30° de ani de optimism în România

Coca-Cola HBC Romania

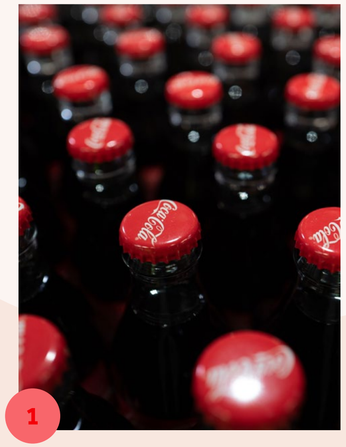
Coca-Cola România

Sistemul Coca-Cola România
Raport de Sustenabilitate 2020

Cuprins

Mesajul nostru

Despre raport



1

Despre noi

De 30 de ani în România

Împreună mereu: transformăm obstacole în oportunități

Cifre cheie

Responsabilitate și etică în afaceri

Cum ne gestionăm riscurile

Premii și afilieri

2

Portofoliu și produse

Fabricile Coca-Cola HBC în România

Portofoliu diversificat

Marketingul și etichetarea produselor

Calitatea produselor

3

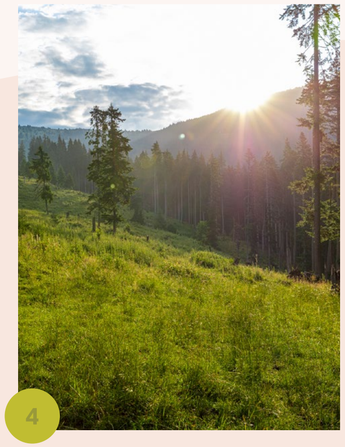
Misiunea noastră: sustenabilitatea

Strategie pe termen lung

Cum ne măsurăm contribuția la dezvoltare sustenabilă

Temele materiale

Cum comunicăm cu stakeholderii noștri



4

Mediu

Gestionarea ambalajelor și deșeurilor

Eficiență energetică și reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră

Conservarea resurselor de apă

Impactul de mediu al Coca-Cola România

5

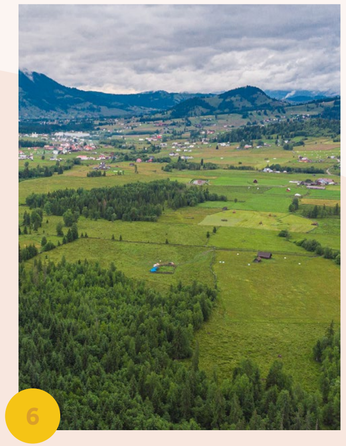
Echipa noastră

Echipa Sistemului Coca-Cola

Promovăm diversitatea

Cum încurajăm performanța colegilor noștri

Siguranța la locul de muncă



6

Alături de partenerii noștri

Lanțul de aprovizionare

- Normele pentru furnizori
- Canale de raportare
- Procesul de achiziții

Investim pentru comunitățile locale

- Uniți sub același obiectiv

Indexul de conținut GRI

Mesajul nostru

Jovan Radosavljevic
Director General
Coca-Cola HBC România

Paris Nikolopoulos
Director General
Coca-Cola România

GRI 102-14

Dragi prieteni,

Am traversat un an 2020 complet neașteptat, caracterizat aproape în întregimea sa de criza globală provocată de pandemia de COVID-19. Deși au existat numeroase greutăți pe care acest an ni le-a scos în cale, am avut totuși și motive de speranță. Eforturile făcute de întreaga societate și solidaritatea de care toți cei din jurul nostru au dat dovadă au reînviat un sentiment pe care poate undeva, de-a lungul timpului, îl pierdusem: optimismul.

