a tehnicilor de conducere defensivă, angajații au avut ocazia să afle de la specialiști, experți în domeniu, care sunt abilitățile de îmbunătățit, în urma testărilor în trafic a conducătorilor auto.

Obiectivele noastre

La nivel de grup, Coca-Cola HBC România și-a asumat ca până în 2025 să promovăm diversitatea și egalitatea de șanse, pentru ca numărul femeilor aflate în poziții de management să ajungă la 50%.

De asemenea, vom continua să implementăm măsuri pentru un mediu de lucru sigur, astfel încât până în 2025 să nu mai existe accidente de muncă soldate cu decesul angajatului și rata de accidentări să scadă cu 50%.

Ne propunem totodată să reducem fluctuația de personal până la 14%, iar rata angajaților care participă la acțiuni de voluntariat să atingă 10%.



#4

**Mai bine pentru
partenerii noștri
și pentru
comunitatea locală**

Furnizorii noștri

Responsabilitatea noastră nu se încheie la ieșirea produselor pe poarta fabricilor. Reputația Coca-Cola a fost clădită de-a lungul anilor pe încredere și respect reciproc. Ne așteptăm ca toți furnizorii și partenerii noștri să adopte practici de lucru responsabile și să respecte principiile stipulate în Politica noastră privind Drepturile Omului.

Toate aceste aspecte le sunt comunicate prin intermediul Principiilor pentru Furnizori, un set de norme care transpun valorile companiei bazate pe calitate, integritate, excelență, conformarea cu legislația în vigoare și respectul pentru drepturile omului și cultura și obiceiurile comunităților în care operăm. Monitorizăm cu atenție implementarea principiilor la nivelul furnizorilor și evaluăm cu ajutorul auditorilor independenți conformarea furnizorilor (care au contracte anuale de peste 60.000 USD) cu politica noastră. 100% din furnizorii de ingrediente și ambalaje primare au fost auditați.

În calitate de lider al industriei locale producătoare de băuturi, clienții noștri ne aleg pentru că furnizăm produse și servicii de foarte bună calitate, rezultate în urma unui proces tehnologic ce respectă cele mai înalte standarde din domeniu, de-a lungul întregului lanț valoric. Toate aceste lucruri nu ar fi posibile fără partenerii noștri, care ne aprovizionează la rândul lor cu produse și servicii de calitate, sprijinindu-ne eforturile de a minimiza impactul asupra mediului înconjurător și de a respecta principiile sustenabilității.



La nivel de Grup, Coca-Cola HBC operează în 28 de țări, pe trei continente, de aceea este foarte important ca toată infrastructura noastră operațională să fie optimizată. Obiectivul nostru global este să dezvoltăm un lanț de aprovizionare care să ne acopere nevoile într-o manieră integrată, de la fabrici și până la linii de producție, centre de distribuție și depozite, la un cost optim. Local, lucrăm în strânsă legătură cu reprezentanții departamentului de achiziții al Grupului, pentru a ne asigura că toate operațiunile noastre funcționează eficient și pot deservi cu succes regiunea. Procesul de achiziții se desfășoară în conformitate cu legislația în vigoare și este reglementat de prevederile Politicii de Achiziții și ale Documentului de Delegare a Atribuțiilor (Chart of Authority), actualizat în decembrie 2018.

Furnizorii Coca-Cola HBC România sunt împărțiți în furnizori privind achizițiile de materii prime (achiziții directe) și furnizori privind achizițiile de non-materii prime (achiziții indirecte). Astfel, cei din prima categorie sunt reprezentați de partenerii care ne

furnizează ingredientele de bază pentru produse și ambalajele pentru îmbutelierea acestora, în timp ce de la furnizorii privind achizițiile non-materii prime achiziționăm servicii de IT, întreținere, echipamente de producție, piese de schimb, vehicule pentru flotă, utilități etc.

Totodată, baza noastră de furnizori este segmentată și în: furnizori strategici pentru grup (critici pentru competitivitatea și succesul general al companiei), furnizori strategici la nivel de țară (importantă strategică la nivel local și regional) și furnizori tactici (furnizori cu o pondere redusă în bugetul de cheltuieli).

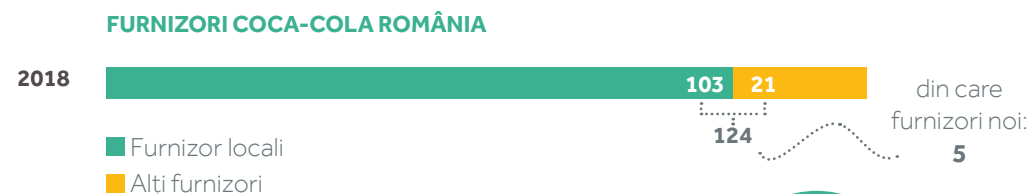
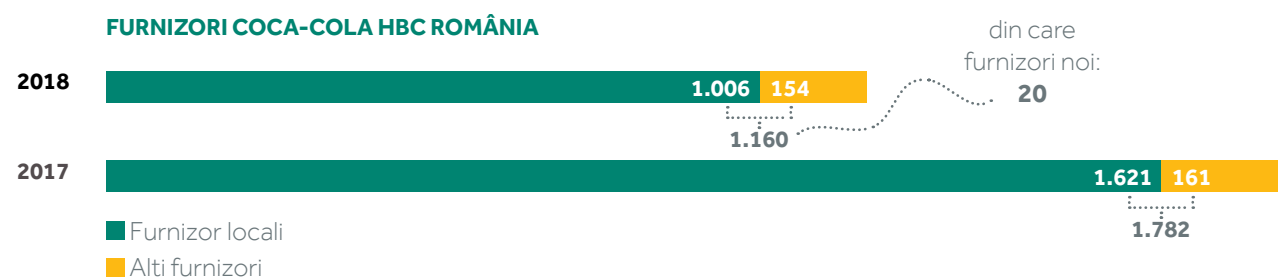
Prin dimensiunea activității pe care o avem în România, suntem conștienți de impactul semnificativ pe care îl avem pe întregul lanț de aprovizionare. Ne dorim să încurajăm creșterea economică și să susținem comunitățile locale, de aceea încercăm, atunci când este posibil, să selectăm furnizori locali, reducându-ne astfel și impactul pe care îl avem asupra mediului înconjurător.

Pentru că produsele noastre sunt comercializate în toată lumea, a apărut nevoia de simplificare a proceselor și de standardizare a furnizorilor în toate țările, astfel încât operațiunile să se desfășoare mult mai ușor și mai rapid și pentru a menține același standard de calitate la nivel global.

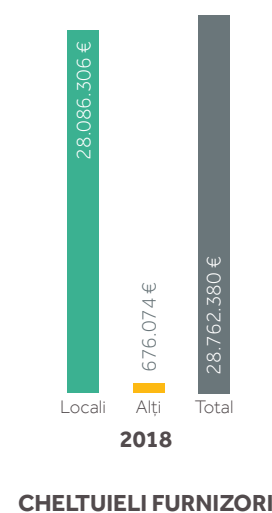
De asemenea, punem din ce în ce mai mult accent pe dezvoltarea capabilităților furnizorilor noștri și pe împărtășirea proiectelor de succes și cu

celelalte țări din Grup și regiune. Am ajuns astfel să recomandăm furnizori locali și colegilor noștri din regiune.

Această abordare, la care se adaugă parteneriatele cu furnizorii externi, recomandați de Grupul Coca-Cola HBC, a dus la scăderea bazei de furnizori, dar la consolidarea parteneriatelor relevante.



În 2018,
86,7%
din totalul **furnizorilor Coca-Cola HBC** au fost **români**, iar bugetul de cheltuieli cu furnizorii locali a avut o proporție de **67% din valoarea totală a bugetului de achiziții.**



În 2018,
83,06%
din totalul **furnizorilor Coca-Cola** au fost **români**, iar bugetul de cheltuieli cu furnizorii locali a avut o proporție de **97,65% din valoarea totală a bugetului de achiziții.**

Aprovizionare sustenabilă

SUSTENABILITATEA REPREZINTĂ UN ASPECT ESENȚIAL PENTRU MODUL ÎN CARE NE DESFĂȘURĂM ACTIVITATEA, IAR ACEASTĂ ABORDARE ESTE TRANSMISĂ LA NIVELUL TUTUROR PARTENERILOR CU CARE AVEM RELAȚII DE BUSINESS. ASTFEL, NE-AM PROPUȘ CA PÂNĂ ÎN 2025, 100% DIN INGREDIENTELE DE BAZĂ FOLOSITE PENTRU PRODUSELE NOASTRE, SĂ FIE CERTIFICATE ÎN CONFORMITATE CU PRINCIPIILE AGRICULTURII SUSTENABILE.

Pe măsură ce lucrăm la nivelul întregului Sistem Coca-Cola pentru a răspunde nevoilor clienților și consumatorilor, suntem conștienți că pentru a ne bucura în continuare de încrederea acestora este esențial ca băuturile noastre să fie produse din ingrediente ce provin dintr-un lanț de aprovizionare sigur și sustenabil.

O pondere importantă a materiilor prime pe care le folosim în procesul de producție sunt rezultate din agricultură. Ca parte a Sistemului Coca-Cola în România, respectăm și cerem la rândul nostru partenerilor care ne furnizează materii prime provenite din agricultură, să respecte o serie de principii de sustenabilitate existente la nivel de grup (Principiile Agriculturii Sustenabile – Sustainable Agricultural Practices). Definit în 2014 de către The Coca-Cola Company, setul de 15 principii prezintă așteptările pe care le avem de la furnizorii

noștri de ingrediente, pentru a adresa provocările specifice sectorului agricol. Acestea fac referire la: dreptul la asociere și negociere colectivă, interzicerea muncii minorilor, a muncii forțate și a abuzurilor asupra forței de muncă, combaterea discriminării, programul de muncă și salariile în conformitate cu reglementările legale și beneficii acordate angajaților, loc de muncă sigur și sănătos, respectarea drepturilor comunităților de a avea acces la resurse naturale, managementul eficient al apei, managementul eficient al energiei și acțiuni pentru combaterea schimbărilor climatice, conservarea habitatelor și ecosistemelor naturale, managementul solului, protecția recoltelor, reducerea pierderilor în urma recoltării, adaptarea recoltelor la condițiile locale, sisteme de management, monitorizare și transparență și integritatea practicilor de business.



Etică și responsabilitate pe întreg lanțul valoric

NE DESFĂȘURĂM ACTIVITATEA FIIND GUVERNAȚI DE PRINCIPII ETICE, DE ACEEA NE ASUMĂM RESPONSABILITATEA DE A NE ASIGURA CĂ OPERAȚIUNILE NOASTRE COMERCIALE NU CONTRIBUIE ÎN MOD DIRECT SAU INDIRECT LA ABUZURILE ȘI NERESPECTAREA DREPTURILOR OMULUI.

Facem acest lucru cunoscut și în relațiile de afaceri pe care le dezvoltăm, drept urmare ne alegem cu grijă furnizorii și ne asigurăm că și aceștia operează bazându-se pe aceleași valori și comportamente care stau la baza culturii noastre organizaționale, urmând principiul eticii în afaceri.

În acest sens, la începerea unor relații contractuale noi, fie că vorbim despre contractori, furnizori de produse sau prestatori de servicii, aceștia sunt informați și primesc pentru semnare **Normele pentru furnizori și Codul de practică al contractorului**. Organizațiile care prestează servicii în una dintre locațiile Coca-Cola HBC au obligația de a-și informa angajații asupra prevederilor **Convenției în domeniul securității și sănătății în muncă**.