Deși a fost un an dificil, am conștientizat imediat că este nevoie de reacții rapide. La nivelul Sistemului a fost înființat un grup intern, responsabil pentru gestionarea tuturor situațiilor de risc cu care ne puteam confrunta ca urmare a pandemiei. Am luat toate măsurile necesare pentru a proteja siguranța angajaților la locul de muncă, în special a celor din prima linie – vânzări, producție și depozite. Am asigurat echipamente de protecție pentru toți angajații, am dezvoltat noi programe pentru asistența și consilierea acestora și am comunicat în permanență cu ei pentru a rămâne conectați la pulsul echipei. Pentru partenerii noștri din industriile cele mai afectate de măsurile impuse de criza sanitară, am elaborat un plan de acțiuni concrete de sprijin, oferindu-le kituri de siguranță, dar și promovare și consultanță pentru a-i ajuta să se adapteze la noua realitate. Ne-am pus totodată resursele în sprijinul comunității, donând bani pentru echipamente medicale și băuturi pentru spitale și centre de carantină. Colegii noștri au luat inițiativa și au fost voluntari, implicându-se și personal în acțiunile de limitare a efectelor pandemiei. Am lansat platforma **Lucrez din nou**, pentru a veni în ajutorul celor aflați în căutarea unui loc de muncă și ne-am adaptat programele deja consacrate pentru a găsi soluții la nevoi existente. Ediția specială **Future Makers Soluții Coronavirus** a oferit finanțare unor soluții antreprenoriale pentru probleme din domeniul social, economic și sănătate.

În ciuda tuturor provocărilor întâlnite în activitatea noastră, nu ne-am abătut de la angajamentele pe care ni le-am luat. Am continuat să ne monitorizăm și măsurăm impactul social și de mediu și am rămas conectați la prioritățile care stau la baza strategiei noastre: **O lume fără deșeuri**, **Leadership pentru apă**, **Acțiuni pentru reducerea emisiilor și combaterea schimbărilor climatice**, **Reducerea conținutului de zahăr din băuturi** și **Oamenii și comunitățile noastre**.

Am continuat să utilizăm 100% energie electrică regenerabilă sau curată în toate fabricile noastre, iar emisiile de CO_2, raportate la litrul de băutură produs, au înregistrat o scădere cu 15% față de anul 2017. Ne-am accelerat eforturile de eficientizare a consumului de apă, înregistrând o scădere a intensității de 2% față de anul anterior. Investim constant pentru a aborda problema ambalajelor în care sunt îmbuteliate produsele noastre, în mod special plasticul, reconsiderând modul în care acestea ajung la consumatori, dar şi tipurile de materiale folosite. Astfel, în 2020, 20% din ambalajele puse pe piață au fost realizate din PET reciclat, **rPET**. Totodată, 94% din deșeurile generate din producție au fost reciclate.

Conștienți de importanța unei nutriții echilibrate, comunicăm în mod transparent informațiile referitoare la conținutul produselor noastre și luăm măsuri pentru a reduce conținutul de zahăr din acestea. În 2020, băuturile cu zero calorii, conținut scăzut de calorii și apă au reprezentat 27,6% din vânzările noastre. Totodată, 21% din bugetul de marketing a fost alocat pentru susținerea băuturilor cu conținut scăzut sau fără calorii și 22% pentru apă, în timp ce 90% din publicitatea făcută pentru gama Coca-Cola a promovat **Coca-Cola Zero Zahăr**.

Performanța și progresul pe care le înregistrăm an de an sunt mărturie a implicării și dedicării de care dau dovadă cei peste 1.550 de angajați ai Sistemului. De aceea, dincolo de o cultură organizațională deschisă ce are la bază diversitatea și egalitatea de șanse, vrem să le oferim acestora un mediu care să le permită să își atingă potențialul. Cu o medie de 37 de ore de formare profesională oferite colegilor noștri și un pachet de beneficii actualizat conform nevoilor identificate, suntem în continuare **Cel mai atractiv angajator din industria FMCG**.

În toți acești ani am dovedit, prin eforturile tuturor colegilor din Sistem, faptul că putem să dezvoltăm un model de afaceri performant, fiind liderul industriei de băuturi și totodată **cea mai sustenabilă companie din România** recunoaștere primită anual încă din 2016.

Am intrat astfel în 2021, anul în care aniversăm 30 de ani de prezență a Sistemului Coca-Cola în România, cu speranță și optimism, având în minte o promisiune pe care ne-o luăm în fața dumneavoastră, dar și a întregii societăți. Iar promisiunea noastră este să **#nuneoprimaici** și să luptăm pentru a face diferența, pentru a fi mai responsabili și mai buni, pentru următorii **#30deanideoptimism**.

Despre raport

GRI 102-1
GRI 102-3
GRI 102-5
GRI 102-45
GRI 102-50
GRI 102-53
GRI 102-54

Paginile următoare prezintă al treilea raport de sustenabilitate al Sistemului Coca-Cola în România (al șaptelea al Coca-Cola HBC România). Raportul acoperă anul 2020, de la 1 ianuarie la 31 decembrie 2020, și oferă informații cu privire la impactul economic, social și de mediu al Sistemului. Raportul răspunde cerințelor Directivei 2014/95/UE, transpusă în legislația din România prin Ordinul ministrului finanțelor publice nr. 1938/2016 și Ordinul ministrului finanțelor publice nr. 3456/2018 și a fost pregătit în conformitate cu Standardele GRI: opțiunea De Bază (Core). Acolo unde a fost relevant, am ales să includem mai mulți indicatori decât prevederile standardelor.

Informațiile prezentate în raport descriu activitatea celor două companii care formează Sistemul Coca-Cola în România: Coca-Cola HBC România și Coca-Cola România. Conținutul raportului a fost dezvoltat pe baza rezultatelor procesului de materialitate desfășurat în mai-iunie 2021, care a presupus consultarea stakeholderilor Sistemului și analiza dimensiunii impactului economic, social și de mediu.

Raportul oferă informații relevante care descriu performanța de sustenabilitate a Sistemului și indicatori specifici modelului nostru de business. De asemenea, la începutul fiecărui capitol, au fost semnalate Obiectivele de Dezvoltare Durabilă la care Sistemul Coca-Cola în România contribuie prin acțiunile, politicile și programele implementate.

Acolo unde a fost necesar pentru înțelegerea contextului, am inclus informații relevante la nivelul întregului Sistem Coca-Cola. Totodată, pentru a oferi stakeholderilor o imagine completă, raportul include și referințe la evenimente, proiecte sau politici lansate în anii anteriori sau în prima parte a anului 2021.

Raportul a fost dezvoltat cu sprijinul consultanților The CSR Agency, alături de echipele Coca-Cola HBC România și Coca-Cola România, sub coordonarea:

Adina-Gabriela Tudor
Senior Community Affairs Coordinator
Coca-Cola HBC România

Cristina Hosu
Packaging Waste Coordinator
Coca-Cola HBC România

Mihaela Niță
Public Affairs Manager
Coca-Cola România

Pentru întrebări, clarificări sau feedback, 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
Sos. București-Ploiești, 1A,
Intrarea A, et. 2
Sector 1, București

Elemente interactive:

buton Cuprins, link către pagina de Cuprins a raportului

Prin accesarea acestui buton aflat la începutul fiecărui capitol, puteți consulta lista Obiectivelor de Dezvoltare Durabilă la care contribuim prin acțiunile/proiectele/măsurile/programele pe care le implementăm.

Totodată, contribuția noastră la atingerea Obiectivelor a fost evidențiată și la nivelul Indexului de Conținut GRI. Fiecare imagine cu Obiectivul prezentat are în spate un link care prin accesare redirecționează cititorul către pagina oficială sdgs.un.org și prezentarea Obiectivului aferent.

www.linkextern.ro
LINK EXTERN

link extern

1.

Despre noi

De 30 de ani în România

Împreună mereu: transformăm obstacole în oportunități

Cifre cheie

Responsabilitate și etică în afaceri

Cum ne gestionăm riscurile

Premii și afilieri

La nivel global, The Coca-Cola Company produce și vinde concentrate și siropuri pentru băuturi, care sunt mai apoi transformate în băuturi finite de către partenerii noștri îmbuteliatori. Aceștia produc, îmbuteliază, ambalează, vând și distribuie băuturile atât de iubite de miliarde de consumatori din toată lumea.