Ca parte a efortului nostru continuu de a dezvolta și consolida relațiile cu furnizorii, am adoptat o serie de norme care să ne ajute în procesul de selectare și colaborare.

ESTE NECESAR CA FURNIZORII NOȘTRI:

- ★ să creeze un mediu de lucru corect, susținând principiul nediscriminării de orice fel
- ★ să respecte politicile și practicile sănătății și siguranței ocupaționale
- ★ să nu angajeze persoane minore și să nu folosească munca forțată sau constrânsă
- ★ să-și recompenseze angajații corect și competitiv
- ★ să își desfășoare activitatea în așa fel încât să protejeze și să păstreze mediul înconjurător
- ★ să respecte toate legile anti-corupție și anti-mită aplicabile privind darea de mită
- ★ să protejeze informațiile
- ★ să respecte dreptul la reprezentare a angajaților de către terțe părți
- ★ să raporteze orice eventuale abateri



În plus față de normele interne ale Coca-Cola HBC, pentru a ne asigura că lucrăm cu furnizori care își desfășoară activitatea într-un mod sustenabil și respectă principii de sustenabilitate solide și, totodată, pentru a ne întări angajamentul pentru responsabilitate, am lansat în 2017 o nouă inițiativă de monitorizare a performanței sociale și de mediu de-a lungul lanțului de aprovizionare. Astfel, am adăugat la strategia noastră Platforma EcoVadis, o platformă de colaborare care ne permite să monitorizăm performanța furnizorilor în domeniul responsabilității sociale.

Furnizorii noștri strategici sunt invitați să se înscrie în platformă și să parcurgă procesul de raportare, ce acoperă 21 de indicatori împărțiți în 4 categorii: Mediu, Forța de muncă și Drepturile Omului, Etică și Aprovizionare sustenabilă. Metodologia de evaluare este construită pe baza unor standarde internaționale, precum standardele Global Reporting Initiative, United Nations Global Compact și ISO 26000. În urma evaluării, furnizorii sunt clasificați în 5 categorii de riscuri, relevante pentru nivelul de performanță în ceea ce privește responsabilitatea socială corporativă:

Cate-gorie	Scor obținut	Performanță de CSR	Rezultat
1	0-24	Nu există	Risc ridicat
2	25-44	Parțială	Risc mediu
3	45-64	Confirmată	Implicat
4	65-84	Avansată	Oportunitate medie
5	85-100	Excepțională	Oportunitate ridicată

În 2018, 12 furnizori strategici ai Coca-Cola HBC România au acceptat invitația noastră de a se înscrie în platforma EcoVadis. Dintre aceștia, în urma evaluării, 6 au obținut un scor sub 40 de puncte (Non-Compliant). Ei au fost informați cu privire la așteptările pe care compania le are de la ei și li s-au comunicat ariile de îmbunătățit. După 12 luni, aceștia vor trece printr-un nou proces de evaluare, pentru a monitoriza progresul și măsurile implementate pentru conformarea cu cerințele noastre.

Participarea în program este opțională, dar partenerii noștri sunt informați că evaluarea prin prisma unor indicatori de responsabilitate socială reprezintă un aspect de care ținem cont în procesul de selectare a furnizorilor.

Furnizorii care obțin un scor peste 45 prezintă riscuri minore.



Contractare

CALITATEA ȘI SIGURANȚA ALIMENTARĂ RĂMÂN
PRIORITARE PENTRU AFACEREA NOASTRĂ.

de aceea solicităm furnizorilor de nivel 1 să obțină certificarea conform standardelor relevante pentru fiecare categorie de achiziții, cum ar fi:

The diagram consists of four red rectangular boxes arranged in a 2x2 grid. Each box contains a white bookmark icon, a standard name, and a theme. Below the boxes is a decorative pattern of white dots on a black background.

- ISO 9001**
■ calitate
- OHSAS 18001**
■ sănătate și siguranță
- ISO 14001**
■ mediu
- FSSC 22000**
■ siguranță alimentară
■ programul Inițiativa Globală pentru Siguranța Alimentară - Global Food Safety Initiative

Selectarea furnizorilor noștri pentru echipamente și linii de îmbuteliere se face pe baza unor criterii complexe, care cuprind, pe lângă aspectele comerciale, și consumurile de resurse ce decurg în faza operațională.

Ne referim în special la consumul de apă, energie electrică, energie termică, alte consumabile, chimicale etc.

Toate aceste criterii sunt utilizate pentru a calcula TCO-ul proiectului (total cost of ownership) pe o durată de 5 ani.

De asemenea, în etapa preliminară semnării contractului, furnizorii primesc și completează un chestionar de auto-evaluare: **(Formularul ESG – utilizat în prezent la nivel de Grup pentru Group Critical Suppliers)** ce conține întrebări privind aspecte sociale, de mediu și de guvernanță. Departamentul de Achiziții și Departamentul beneficiar iau decizia finală pe baza scorului rezultat în urma evaluării. În timpul procesului de ofertare, departamentul de Achiziții recomandă și încurajează toți participanții la licitație să se înscrie într-una din platformele EcoVadis sau Sedex și să parcurgă procesul de evaluare.

Comunitățile noastre

Ce lăsăm După Noi

La Coca-Cola HBC, ne dorim să fim un partener de încredere pentru comunitatea din care facem parte, de aceea comunicăm cu stakeholderii noștri și încercăm să rămânem conectați în permanență la nevoile lor.

PE LÂNGĂ INVESTIȚIILE PE CARE LE FACEM ÎN COMUNITATE ȘI SPRIJINUL PE CARE ÎL ACORDĂM PARTENERILOR NOȘTRI PENTRU IMPLEMENTAREA PROIECTELOR, NE SUSȚINEM ANGAJAȚII SĂ SE IMPLICE CA VOLUNTARI ÎN PROIECTELE PE CARE LE SPRIJINIM.



Voluntari din rândul angajaților

	2016	2017	2018
Nr. angajați (în timpul orelor de lucru)	Nemonitorizat	90	115
Total ore (în timpul orelor de lucru)	Nemonitorizat	520	783
Nr. angajați (în timpul liber)	20	95	0
Nr. ore (în timpul liber)	180	540	0

Politica noastră de investiții comunitare prevede că organizația nu acordă sponsorizări sau donații individuale. Există însă numeroase parteneriate pe care le dezvoltăm cu zona non-guvernamentală, care servesc nevoile comunității și răspund solicitărilor de sprijin venite din partea persoanelor fizice.

Investițiile și parteneriatele pe care le dezvoltăm cu organizațiile non-profit se axează pe trei direcții strategice, stabilite în funcție de prioritățile și impactul pe care activitatea noastră îl are în comunitate. Astfel, susținem proiecte și inițiative din următoarele domenii:

- ★ PROTEJAREA APEI ȘI A MEDIULUI ÎNCONJURĂTOR
- ★ SUSȚINEREA TINERILOR
- ★ DEZVOLTAREA COMUNITĂȚII

În 2018, valoarea totală a investițiilor comunitare a fost de 405.000 euro, cu 110.000 euro investiți în protecția mediului și a apei, 195.000 alocați proiectelor pentru dezvoltarea tinerilor și 100.000 euro investiți în proiecte ce au sprijinit bunăstarea comunităților.

1 Euro = 4,6535 lei

PARTENERII ALĂTURI DE CARE AM IMPLEMENTAT PROIECTE ÎN 2018 AU FOST:

- ★ Asociația Tășuleasa Social
- ★ Asociația Viitor Plus
- ★ Asociația Școala de Valori
- ★ Asociația The Social Incubator
- ★ Asociația Salvați Copiii

„După Noi” reprezintă platforma care reunește sub aceeași umbrelă toate proiectele de investiții în comunitate derulate de Coca-Cola HBC România. Lansată în 2016, platforma își dorește să transmită un mesaj care să ajungă la cât mai mulți oameni, ajutându-i pe aceștia să conștientizeze că este foarte important ce lăsam moștenire generațiilor viitoare. Parte din misiunea „După Noi” sunt protejarea mediului, conservarea frumuseților naturale din România, dar și grija pentru comunitățile în care activăm.

Pentru a avea un impact pozitiv mare și pentru a ajunge la cât mai multe persoane din comunitățile noastre, ne-am asumat la nivel de Grup, ca până în 2025, prin programul YOUth Empowered să contribuim la pregătirea a un milion de tineri. Totodată, pentru a dezvolta capacitatea partenerilor comunitari cu care colaborăm, ne dorim ca angajații organizațiilor non-guvernamentale cu care colaborăm să se alăture programelor interne de dezvoltare a managerilor, în proporție de cel puțin 10% din totalul participanților.

Programe de angajare

Ziua Voluntarilor Mici

Lansat în 2015 în parteneriat cu Tășuleasa Social, Ziua Bună! Ziua Voluntarilor Mici este un proiect care își propune să ajute comunitățile să înțeleagă importanța protecției mediului, încă de la o vârstă timpurie. Proiectul se desfășoară anual.

Ediția din 2018 a fost dedicată responsabilizării tinerilor prin încurajarea colectării selective. Astfel, obiectivele proiectului au fost:

- ★ să informeze comunitățile cu privire la impactul negativ pe care îl au deșeurile de plastic atunci când nu sunt reciclate;
- ★ să promoveze activitățile voluntare în zonele rurale prin încurajarea participării elevilor, dar și a profesorilor, părinților și autorităților locale;
- ★ să inspire elevii participanți să devină mai responsabili în relația cu mediul și să își influențeze și familiile.

Rezultate:

- ★ Caravana de informare a ajuns în 131 școli, din 5 județe, dublu față de obiectivul stabilit, iar numărul de școli participante la proiect a ajuns la 174;
- ★ 23.000 de elevi și profesori au colectat peste 50 de tone de deșeurile de plastic din gospodăriile și școlile lor, în peste 30.000 de saci;
- ★ 30 de camioane au călătorit peste 4.000 de km pentru a prelua sacii plini de deșeurile plastice, care au fost mai apoi transportați la centrul de reciclare;
- ★ 150 de voluntari de la Tășuleasa Social, împreună cu autorități, parteneri și influenceri au participat la strângerea sacilor și descărcarea lor din camioane;
- ★ cu 23.000 de participanți direcți la proiect, estimăm că impactul proiectului a fost îndeajuns de puternic încât să ajungă la aproape 50% din cele 810.500 de gospodării din cele 5 județe implicate.

Pentru a încuraja copiii să colecteze deșeurile de plastic, caravana de informare a vizitat 174 de școli în 5 județe, unde 6 echipe de voluntari de la Tășuleasa Social le-au povestit elevilor despre importanța colectării selective a plasticului. Împreună cu invitația de a colecta deșeurile plastice, elevii au primit saci în care să strângă plasticul și au fost îndrumați cu privire la metodele corecte de colectare a acestuia.

Toți copiii implicați în proiect au separat propriile deșeurile de acasă, pe durata vacanței de Paște.

După 10 zile, plasticul adunat de elevii din fiecare județ a fost strâns în dimineața zilei de 14 aprilie în curțile școlilor. 30 de camioane au avut rute prestabilite, astfel încât să treacă pe la fiecare școală unde, cu ajutorul voluntarilor și al elevilor, sacii au fost urcați în camioane. Printr-un efort colectiv la care au participat toți partenerii noștri și voluntarii, cele 30 de camioane au fost descărcate în doar câteva ore. În aceeași după-amiază a avut loc evenimentul de încheiere a proiectului la care au participat reprezentanți ai tuturor celor implicați în proiect – angajații Coca-Cola HBC România, voluntarii Tășuleasa Social, parteneri, autorități și profesori, dar și prieteni ai ONG-ului, jurnaliști și vloggeri.



La TINERi Este PUTEREA

Plecând de la statisticile care spun că în România mai mult de 400.000 de persoane nu sunt angajate, nu urmează cursuri de formare sau vreo formă de educație formală, am lansat în 2017 în parteneriat cu Asociația The Social Incubator proiectul La TINERi Este PUTEREA.

Proiectul face parte din programul educațional YOUth Empowered, lansat în același an la nivel de Grup, în toate cele 28 de țări în care compania este prezentă, având ca grup țintă una din cele mai neglijate categorii sociale – tinerii NEET (Not Employed, in Education or Training), cu vârste cuprinse între 18 și 30 de ani.

Tinerii NEET se află într-un real impas – nu pot accesa job-uri fără pregătirea sau educația necesară și mulți dintre ei nu au alte alternative. În mare proporție provenind din medii dezavantajate, acești tineri întâmpină dificultăți reale în accesarea unui loc de muncă, lucru care nu se datorează lipsei de motivație, ci pentru că nu pot profita de

oportunitățile pe care tinerii de vârsta lor, care au acces la educație, le valorifică. Totodată, în România, 2 din 10 absolvenți de liceu nu se înscriu la examenul de bacalaureat, iar 3 din 10 absolvenți nu promovează examenul. La nivel local, procentul tinerilor între 20 și 24 de ani din categoria NEET este de 21,6%, în comparație cu media europeană de 15,5%.

Astfel, proiectul își propune să creeze o punte pentru acești tineri, pentru a le facilita accesul pe piața muncii. În 2018, 2.631 de tineri din 19 județe au fost implicați în program, participând la workshopurile organizate sau înscriindu-se pe platforma de e-learning DigiHub.

Programul va continua, pentru al treilea an consecutiv, și în 2019. Obiectivul nostru este să ajungem la 4.150 de tineri, prin workshopurile live și prin platforma online a programului, din cel puțin 20 de județe din România.



După Noi, strângem tot noi

Proiectul „După noi, strângem tot noi”, dezvoltat ca parte a platformei „După noi”, este un proiect local creat de Coca-Cola HBC în România, cu scopul de a informa și educa publicul din România cu privire la colectarea selectivă a deșeurilor în scopul reciclării.

Ideea acestui proiect a plecat de la statistici îngrijorătoare pentru România care arată o problemă de sistem. Rata de colectare și reciclare plasează România pe penultimul loc din Uniunea Europeană, conform unui raport al Comisiei Europene. Nu în ultimul rând, conform analizei realizate de C.E., românii nu reușesc să recicleze pentru că nu li se pune la dispoziție o infrastructură care să le permită acest lucru, ceea ce îi descurajează și le produce o atitudine nefavorabilă față de procesul de reciclare. Coca-Cola HBC a văzut această statistică drept un context pentru a genera implicare și schimbare, motiv pentru care a creat proiectul „După noi, strângem tot noi”, o inițiativă care și-a propus să informeze cât mai multe persoane despre importanța pentru mediu a colectării selective și să ofere informațiile necesare pentru a face o colectare separată corectă.

Ca punct de plecare, proiectul a transmis mesaje despre importanța colectării selective către un public tânăr și educat, pe care l-a identificat la cele mai mari festivaluri de muzică din țară: este vorba despre un public cu potențial pentru subiecte de responsabilitate socială, întrucât el este format din părinții și educatorii de mâine, cei care vor putea genera schimbări semnificative în comunitate. Ei sunt, de asemenea, categoria cea mai afiliată tehnologic și cea care este cea mai conștientă din punct de vedere social de amprenta pe care o lasă în urmă.

Impactul proiectului a însemnat aproximativ 615.000 de oameni care au interacționat cu mesajele campaniei și cu soluțiile de colectare separată din proiect, în cadrul festivalurilor de muzică Untold și Neversea, dar și a altor evenimente cu participare mai mică. De asemenea, campania de comunicare implementată pe o varietate largă de canale, astfel încât informația să fie cât mai ușor accesibilă, a avut un reach de peste 7 milioane de persoane.

Conștientizarea impactului pe care fiecare dintre noi îl are asupra mediului înconjurător, precum și asupra oamenilor de lângă noi, a fost principalul câștig al acestui proiect în 2018. Programul urmează să fie dezvoltat și amplificat în 2019, fiind completat cu mai multe componente și valențe care să asigure atingerea țintelor.



Fundația Coca-Cola

LA NIVEL LOCAL, PROIECTELE DE INVESTIȚII COMUNITARE ALE COCA-COLA ROMÂNIA SE DESFĂȘOARĂ PRIN INTERMEDIUL FUNDAȚIEI COCA-COLA.



Înființată în 1984 din dorința de a investi în comunitățile locale care sunt gazdă a activităților noastre, fundația sprijină proiecte care se încadrează în trei direcții strategice majore:

- ★ **Susținerea femeilor în cariera profesională și antreprenariat**
- ★ **Protecția mediului înconjurător – acces la apă curată, conservarea resurselor de apă, reciclarea deșeurilor de ambalaje**
- ★ **Dezvoltarea comunităților – educație, dezvoltarea tinerilor și alte inițiative civice și comunitare**

Angajamentul nostru pentru bunăstarea comunităților este asumat la nivelul întregului Sistem Coca-Cola. În cazul unor dezastre naturale, Fundația Coca-Cola și partenerii noștri vin în ajutorul comunităților afectate, pentru a oferi asistență de urgență.

La nivel local, valoarea totală a investițiilor comunitare a depășit
1.943.000 lei.

Sau 493.000 USD, la cursul mediu de 1 USD = 3,9416 lei

Proiectele locale pe care le-am sprijinit au fost:

FUTURE MAKERS

FUTURE MAKERS ESTE UN PROGRAM EDUCAȚIONAL DE ANTREPRENORIAT DEZVOLTAT DE GLOBAL SHAPERS COMMUNITY BUCHAREST HUB, CU FINANȚARE DIN PARTEA FUNDAȚIEI COCA-COLA.

Programul se adresează tinerilor cu vârste cuprinse între 20 și 29 de ani, care vor să dobândească cunoștințele necesare începerii unei afaceri. Aceștia sunt sprijiniți să își dezvolte gândirea antreprenorială oferindu-li-se acces la informații, cunoștințe și o comunitate de suport, astfel încât antreprenoriatul să devină o opțiune de carieră. Totodată, programul își dorește să creeze un spațiu de conversație despre cum vor evolua diferite industrii și ce tipuri de soluții trebuie să construim azi, pentru un viitor sustenabil.



Demarat în prima parte a anului 2018, Future Makers a fost gândit încă de la început sub forma unui program de susținere pentru tinerii întreprinzători, interesați de startul unei afaceri, având două componente importante:

- ★ sesiuni de workshopuri și mentorat în mai multe județe ale țării
- ★ și o competiție de idei de business, cu o etapă de „incubare” de 3 luni de-a lungul căreia echipele selectate au avut ocazia să-și aprofundeze cunoștințele și să-și perfecționeze afacerile având la dispoziție sfaturi din partea mentorilor și a specialiștilor.

Peste 1.600 de tineri au participat la workshopurile organizate în 17 județe ale țării. Competiția s-a bucurat la rândul ei de mare interes în rândul tinerilor antreprenori, în prima etapă fiind înscrise peste 160 de proiecte cu idei din diferite domenii, de la educație și agricultură până la transport urban, servicii și tehnologii care ne ajută în viața de zi cu zi. 50 de proiecte au mers mai departe în programul de incubare de trei luni.

În ultima fază a competiției, echipele finaliste și-au susținut proiectele în fața juriului de specialitate, dintre acestea fiind selectați cei 6 finaliști, recompensați fiecare cu 2.500 de euro și acces la o rețea globală de resurse care să le vină în ajutor în dezvoltarea afacerilor propuse.

CELE 6 PROIECTE AU FOST:

Glasskoo

o soluție digitală business-to-business care oferă clienților opțiunea de a proba ochelari online prin realitatea augmentată.

Future Agro

grădini fără pământ (acvaponice, hidroponice, aeroponice), o inițiativă ce oferă astfel posibilitatea oricui să dețină propria mini-fermă.

I'm Fine

o aplicație mobilă ce are ca scopuri stabilizarea, înțelegerea, monitorizarea și îndreptarea către ajutor profesionist a oamenilor depresivi.

Veltra – Craft Bicycle

o bicicletă construită din bambus laminat, cu un design minimalist, greutate redusă, materiale sustenabile, având un grad de confort ridicat datorită proprietăților unice ale bambusului.

Re-cycled

o mașină de injecție mase plastice ce are rolul de a încuraja populația să recicleze plasticul. Aceasta este un înlocuitor al utilajelor folosite în industria de mase plastice, având un preț mult mai mic, dimensiuni și greutate reduse.

Aventurile Tzitzzi-Poc

o poveste complexă pusă în scenă sub formă de teatru-serial, într-un cadru adaptat, care integrează și tehnologia.

Proiectul

„Aventurile lui Tzitzzi-Poc”

a fost declarat marele câștigător al competiției, plecând acasă cu trofeul **Future Makers** și un premiu în valoare totală de 5.000 de euro, în timp ce Auttie, o aplicație mobilă, ce facilitează învățarea și comunicarea copiilor cu autism, a câștigat premiul de popularitate, primind cele mai multe voturi din partea publicului, respectiv 3.995 din 18.400 de voturi înregistrate în total.

ÎMPREUNĂ PENTRU DUNĂRE

ZONELE UMEDE REPREZINTĂ PUNCTE DE BIODIVERSITATE EXTREM DE IMPORTANTE CE OFERĂ O MULTITUDINE DE BENEFICII ȘI SERVICII, INCLUSIV PROTECȚIE ÎMPOTRIVA INUNDAȚIILOR, FURNIZEAZĂ APĂ POTABILĂ, ELIMINĂ NUTRIENȚII ȘI FURNIZEAZĂ LEMN ȘI FIBRE, BIOMASĂ, ALIMENTE, PEȘTE ȘI ÎN ACELAȘI TIMP SPAȚII PENTRU RECREERE ȘI TURISM. CU TOATE ACESTE, ÎN ULTIMII 150 DE ANI, 80% DIN ZONELE UMEDE ȘI INUNDABILE ALE DUNĂRII AU DISPĂRUT.

Implementat de WWF, proiectul „Împreună pentru Dunăre” are ca obiectiv refacerea și conservarea unor zone umede și lunci inundabile din lungul Dunării și al afluenților săi. Programul este susținut de Fundația Coca-Cola printr-o investiție de 4,4 milioane de dolari și se desfășoară în șase țări din Europa, printre care și în România.

În România, lucrările de reconstrucție ecologică se vor desfășura în lungul Dunării, între localitățile Gârla Mare și Vrata, din județul Mehedinți. Acest lucru va contribui la stocarea a peste 5 milioane de m³ de apă în timpul viiturilor de pe Dunăre, la menținerea biodiversității, dar mai ales la refacerea habitatelor necesare peștilor pentru depunerea icrelor.

Pe lângă beneficiile ecologice, proiectul va contribui la refacerea conectivității fluviului cu lunca sa inundabilă, la reducerea impactului inundațiilor asupra comunităților riverane Dunării și la alimentarea locală a pânzei freatice, cu efecte benefice pentru activitățile agricole.

Proiectul se desfășoară în perioada 2014-2020 și face parte din angajamentul Sistemului Coca-Cola ca până în 2020 să readucă în circuit și să redea comunităților o cantitate de apă egală cu cea folosită în băuturile sale.



#5
Mai bine
pentru mediul
înconjurător

Grija pentru mediul înconjurător este un angajament puternic înrădăcinat în ADN-ul Sistemului Coca-Cola. Căutăm în permanență să acționăm sustenabil în fiecare activitate pe care o desfășurăm și ne asumăm responsabilitatea pentru impactul pe care îl avem. Ne confruntăm cu numeroase provocări la nivel global, provocări pe care le abordăm prin obiective ambițioase de reducere a impactului și prin investiții constante în cercetare și inovare.

O LUME FĂRĂ DEȘEURI

Avem o responsabilitate față de consumatori și comunitățile din care facem parte. Plecând de la faptul că ambalajele sunt o parte importantă a vieții moderne a consumatorilor și că sunt necesare eforturi suplimentare pentru reducerea deșeurilor la nivel global, în 2018, Compania Coca-Cola și-a redefinit în mod fundamental abordarea în domeniul ambalajelor. Am lansat strategia „O lume fără deșeuri”, prin care ne propunem să schimbăm modul în care dezvoltăm, livrăm, colectăm și reciclăm ambalajele pe care le punem pe piață și care setează obiectivele noastre în această direcție. Ne propunem astfel:

- ✓ ca până în 2025, 100% din ambalajele noastre să fie reciclabile și până în 2030, să utilizăm cel puțin 50% materiale reciclate pentru producția ambalajelor,
- ✓ ca până în 2030, să ajutăm la colectarea și reciclarea echivalentului a 100% din ambalajele pe care le punem pe piață,
- ✓ să lucrăm alături de partenerii și stakeholderii noștri pentru a contribui la un mediu sănătos, fără deșeuri.



De asemenea, acționăm global alături de partenerii noștri îmbuteliatori pentru a contribui la conservarea resurselor de apă și diminuarea emisiilor de gaze cu efect de seră. Suntem conștienți că responsabilitatea noastră se reflectă de-a lungul întregului lanț valoric și pe întregul ciclu de viață al produsului.

Protecția mediului, prioritate a Coca-Cola HBC România

Protecția mediului înconjurător reprezintă un aspect fundamental pentru strategia de sustenabilitate a companiei.



Toate activitățile desfășurate de Coca-Cola HBC, atât la nivel de grup cât și la nivel local, se axează pe respectarea cu strictețe a legislației în vigoare și pe adoptarea celor mai înalte standarde existente la nivelul sectorului nostru de activitate. De asemenea, pe plan local aplicăm și integrăm în activitatea de zi cu zi prevederile Politicii de Mediu existente la nivel de grup. Căutăm în permanență să ne îmbunătățim performanța privind protecția mediului și să reducem impactul pe care îl avem prin operațiunile desfășurate, atât în România cât și global.

Toate măsurile și inițiativele derulate de companie pentru protecția mediului la nivel local fac parte din strategia de sustenabilitate a Coca-Cola HBC și contribuie la atingerea obiectivelor și ȋntelor pe care ni le-am asumat în această direcție.

Pentru a diminua impactul pe care activitățile noastre îl au asupra mediului înconjurător, eforturile noastre se concentrează pe:

MĂSURI PENTRU REDUCEREA CONSUMULUI DE APĂ, DE ENERGIE ȘI A DEȘEURILOR PRODUSE

- ★ Retehnologizarea sistemelor de uscare de la instalațiile Husky de producere a preformelor
- ★ Automatizare și retehnologizare a sistemelor de compresoare HP
- ★ Optimizarea proceselor de spălare/dezinfecție a instalațiilor (CIP – cleaning in place)
- ★ Recuperarea apei din procesele de curățare/dezinfectare (CIP)
- ★ Sisteme de monitorizare și control detaliat al consumurilor energetice
- ★ Sisteme de optimizare a proceselor de curățare/igienizare (CIP) de tip CIPTEC, care permit reducerea/optimizarea procesului la strictul necesar în funcție de parametri măsurați în timp real
- ★ Inițierea sistemului de curățare/igienizare utilizând un sistem electro-chimic (ECA-CIP) cu optimizarea/reducerea cantităților de apă necesare, a temperaturilor folosite și a produselor chimice utilizate
- ★ Înlocuirea sistemelor MDS de spălare a recipientilor cu sisteme noi, mai performante
- ★ Linie nouă de îmbuteliere PET la Poiana Negri, cu eficiență îmbunătățită în utilizarea apei și energiei (proiect inițiat în 2018, testat și finalizat în 2019)

REDUCEREA EMISIILOR DE GAZE CU EFECT DE SERĂ (GES)

- ★ Pe lângă proiectele care reduc consumurile de energie și de apă, care se reflectă și în amprenta totală de carbon, achizițioarea din rețeaua electrică de energie exclusiv din surse regenerabile, ca și sistemele de cogenerare utilizate la fabricile noastre din Ploiești și Timișoara contribuie la utilizarea predominantă de energie din surse regenerabile sau curate.

OPTIMIZAREA AMBALAJELOR, CREȘTEREA GRADULUI DE RECUPERARE ȘI RECICLARE ȘI REDUCEREA CANTITĂȚII DE DEȘEURI DEPOZITATE ÎN GROPILE DE GUNOI

- ★ Programele „lightweighting” de reducere progresivă a greutateii ambalajelor sunt programe multianuale la nivel de grup care impun testare și implementare graduală de proiecte menite să introducă recipiente cu greutate redusă.
- ★ Gestionarea deșeurilor din fabricile noastre asigură reciclarea a peste 94% din cantitățile totale produse în fabrici. Deșeurile care ajung în prezent la depozitul de deșeuri sunt doar cele de tip menajer, provenite predominant de la cantine, și nămolurile din stațiile de epurare. În viitor se va urmări ca și aceste fracții de deșeuri să fie valorificate energetic prin incinerare cu recuperarea energiei, astfel încât cantitatea de deșeuri care ajunge la depozitare să fie diminuată/eliminată.

APROVIZIONAREA DIN SURSE SUSTENABILE

- ★ Furnizorii noștri sunt evaluați prin prisma practicilor de sustenabilitate ale propriilor activități. Scopul este acela de a reduce amprenta globală de carbon și de a asigura parteneriate solide bazate pe principii etice și corecte. Astfel, furnizorii noștri sunt îndrumați să respecte Ghidul de bune Practici de Sustenabilitate în Agricultură (Sustainable Agricultural Guiding Principles).

Totodată, contribuim în mod direct la îndeplinirea angajamentelor pe care ni le-am luat la nivel de grup. Astfel, până în 2025, grupul Coca-Cola HBC și-a asumat 17 obiective ambițioase, 11 dintre ele fiind concentrate pe aspecte ce țin de protecția mediului și combaterea schimbărilor climatice. Obiectivele adresează 6 zone cheie ale strategiei noastre de sustenabilitate: reducerea emisiilor, consumul și gestionarea eficientă a resurselor de apă, O Lume fără Deșeuri (World Without Waste), aprovizionare, nutriție și comunitățile și oamenii noștri.

Atingerea acestor obiective este susținută prin:

- ★ aplicarea unor metodologii de evaluare continuă a impactului/riscurilor și aspectelor/oportunităților privind protecția mediului, pentru a ne îmbunătăți în continuu performanța de mediu,
- ★ implementarea unor sisteme interne de management și certificarea acestora în conformitate cu standardul ISO 14001,
- ★ încurajarea inovării prin instruirea angajaților pe aspecte privind protecția mediului și prin mecanisme ce permit transmiterea și accesul facil la informații,
- ★ comunicarea transparentă a progresului înregistrat în direcția obiectivelor pe care ni le asumăm, atât pe plan intern cât și pe plan extern,
- ★ comunicarea permanentă cu stakeholderii noștri și partenerii de afaceri, pentru a dezvolta soluții sustenabile și pentru a ne reduce amprenta de mediu,
- ★ identificarea și implementarea unor măsuri de utilizare eficientă a resurselor,
- ★ prevenirea poluării și reducerea emisiilor prin reducerea consumului de energie și a lichidelor de răcire, prin măsuri de conservare a resurselor de apă, tratarea eficientă a apelor uzate și adoptarea unor standarde internaționale ce reglementează un management eficient al apei.

La nivel local, departamentul de Sustenabilitate monitorizează permanent performanțele cu privire la indicatorii cheie de mediu. Responsabilitatea privind atingerea Țintelor aferente este transmisă pe linie ierarhică de la Directorul General, Directorii fabricilor de îmbuteliere și către tot personalul relevant care asigură funcționarea și întreținerea echipamentelor tehnologice. Performanțele privind consumurile de apă și energie se raportează lunar de către fabrici și se înscriu în raportul către management. În cazul în care apar deviații față de consumurile planificate, fabricile fac o analiză internă pentru a evidenția cauzele și se stabilesc măsurile necesare pentru corectarea eventualelor deficiențe. Aceste informații sunt, de asemenea, introduse în sistemul informatic de raportare la nivel de grup. În procesele de evaluare periodică a angajaților, pentru personalul relevant sunt incluse și criterii legate de indicatorii de performanță de mediu. În vederea atingerii Țintelor multi-aniuale, în fiecare an se stabilesc obiective locale, îmbunătățite progresiv, de către responsabilii și directorii de fabrici, obiective care se discută, se consolidează și se agreează la nivel național și ulterior se confirmă la nivelul grupului Coca-Cola HBC.

Ambalaje și deșeuri

POLITICA NOASTRĂ PRIVIND GESTIONAREA DEȘEURILOR REZULTATE DIN OPERAȚIUNI PRESUPUNE UN PROCES DE ÎMBUNĂTĂȚIRE CONTINUĂ. NE MĂSURĂM ȘI EVALUĂM CONSTANT SISTEMELE DE GESTIONARE A DEȘEURILOR DE AMBALAJE, DAR ȘI A DEȘEURILOR REZULTATE ÎN URMA PROCESELOR TEHNOLOGICE CARE AU LOC ÎN FABRICILE NOASTRE.



Progresul în direcția obiectivelor

Obiective stabilite în 2017 la nivelul Grupului Coca-Cola HBC pentru 2020

Progres în România

Recuperarea pentru reciclare a unei cantități medii de 40% din totalul de ambalaje pe care îl introducem pe piață

În anul 2018 s-au recuperat 60,4% din ambalajele puse pe piață, prin intermediul Organizațiilor de Transfer de Responsabilitate (OTR-uri).

20% din cantitatea totală de PET pe care o utilizăm să provină din PET reciclat și/sau PET din materiale regenerabile

În anul 2018 s-a continuat utilizarea de ambalaje cu un conținut de 30% de PET produs din surse regenerabile (Plant Bottle) pentru toată apa Dorna îmbuteliată la fabrica Poiana Negrii. Între timp s-au început demersurile pentru selectarea de furnizori și testarea utilizării de PET reciclat.

Lucrăm în permanență pentru a atinge obiectivele setate în această direcție, prin:

- ★ Îmbunătățirea sistemelor de colectare a ambalajelor rămase după consumarea produselor noastre
- ★ Programe și campanii de sensibilizare adresate consumatorilor, pentru a crește gradul de conștientizare a importanței colectării selective a deșeurilor
- ★ Parteneriate cu mediul politic și alți actori economici pentru a crea un cadru juridic care să susțină simultan progresul economic, reciclarea, diminuarea depozitelor de deșeuri și reducerea emisiilor poluante
- ★ Promovarea dezvoltării și extinderii campaniilor de colectare a deșeurilor, la evenimente publice, pentru a evita depozitarea necorespunzătoare a deșeurilor
- ★ Investiții în instalații de reciclare Bottle-to-Bottle și sisteme de colectare a PET-urilor rămase după consum, sustenabile și eficiente din punctul de vedere al costurilor
- ★ Includerea în strategia de business anuală a unor strategii de ambalare și recuperare a ambalajelor, care să mențină aceste aspecte ca parte integrantă a activității companiei
- ★ Stabilirea unor obiective anuale de siguranță și calitate măsurabile, care să creeze cadrul pentru implementarea unor măsuri de îmbunătățire continuă
- ★ Sprijinirea ideii că politicile publice și intervenția autorităților de reglementare trebuie să încurajeze dezvoltarea și implementarea unor soluții tehnologice adecvate și să permită corectarea/modificarea mecanismelor de piață

Materiale

Fiind unul dintre cei mai mari actori ai industriei alimentare și a băuturilor din România, suntem conștienți de impactul pe care îl avem de-a lungul întregului lanț de producție al materiilor prime pe care le utilizăm în operațiuni, de aceea achiziția de materii prime din surse sigure și sustenabile, rămâne o prioritate pentru activitatea noastră.

MATERIALE FOLOSITE ÎN OPERAȚIUNI 2018 (t)

Sticlă	10.598,49
PET	26.696,60
Aluminiu	3.220,04
Oțel - capace	165,14
Capace din PP sau PE	4.817,48
Etichete de plastic	760,05
Folie PE	3.585,32
Carton	4.004,87

Ingrediente 2018 (t)

Siropuri	6.972,57
Concentrate de fructe	14.496,35
Zahăr	60.901,79
Alți îndulcitori	22.856,84

*Materiale reciclate utilizate în operațiuni	2018 Total Kg	% din totalul materiale utilizate
Sticlă	4.080.418,65	39%
Aluminiu	1.094.813,60	34%
Oțel	79.267,20	48%

*Valorile de mai sus nu sunt unice și exacte. Ele au fost calculate estimativ, ca medii aritmetice între procente minime și cele maxime de material reciclat, conform datelor primite de la furnizori.

Cantitățile medii de material reciclat se referă la cantitatea totală de astfel de materiale folosite predominant pentru:

- ★ **STICLĂ**
ambalajele primare de sticlă, fie de unică folosință, fie returnabile;
- ★ **ALUMINIU**
dozele utilizate pentru îmbutelierea băuturilor sau capace cu filet utilizate la anumite tipuri de sticle de apă;
- ★ **OȚEL**
folosit la capacele/dopurile sticlelor de sticlă.

De asemenea, am continuat să utilizăm pentru îmbutelierea în ambalaje PET a apei Dorna (0,5l), ambalajul realizat în proporție de până la 30% din plante. Fabrica din Poiana Negrii utilizează integral, pentru toate produsele Dorna, doar acest tip de PET, care conține 30% PET obținut din plante și 70% PET virgin. Factorul de emisie CO₂ pentru Plant Bottle este de 1,82 g/g, iar pentru PET virgin este 2,47 g/g. Pentru un total de 4.632,25 tone PET plantbottle utilizat în 2018, s-au diminuat emisiile de gaze cu efect de seră cu 3.010,83 tone CO₂ echivalent.

Totodată, în 2018 am inițiat primele demersuri pentru a testa și alte posibilități de utilizare de PET reciclat. Analizele și testele în acest sens continuă în 2019.



Ambalaje

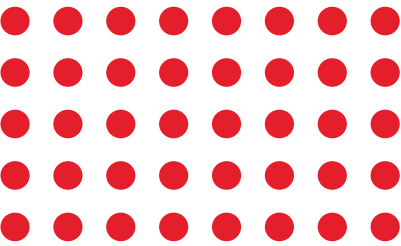
LA BAZA POLITICII NOASTRE
PRIVIND AMBALAJELE STĂ
PRINCIPIUL CELOR 3R:

REDUCERE,
REUTILIZARE,
RECUPERARE.

La nivel de grup, compania investește constant în inovație, pentru a descoperi noi soluții care să contribuie la diminuarea impactului pe care îl avem, prin creșterea cantității de materiale reciclate din ambalajele noastre sau prin utilizarea unor alternative sustenabile la combustibilii fosili din care sunt produse ambalajele tradiționale. De asemenea, investim în soluții și tehnologii pentru reducerea greutății ambalajelor și inovații în ceea ce privește design-ul produselor pe care le oferim clienților și consumatorilor noștri.

Categorie	2016			2017			2018		
	Cantitate pusă pe piață	Cantitate recuperată (%)		Cantitate pusă pe piață	Cantitate recuperată (%)		Cantitate pusă pe piață	Cantitate recuperată (%)	
		Reciclare (%)	Altă metodă (%)		Reciclare (%)	Altă metodă (%)		Reciclare (%)	Altă metodă (%)
Sticlă	5.897.012	74,00%	0,00%	5.177.420	100,00%	0,00%	9.412.160	60,56%	0,00%
Plastic Total	26.351.240	38,54%	4,41%	27.237.243	46,47%	2,17%	30.329.813	51,83%	5,80%
Din care PET	20.852.246	37,31%	0,00%	22.170.769	55,00%	0,00%	23.828.603	55,19%	0,00%
Alt plastic	5.498.994	43,22%	21,14%	5.066.474	9,13%	11,65%	6.501.210	39,53%	27,05%
Hârtie/ Carton	2.489.362	89,03%	7,50%	2.555.176	60,00%	18,23%	3.020.796	85,04%	15,16%
Metal Total	1.986.933	57,84%	0,00%	2.031.203	80,04%	0,00%	2.872.040	73,36%	0,00%
Din care aluminiu	1.538.316	21,03%	0,00%	1.644.884	21,00%	0,00%	2.386.949	22,42%	0,00%
Lemn	2.057.556	23,66%	14,63%	379.992	96,23%	3,77%	2.970.386	31,93%	3,24%
TOTAL	38.782.104	47,37%	4,25%	37.381.034	57,14%	2,86%	48.605.195	55,64%	4,76%
		51,63%			60,00%			60,40%	

De asemenea, am recuperat prin partenerul nostru 45% din cantitatea totală de DEEE-uri puse pe piață.



Deșeuri

Toate deșeurile reciclabile se colectează în funcție de tipul de material și se predau spre reciclare partenerilor cu care avem contract.

Cu toate acestea, există o serie de materiale (resturile organice din zona cantinei și nămolurile de la epurare) pentru care nu există încă implementat un sistem de reciclare/valorificare. Pentru aceasta, în 2018 s-au inițiat aprobările interne pentru reducerea cantităților de deșeuri de tip menajer care ajung la depozit, astfel că începând cu anul 2019, o parte din aceste deșeuri va fi incinerată cu recuperare de energie, urmând ca ponderea deșeurilor care ajung la depozitare să se diminueze progresiv în anii următori.

Angajamentul nostru pentru diminuarea impactului asupra mediului și politica bazată pe cei 3R se reflectă și în eforturile de recuperare și reciclare a deșeurilor produse în fabricile noastre. Astfel, în anul 2018, peste 94% din deșeurile provenite din fabrici au fost reciclate.

Deșeuri reciclate on-site	(t)
Sticlă	1.135.070
Aluminiu	73.796
Plastic	1.151.390
Hârtie & Carton	559.455
Oțel	397.280
Lemn	841.320

Metoda de eliminare a deșeurilor 2018	Cantitatea totală de deșeuri periculoase (t)	Cantitatea totală de deșeuri nepericuloase (t)
Reciclare	0	4158,31
Depozitare	0	258,40
Incinerare cu recuperarea energiei	0	20,32
Incinerare deșeuri periculoase	5,07	0
Total deșeuri	5,07	4437,03

Pe lângă recuperarea ambalajelor puse pe piață prin partenerii noștri și măsurile pe care le luăm la nivel operațional pentru reciclarea materialelor folosite în activitatea de zi cu zi, comunicăm activ cu stakeholderii noștri prin campanii de educare și conștientizare care încurajează reciclarea.

Campania După Noi, strângem tot noi

Campania După Noi, strângem tot noi este un program educațional de conștientizare și încurajare a colectării selective, lansat în luna iulie 2018 de compania Coca-Cola HBC România, ca parte a viziunii companiei privind responsabilitatea față de mediu și de comunitățile în care este prezentă.

După Noi, strângem tot noi încurajează adoptarea unei atitudini responsabile față de mediu și față de ceea ce lăsăm în urma noastră generațiilor viitoare. Anul trecut, aproximativ 615.000 oameni au interacționat cu mesajele campaniei și soluțiile de colectare separată din proiect.

Programul educațional a fost prezent, în 2018, la două dintre cele mai cunoscute festivaluri de muzică din România, Neversea și Untold, dar și la evenimente precum recepția organizată de Ambasada Statelor Unite la București cu ocazia Zilei Independenței Statelor Unite ale Americii, Festivalul Ambasadelor sau Conferința The Power of Storytelling, organizată de „Decât o Revistă”.

În cadrul acestor evenimente, participanții au primit informații despre colectarea separată și au putut să colecteze astfel prin soluțiile propuse de Coca-Cola HBC România:

- Ecoinsula**
o soluție integrată pentru toate tipurile de deșeuri reciclabile (sticlă, plastic/PET, hârtie, aluminiu, deșeuri biodegradabile);
- Puncte pentru colectarea plasticului/PET-ului**
cel mai frecvent tip de deșeu reciclabil, utilizat pentru băuturile servite la festivaluri;
- Fotocolectorul**
cabină foto care colectează sticlă, plastic și hârtie și te răsplătește cu o poză pe loc.



- OBIECTIVE:
- Ne-am asumat la nivel global ca până în 2025:
- + Să contribuim la colectarea a 75% din totalul ambalajelor pe care le punem pe piață;
 - + Să utilizăm PET reciclat sau care provine din materiale regenerabile pentru 35% din totalul de ambalaje de PET;
 - + Ambalajele produselor noastre să fie reciclabile în proporție de 100%;
 - + 100% din materiile agricole prime (ingredientele noastre de bază) utilizate pentru producerea băuturilor pe care le comercializăm, să fie achiziționate de la furnizori care respectă standardele noastre de agricultură sustenabilă.

Apă: utilizare, protejare

Managementul eficient al resurselor de apă reprezintă un aspect esențial pentru un viitor sustenabil. Cu toate acestea, în prezent, resursele de apă se află în continuă deteriorare, tot mai multe regiuni fiind afectate de secetă și deficit de apă.

Suntem conștienți că activitatea noastră presupune utilizarea unor cantități mari de apă, de aceea implementăm în permanență măsuri pentru a limita efectele pe care le avem asupra bazinelor hidrografice din comunitățile unde ne desfășurăm activitatea. Utilizăm resursa de apă în mare parte în instalațiile de îmbuteliere, în rețetele băuturilor pe care le punem pe piață și într-o măsură mai mică la ambalaje.

În România, localizarea fabricilor se regăsește în zone care nu sunt definite în mod uzual de deficit hidric. Fabricile de la Ploiești și Timișoara utilizează ape din foraje de adâncime într-un mod sustenabil, estimările privind capacitatea de regenerare a resurselor de apă depășind necesarul tehnologic al fabricilor. Situația este similară și în cazul apelor naturale preluate și îmbuteliate la fabrica noastră de la Poiana Negrii, zonă care abundă de izvoare și resurse de apă. În această zonă a Țării Dornelor, apa este preluată fie din surse de suprafață, prin captări amenajate în vederea asigurării calității apelor, fie din foraje de mică adâncime.

La nivel global Coca-Cola HBC identifică zonele cu deficit și dezvoltă proiecte de realimentare a resurselor de apă acolo unde astfel de acțiuni sunt necesare și au impact. Din fericire, activitățile noastre din România nu induc un impact local notabil asupra disponibilității apei în comunitățile în care ne desfășurăm activitatea.

În situații de dezastre naturale Coca-Cola sprijină comunitățile punând la dispoziție apă de băut în mod gratuit.



În ceea ce privește consumul de apă, politica noastră de mediu presupune implementarea unor măsuri care să:

- ⌘ Diminueze impactul activităților noastre prin scăderea consumului de apă și asigurarea că apele uzate sunt pe deplin tratate până la niveluri care susțin viața acvatică;
- ⌘ Evalueze disponibilitatea apei în viitor și să dezvolte măsuri pentru reducerea riscurilor de mediu și sociale legate de utilizarea apei în activitățile noastre;
- ⌘ Dezvolte parteneriate cu furnizorii pentru a înțelege amprenta de apă a materiilor prime folosite în operațiuni, pentru anumite produse agricole cum ar fi zahărul și fructele;

La nivel local, aspectele legate de gestionarea și utilizarea eficientă a apei sunt permanent monitorizate. Țintele de utilizare a apei per litru de produs sunt agreeate la nivel de fabrică, la nivel național și la nivel de grup, scopul fiind acela de scădere continuă a consumurilor și de creștere permanentă a eficienței în utilizarea apei.

Aceste aspecte nu sunt alocate unui singur departament sau doar unor persoane responsabile, acestea fiind integrate în deciziile la toate nivelurile companiei, de la personalul tehnic de întreținere și operare a echipamentelor, directorii de fabrici, departamentul de sustenabilitate, responsabilii de mediu, directorul general și ulterior managementul grupului. Investițiile se propun în primul rând de la nivelul fabricii, cu implicarea personalului tehnic și a managementului, plecând de la identificarea

- ⌘ Comunice cu stakeholderii și comunitățile locale pentru a crește gradul de conștientizare și de protecție a resurselor de apă prin parteneriate locale și internaționale;
- ⌘ Contribuie la bunăstarea comunităților locale și să furnizeze rezerve de apă de urgență comunităților, în cazul apariției unor dezastre;
- ⌘ Contribuie la dezvoltarea de standarde și politici privind utilizarea apei, atât la nivel local cât și la nivel internațional, în parteneriat cu stakeholderii companiei;
- ⌘ Lucreze cu organizații și inițiative precum UN Global Compact Water;
- ⌘ Promoveze bune practici de gestionare a apei și să facă schimb de bune practici.

oportunității de a economisi apă, urmată de identificarea opțiunilor tehnice, analiza costurilor și inițierea proiectului în sine.

Pentru că uneori astfel de proiecte nu par a fi eficiente din punct de vedere financiar, compania nu ia în considerare doar costul efectiv al furnizării apei, ci utilizează un cost global al apei, care cuantifică inclusiv impactul utilizării apei asupra mediului și comunităților.

Consumul total de apă

Apă extrasă în funcție de sursă	Apă subterană (total), din care:	1.842,04	0
	Apă dulce (≤1000 mg/L TDS*)	1.842,04	0
	Alte tipuri de apă (>1000 mg/l TDS)	0	0
TOTAL APĂ EXTRASĂ	Apă de suprafață + Apă subterană + Apă de mare + Apă produs secundar + Apă provenită de la furnizori**	1.842,04	0

*TDS=totalul solidelor dizolvate
**furnizori municipali, stații de epurare, furnizori publici sau privați sau alte organizații care au ca obiect de activitate furnizarea, transportul, tratamentul sau gestionarea apei și a efluenților
***1 ML = 1.000.000 l

		Total zone de operare (ML)	Zone cu stres hidric (ML)
Apă deversată, în funcție de destinație	În ape de suprafață	451,27	0
	În ape subterane	0	0
	În apă de mare	0	0
	Apă evacuată la furnizori sau alte organizații (total)	387,98	0
	Din care apă evacuată și utilizată de alte organizații	0	0
Total apă deversată	În ape de suprafață + În ape subterane + În apă de mare + Apă evacuată la furnizori	839,246	0
Apă deversată în funcție de tip	Apă dulce (≤1.000 mg/L TDS*)	0	0
	Alte tipuri de apă (>1.000 mg/l TDS)	0	0
Apă deversată în funcție de tipul de tratament	Fără tratament	0	0
	Tratament fizico-chimic și biologic	839,246	0

Evoluția consumului de apă

An	2016	2017	2018
Consum de apă (ML)	1.819	1.745	1.842
Intensitatea consumului de apă (l/lpb)	1,961	1,655	1,6

La evacuarea apei rezultate din activitatea noastră, respectăm cu strictețe normele impuse de cadrul legislativ din România. Un alt set de cerințe este cel impus de normele proprii, astfel încât oricare dintre fabrici trebuie să respecte cele mai restrictive din cele două seturi de norme.

Toate fabricile noastre sunt dotate cu stații de epurare a apelor uzate. Procesele de epurare sunt calibrate în funcție de maniera în care apele sunt deversate. Astfel, stația de epurare din Timișoara și cea din Poiana Negrii care deversează în emisari naturali se încadrează în limitele impuse de normativul NTPA 001.

În schimb, pentru fabrica de la Ploiești care deversează în rețeaua orășenească, normele sunt cele impuse de standardul NTPA 002. Epurarea apelor se face prin trepte mecanice de decantare, urmate de epurare biologică și apoi decantare secundară și dezinfectare. Treptele biologice pot fi de tipul clasic, cu aerare așa cum se practică la fabrica de la Ploiești și la cea de la Timișoara sau pot fi anaerobe, așa cum este cazul stației de epurare de la Poiana Negrii. Eficiența în funcționare, gradul de încărcare a apelor și respectarea parametrilor la deversarea finală sunt monitorizate permanent.

La nivelul fiecărei fabrici există laboratoare de testare, care monitorizează parametrii de calitate a apei. Astfel, de exemplu, pentru stația de la Poiana Negrii, un parametru important care este monitorizat foarte frecvent și care este determinant pentru eficiența funcționării stației este cel legat de azot: azot amoniacal, azotați, azotiți. Astfel de analize se fac zilnic.

Parametrii care se înscriu în mod constant sub pragurile limită se verifică săptămânal (ex. analize interne la Timișoara). De asemenea, un set lunar de analize se realizează pentru toate fabricile, conform frecvenței indicate în autorizații ca și analize ad-hoc în caz de suspiciuni sau în cazul inspecțiilor.

Ca urmare a evoluției funcționării fabricii de la Poiana Negrii în ultimii ani, stația de epurare ajunsese să întâmpine dificultăți în asigurarea parametrilor de epurare necesari. Ca atare, în anul 2018 s-a implementat un proiect de reabilitare/ re tehnologizare a stației de epurare, în vederea asigurării conformității la norme și reducerii impactului asupra emisarului natural.

Pentru a crește eficiența utilizării, facem investiții în tehnologii care permit reciclarea și recuperarea apei și reintroducerea ei în circuitul de producție, acolo unde procesul tehnologic o permite.

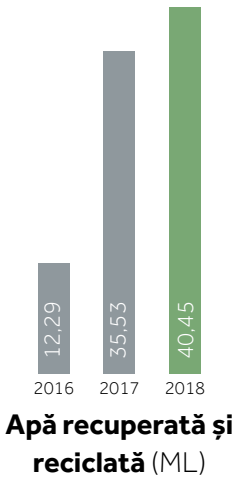
Inițiative/Investiții pentru reducerea și eficientizarea consumului de apă:

Proiect	Estimare economii	Cost estimat
Înlocuirea sistemelor de spălare MDS cu noi sisteme de spălare	42.000 m ³	1.800.000 €
Optimizare CIP prin monitorizare în timp real (CIPTEC)	19.600 m ³	62.000 €
Recuperare apă de clătire de la CIP 1-3	8.400 m ³	55.000 €
Sistem de spălare/igienizare cu activare electrochimică CIP ECA	6.500 m ³	600.000 €
TOTAL	76.500 m³	2.517.000 €

Notă: Nu toate proiectele sunt strict dedicate eficientizării consumurilor, dar aspectele de eficiență reprezintă criterii importante în aprobarea acestor proiecte. Astfel, unele proiecte de re tehnologizare au ca rezultat și reducerea consumurilor de apă/energie.

Toate informațiile legate de consumul de apă sunt transmise și publicate la nivel de grup, într-un raport integrat. Pe baza acestor informații, grupul stabilește obiectivele globale de gestionare a resurselor de apă. Lucrăm în strânsă legătură cu departamentul Resurselor și Tehnologiilor pentru Apă (Water Resources and Technology) la nivelul grupului Coca-Cola HBC și astfel, prin măsurile pe care le implementăm contribuim în mod direct la atingerea obiectivelor de performanță în această direcție.

Astfel, se economisește și se recuperează o parte din apele utilizate la spălarea diverselor filtre, din diverse procese de tratare a apelor. De asemenea, se recuperează și se economisește o parte din apele folosite la procesele de igienizare a instalațiilor de producție. Se caută optimizarea presiunilor și duzelor tuturor sistemelor de spălare, clătire, răcire etc. Se caută optimizarea tuturor proceselor pentru a calibra etapele de spălare în mod diferit pentru sticlele noi față de sticlele returnabile recuperate din piață. Numărul și parametrii tehnologici ai igienizărilor sunt, de asemenea, optimizați în funcție de context în vederea utilizării cât mai eficiente a resurselor.



Energie și emisii

LA NIVELUL DEZVOLTĂRII SUSTENABILE, SCHIMBĂRILE CLIMATICE REPREZINTĂ UNA DINTRE CELE MAI CRITICE PROBLEME EXISTENTE PE PLAN MONDIAL.

ÎN CALITATE DE LIDER LOCAL AL INDUSTRIEI BĂUTURILOR, SUNTEM CONȘTIENTI CĂ AVEM UN ROL IMPORTANT ÎN GĂSIREA, DEZVOLTAREA ȘI ADOPTAREA UNOR SOLUȚII INOVATOARE CARE SĂ CONDUCĂ LA REDUCEREA IMPACTULUI ȘI A RISCURILOR CAUZATE DE ACESTE FENOMENE.

Riscurile asociate cu schimbările climatice sunt legate de creșterea costurilor operaționale cu energia, creșterea cheltuielilor fiscale, schimbări imprevizibile care pot apărea în procesul de achiziție a materiei prime, cauzând astfel perturbări în operațiuni.



Ne dorim să fim un actor economic responsabil, de aceea politica noastră de mediu presupune măsuri pentru:

- ⌘ Reducerea consumului de energie și creșterea eficienței proceselor din activitatea noastră de zi cu zi;
- ⌘ Implementarea tehnologiilor alternative de producere a energiei (utilizarea panourilor solare, centrale CHP) acolo unde este posibil și achiziția de energie din surse regenerabile;
- ⌘ Menținerea unui dialog constant cu stakeholderii noștri, pentru a ne consulta pe aspecte legate de schimbări climatice și dezvoltare durabilă;
- ⌘ Monitorizarea în permanență a evoluției parametrilor legați de energie și emisii, astfel încât să ne putem seta obiective în vederea reducerii impactului pe zona de energie și emisii.

Consumul total de combustibil din surse convenționale (GJ)

Tip	2016	2017	2018
Benzină	74,75	68,74	154,03
Motorină	34.941,77	45.667,84	43.779,18
Gaz natural	104.026,93	63.488,75	78.525,45
GPL	25.323,71	22.141,34	22.783,76
Combustibil lichid ușor (păcură pentru centrala termică)*	157,95	516,75	15,6

* utilizat doar ca rezervă atunci când nu sunt disponibile gaze naturale / propan. Din acest motiv există variații semnificative de la un an la altul.

Consumul total de combustibil din surse regenerabile

Tip	2016		2017		2018	
	GJ	%*	GJ	%*	GJ	%*
Energie electrică din surse regenerabile	74.635,63	74%	63.648,83	92%	67.901,40	93,5%

* ponderea energiei electrice din surse regenerabile, în totalul de energie consumată

Consum total de energie (GJ)

Tip	2016	2017	2018
Electricitate (total)	277.073,09	254.994,45	263.533,49
Din care energie de la rețea	74.635,63	63.648,83	67.901,40
Energie din CHP	202.437,66	191.345,62	195.632,09
Energie termică (abur, apă caldă)	27.465,63	89.254,12	88.202,97

Intensitatea energetică

Intensitatea energetică (MJ/lpb)	2016	2017	2018
	0,43	0,41	0,39

Inițiative, proiecte și investiții pentru eficiența consumului energetic

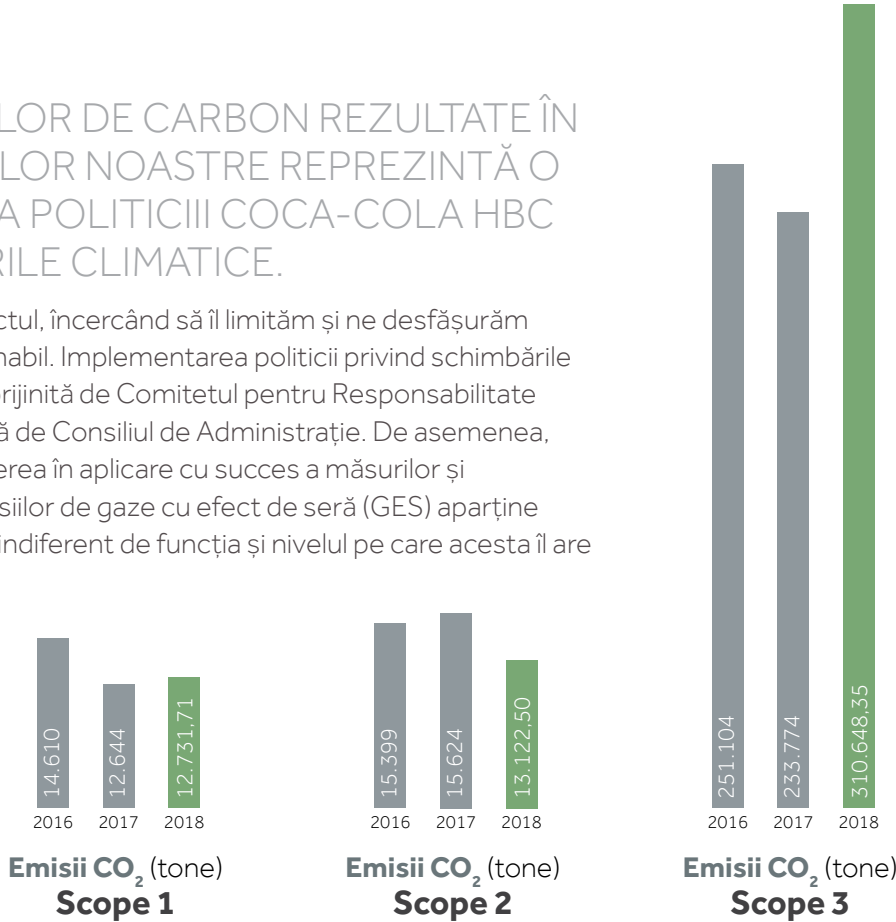
Proiect	Estimare economii	Cost estimat
Sistem de management energetic	1.805 MWh	75.000 €
Înlocuirea sistemelor de spălare MDS cu noi sisteme de spălare	785 MWh	1.800.000 €
Optimizare CIP prin monitorizare în timp real (CIPTEC)	280 MWh	62.000 €
Retehnologizare sisteme de uscare de la instalațiile Husky de producere a preformelor	3.700 MWh	200.000 €
Sisteme soft starters cu convertizare de frecvență și sistem de management automatizat pentru compresoarele HP	920 MWh	150.000 €
Recuperare apă de clătire de la CIP 1-3	125 MWh	55.000 €
Sistem de spălare/igienizare cu activare electro-chimică CIP ECA	3.200 MWh	600.000 €
Sistem simplificat de răcire a siropului folosind apă tratată.	180 MWh	25.000 €
TOTAL	10.995 MWh	2.967.000 €

Notă: O parte din proiectele implementate au impact și asupra eficienței energetice cât și asupra consumurilor de apă și de aceea ele se regăsesc enumerate și în capitolul legat de eficiență în utilizarea apei.

Emisii

REDUCEREA EMISIILOR DE CARBON REZULTATE ÎN URMA OPERAȚIUNILOR NOASTRE REPREZINTĂ O PARTE ESENȚIALĂ A POLITICII COCA-COLA HBC PRIVIND SCHIMBĂRILE CLIMATICE.

Ne măsurăm cu atenție impactul, încercând să îl limităm și ne desfășurăm activitățile într-un mod sustenabil. Implementarea politicii privind schimbările climatice este controlată și sprijinită de Comitetul pentru Responsabilitate Socială Corporativă și sprijinită de Consiliul de Administrație. De asemenea, responsabilitatea pentru punerea în aplicare cu succes a măsurilor și inițiativelor de reducere a emisiilor de gaze cu efect de seră (GES) aparține fiecărui angajat al companiei, indiferent de funcția și nivelul pe care acesta îl are în companie.



- Scopul 1**
- + Emisii directe de GES (provenite din surse deținute sau controlate de companie)
 - + CO₂ de la fabricile de îmbuteliere (combustibili fosili)
 - + CO₂ provenit din emisiile arderii combustibililor fosili în motoarele mașinilor din flota companiei
 - + Agenți de răcire pentru echipamentele frigorifice
 - + Pierderi de CO₂ (produs)
 - + CO₂ de la consumul de combustibil al depozitelor
- Scopul 2**
- + Emisii indirecte de GES (sunt emisiile indirecte asociate cu energia electrică achiziționată de companie)
 - + CO₂ rezultat din producerea energiei achiziționate de la rețea
 - + Emisii CO₂ de la aburul, apa caldă și agentul de răcire achiziționate
 - + MB - CO₂ de la consumul de energie electrică al proprietăților aflate la distanță

- Scopul 3**
- + Alte emisii indirecte de GES (emisii provenite din alte surse necontrolate de companie)
 - + CO₂ în produs (în funcție de rețete)
 - + Emisii de CO₂ de la consumul de electricitate al echipamentelor frigorifice (inclusiv echipamentele puse de companie la dispoziția clienților)
 - + Emisii totale de CO₂ de la flotele de transport ale furnizorilor
 - + Emisii de CO₂ de la ambalaje primare (amprenta integrală a ambalajelor primare, de la furnizarea lor ca materie primă și până la eliminarea lor ca deșeu)
 - + Emisii de CO₂ de la ambalaje secundare
 - + CO₂ de la zahăr și îndulcitori
 - + Amprenta concentratelor de sucuri

În metodologia de calcul am utilizat factorii de emisie prevăzuți în Protocolul de la Kyoto, factori ai furnizorilor de energie și alți factori din baza de date Ecoinvent sau studiul IFEU pentru ambalaje și alte materiale.

Tip de combustibil utilizat (l)	Energie (GJ/unitate)	Factor de emisie (kg CO ₂ /GJ)
Benzină	0,0344	66,03
Motorină	0,0371	72,14
CNG*	0,0523	0,05
LPG**	0,0249	56,43
Hidrogen	0,010037	0,00

*Gaz natural comprimat
**Gaz petrolier lichefiat

Transport (km)	Factor de emisie (kg CO ₂ /unitate)
Camion ușor motorină	0.3886
Camion greu motorină	0.7154
Camion ușor benzină	0.3298
Camion greu benzină	0.6072

*Camion ușor < 3,860 kg

Intensitatea emisiilor (g CO ₂ e/ litru de produs)	2016	2017	2018
	29,88	26,88	22.43

Obiectivele noastre la nivel de Grup:

- Suntem conștienți că putem face mai mult, de aceea ne-am setat ținte ambițioase, astfel că până în 2025 ne propunem:
- ✓ să reducem cu 30% rata emisiilor directe de carbon;
 - ✓ 50% din totalul energiei utilizate în activitatea noastră să provină din surse regenerabile și curate (ex. CHP) ;
 - ✓ 100% din energia electrică pe care o utilizăm în fabricile noastre din UE și Elveția să provină din surse regenerabile de energie;
 - ✓ 50% dintre frigiderele noastre plasate în locațiile clienților să fie eficiente din punct de vedere energetic.

Transport și logistică

În prezent, flota de mașini a companiei numără

694 de autovehicule, dintre care

692 sunt diesel, iar **2** sunt pe benzină.

LA NIVEL OPERAȚIONAL, TRANSPORTUL PRODUSELOR NOASTRE SE FACE CU AJUTORUL UNOR PARTENERI EXTERNI.

Flota de autovehicule a companiei

	2016	2017	2018
Numărul de mașini	684	686	694
Distanța parcursă (km)	21.463.031	21.353.477	21.055.137
Emisii CO ₂	2.548	3.299	3.168



Impactul local al Coca-Cola România

LA NIVEL LOCAL, COCA-COLA ROMÂNIA DESFĂȘOARĂ CU PRECĂDERE ACTIVITĂȚI ADMINISTRATIVE CONCENTRATE PE SERVICII DE MARKETING, DE ACEEA IMPACTUL DIRECT ASUPRA MEDIULUI ESTE REDUS, REFLECTAT PRIN CONSUMUL DE MATERIALE, ENERGIE ȘI COMBUSTIBIL (FLOTA COMPANIEI).

Am consumat la nivelul anului 2018 aproximativ 0,32 tone de hârtie. Există la nivelul birourilor implementat un sistem de colectare selectivă, care la începutul anului 2019 va fi suplimentat cu noi zone de colectare, eliminând în totalitate coșurile individuale.

Consumul de combustibil a fost de 3.722 l de benzină și 28.435 l de motorină, utilizați de flota companiei ce numără 25 de autovehicule (23 diesel și 2 ce utilizează benzină). Pentru reducerea impactului cauzat de flota companiei, politica The Coca-Cola Company prevede ca mijloacele achiziționate de companie să aibă un consum de cel mult 6 l / 100 km, iar emisiile de gaze cu efect de seră să se încadreze sub limita de 160 g CO₂ / km.

Totodată, am implementat o serie de măsuri care să contribuie la optimizarea consumului de energie electrică din birouri, consum care în 2018 s-a ridicat la 92.656 kWh. Astfel, pe lângă creșterea temperaturii în camera dedicată serverelor (de la 180 C° la 210 C°) și implementarea programului de funcționare în afara orelor de program (luni-vineri, 22 PM-5 AM și în weekend în afara intervalului 9 AM-14 PM), când iluminatul și funcționarea instalațiilor de climatizare sunt oprite, în 2018 am înlocuit sistemul de iluminat pe bază de lămpi fluorescente cu un sistem LED. Estimăm că această inițiativă ne-a adus o reducere a consumului de energie cu 25%.



INDEXUL DE CONȚINUT GRI

Indexul de conținut GRI

Standard GRI	Informație	Numărul/numerele paginii și/sau URL(-uri)	Omisioane
GRI 101: INFORMAȚII GENERALE			
Informații generale			
GRI 102: Informații generale 2016	Profilul organizației		
	102-1 Numele organizației	7	
	102-2 Activități, branduri, produse și servicii	10-12, 14, 15, 18, 19	
	102-3 Localizarea sediilor centrale	7	
	102-4 Localizarea operațiunilor	11-14, 19	
	102-5 Proprietate și formă legală	24	
	102-6 Piețe deservite	10-15	
	102-7 Dimensiunea organizației	10-15, 23, 73	
	102-8 Informații cu privire la angajați și alți lucrători	74	
	102-9 Lanț de furnizori	22, 102-104	
	102-10 Modificări semnificative la nivelul organizației și al lanțului său de furnizori	Nu au existat modificări semnificative.	
	102-11 Principiul Precauției sau abordarea precaută	32-36, 61-63	
	102-12 Inițiative externe	36-37, 76	
	102 Afilieri	36-37	
	Strategie		
	102-14 Declarația președintelui	4,5	
	102-15 Impact, riscuri și oportunități cheie	32, 36	
	Etică și integritate		
	102-16 Valori, principii, standarde și norme	26, 36-37, 76	
	Guvernanță		
	102-18 Structură de guvernanță corporativă	24-25, 43	
	Implicarea părților cointeresate		
	102-40 Lista categoriilor de părți cointeresate	48-55	
	102-41 Contracte colective de muncă	81	
	102-42 Identificarea și selectarea părților cointeresate	46, 49-55	
	102-43 Abordarea proceselor de consultare a părților cointeresate	46-55	
	102-44 Subiecte-cheie și probleme ridicate	46-48	

Procesul de raportare

102-45 Entități incluse în situațiile financiare consolidate	6, 7
102-46 Definirea conținutului raportului și a limitelor temelor	46, 47
102-47 Lista temelor semnificative (materiale)	46-48
102-48 Informații actualizate	Nu este cazul.
102-48 Modificări în procesul de raportare	Nu au existat modificări în procesul de raportare.
102-50 Perioada de raportare	01.01.2018-31.12.2018
102-51 Data celui mai recent raport	Publicat în februarie 2019 pentru perioada 2016-2017
102-52 Ciclu de raportare	Anual
102-53 Persoană de contact pentru întrebări cu privire la raport	7
102-54 Raportarea în conformitate cu standardele GRI	6
102-55 Indexul de conținut GRI	150-156
102-56 Verificare externă	Raportul nu a fost verificat extern

Teme semnificative (materiale)

ECONOMIC

ECONOMIC. Guvernanță corporativă, etică comercială și combaterea corupției

Anticorupție

GRI 103: Abordarea managerială 2016	103-1 Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale	48
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale	26-29
	103-3 Evaluarea abordării manageriale	27-28
GRI 205: Anticorupție 2016	205-1 Operațiuni evaluate pentru identificarea riscurilor legate de corupție	29
	205-2 Comunicare și formare cu privire la politicile și procedurile anti-corupție	29
	205-3 Incidente de corupție confirmate și măsuri corective	29

Comportament anticoncurențial

GRI 103: Abordarea managerială 2016	103-1 Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale	48
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale	30-31
	103-3 Evaluarea abordării manageriale	27, 30

G RI 206: Comportament anticoncurențial 2016	206-1 Măsuri legale cu privire la comportamentul anticoncurențial, anti-trust și de monopol	31
ECONOMIC. Impact economic direct și indirect		
Performanță economică		
GRI 103: Abordarea managerială 2016	103-1 Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale	48
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale	22-23
	103-3 Evaluarea abordării manageriale	23
GRI 201: Performanță economică 2016	201-1 Valoare economică directă generată și distribuită	23
Prezența pe piață		
GRI 103: Abordarea managerială 2016	103-1 Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale	48
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale	24, 78
	103-3 Evaluarea abordării manageriale	25
GRI 202: Prezența pe piață 2016	202-2 Procentul de angajați în funcții de conducere recrutați din comunitățile locale	24, 78
Impact economic indirect		
GRI 103: Abordarea managerială 2016	103-1 Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale	48
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale	104, 105, 110
	103-3 Evaluarea abordării manageriale	102-105
GRI 203: Impact economic indirect 2016	203-1 Investiții în infrastructură și servicii	110-119
	203-2 Impact economic indirect semnificativ	104-107, 110-119
ECONOMIC. Aprovizionare durabilă		
Practici de achiziții		
GRI 103: Abordarea managerială 2016	103-1 Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale	48
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale	102, 104-109
	103-3 Evaluarea abordării manageriale	106, 109
GRI 204: Practici de achiziții 2016	204-1 Proportia cheltuielilor cu furnizorii locali	104, 105

MEDIU**MEDIU. Carbon și energie****Energie**

GRI 103: Abordarea managerială 2016	103-1 Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale	48
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale	43, 141-142
	103-3 Evaluarea abordării manageriale	122-127
GRI 302: Energie 2016	302-1 Consum de energie în cadrul organizației	142, 143
	302-3 Intensitatea energiei	143
	302-4 Reduceri în consumul de energie	143

Emisii

GRI 103: Abordarea managerială 2016	103-1 Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale	48
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale	127, 141-142, 143, 144
	103-3 Evaluarea abordării manageriale	144
GRI 305: Emisii 2016	305-1 Emisii directe de gaze cu efect de seră (scopul 1)	144
	305-2 Emisii indirecte cu efect de seră (scopul 2)	144
	305-3 Alte emisii indirecte de gaze cu efect de seră (scopul 3)	144
	305-4 Intensitatea emisiilor cu efect de seră	145

MEDIU. Reciclarea ambalajelor și gestionarea deșeurilor**Efluenți și deșeuri**

GRI 103: Abordarea managerială 2016	103-1 Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale	48
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale	124-129, 134
	103-3 Evaluarea abordării manageriale	125-127
GRI 306: Efluenți și deșeuri 2016	306-2 Deșeuri în funcție de tip și metodă de îndălăturare	132-134

MEDIU. Gestionarea apei**Apă și efluenți**

GRI 103: Abordarea managerială 2016	103-1 Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale	48
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale	127, 136-137
	103-3 Evaluarea abordării manageriale	136-137
GRI 303: Apă și efluenți 2018	303-1 Interacțiunea organizației cu apa (ca resursă comună)	136
	303-2 Managementul impactului cauzat de evacuarea apei	139
	303-3 Apă extrasă	138
	303-4 Apă evacuată	139
	303-5 Consumul de apă	138, 139

SOCIAL		
SOCIAL. Investiții și implicarea în comunitate		
Comunități locale		
GRI 103: Abordarea managerială 2016	103-1 Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale	48
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale	110-112, 117
	103-3 Evaluarea abordării manageriale	110, 11
GRI 413: Comunități locale 2016	413-1 Operațiuni care au implicat comunitățile locale, evaluări ale impactului avut și programe de dezvoltare	112-119
SOCIAL. Bunăstarea și angajamentul angajaților		
Forța de muncă		
GRI 103: Abordarea managerială 2016	103-1 Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale	48
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale	72, 73, 76, 78, 88
	103-3 Evaluarea abordării manageriale	78
GRI 401: Forța de muncă 2016	401-1 Angajați noi și fluctuația de personal	75
	401-2 Beneficii acordate angajaților cu normă întreagă, care nu sunt acordate angajaților pe perioadă determinată sau celor cu jumătate de normă	88-91
	401-3 Concediu de creștere a copilului	91
Sănătatea și securitatea în muncă		
GRI 103: Abordarea managerială 2016	103-1 Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale	48
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale	94-96
	103-3 Evaluarea abordării manageriale	96, 97
GRI 403: Sănătatea și securitatea în muncă 2018	403-1 Sistemul de management al securității și sănătății în muncă	96-99
	403-2 Identificarea riscurilor, pericolelor și investigarea incidentelor	97
	403-4 Participarea și consultarea lucrătorilor și comunicarea pe aspecte legate de securitatea și sănătatea în muncă	96, 97
	403-5 Instruirea lucrătorilor pe aspecte legate de securitatea și sănătatea în muncă	99
	403-6 Promovarea sănătății la locul de muncă	98, 99
	403-8 Lucrători acoperiți de sistemul de management al securității și sănătății la locul de muncă	97, 98
	403-9 Accidente de muncă soldate cu răniri	96, 98
	403-10 Îmbolnăviri la locul de muncă	96, 98

Formare și dezvoltare		
GRI 103: Abordarea managerială 2016	103-1 Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale	48
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale	72, 82
	103-3 Evaluarea abordării manageriale	82
GRI 404: Formare și dezvoltare 2016	404-1 Număr mediu de ore de formare pe an, per angajat	83
	404-2 Programe pentru îmbunătățirea competențelor profesionale în rândul angajaților și programe de asistență în cazul schimbării poziției în companie	84-86
	404-3 Procentajul angajaților care sunt evaluați regulat și care primesc consiliere de dezvoltare profesională	92, 93
SOCIAL. Sănătate și nutriție		
Sănătatea și siguranța consumatorului		
GRI 103: Abordarea managerială 2016	103-1 Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale	48
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale	60-63
	103-3 Evaluarea abordării manageriale	43, 62
GRI 416: Sănătatea și siguranța consumatorului 2016	416-2 Incidente de neconformare cu privire la impactul produselor și serviciilor asupra sănătății și siguranței consumatorului	63
SOCIAL: Drepturile omului și diversitatea		
Diversitate și egalitate de șanse		
GRI 103: Abordarea managerială 2016	103-1 Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale	48
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale	76-78
	103-3 Evaluarea abordării manageriale	78
GRI 405: Diversitate și egalitate de șanse 2016	405-1 Diversitatea echipelor de conducere și a angajaților	24, 25, 74, 78, 79
	405-2 Raportul salariului de bază și al remunerației dintre bărbați și femei	80
Combaterea discriminării		
GRI 103: Abordarea managerială 2016	103-1 Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale	48
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale	76-78
	103-3 Evaluarea abordării manageriale	78
GRI 406: Combaterea discriminării 2016	406-1 Incidente legate de discriminare și măsuri corective aplicate	78

SOCIAL. Calitatea și integritatea produselor		
Conformare socio-economică		
GRI 103: Abordarea managerială 2016	103-1 Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale	48
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale	62, 63
	103-3 Evaluarea abordării manageriale	62, 63
GRI 419: Conformare socio-economică 2016	419-1 Neconformarea cu reglementările din sfera socio-economică	59, 63
SOCIAL. Marketing responsabil		
Promovarea produselor și serviciilor		
GRI 103: Abordarea managerială 2016	103-1 Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale	48
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale	56-59
	103-3 Evaluarea abordării manageriale	58, 59
GRI 417: Promovarea produselor și serviciilor 2016	417-1 Cerințe și informații necesare pentru etichetarea produselor și serviciilor	58
	417-2 Incidente de neconformitate cu privire la informațiile și etichetarea produselor și serviciilor	59
	417-3 Incidente de neconformitate cu privire la comunicarea de marketing	59
FP6	Procentul de produse din totalul volumelor, cu conținut scăzut de calorii și zahăr	67
(former) FP8	Politici și proceduri privind comunicarea informațiilor despre ingrediente către consumatori, în plus față de cerințele legale	57, 59



Raport de sustenabilitate 2018