135

de ani de Coca-Cola

Sediul central în

Atlanta, Georgia,

Statele Unite ale Americii

Produse vândute în

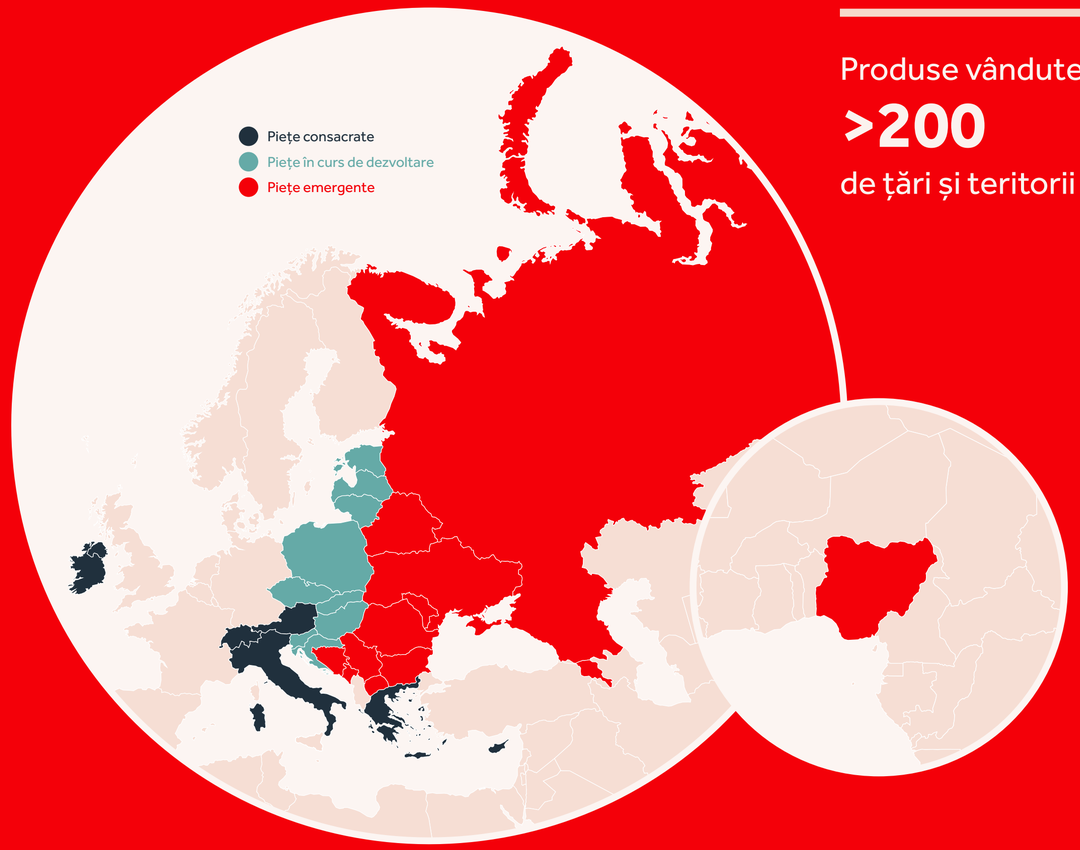
>200

de țări și teritorii

>200

de branduri principale

master brands



COCA-COLA HBC

Coca-Cola HBC este un partener îmbuteliator strategic al The Coca-Cola Company. Cu un portofoliu bogat, pentru toate nevoile și gusturile, compania este autorizată să producă și să vândă produsele The Coca-Cola Company în 28 de țări, pe 3 continente.

17.000
de furnizori

56
de fabrici

98
de centre de distribuție

SISTEMUL COCA-COLA

225
de parteneri îmbuteliatori la nivel mondial

900
de fabrici

>700.000
de angajați

GRI 102-3
GRI 102-4
GRI 102-6

De 30 de ani în România

Perioada care încheie al treilea deceniu din povestea Coca-Cola pe piața din România a fost una extrem de dificilă, care ne-a pus pe toți la încercare, atât la nivel individual, dar mai ales la nivel de societate. Am fost nevoiți să ne adaptăm la contextul și restricțiile impuse ca urmare a pandemiei de coronavirus, având permanent în minte siguranța noastră și a celor dragi.

Deși nu a fost deloc ușor, 2020 ne-a învățat și multe lucruri care ne vor rămâne adânc întipărite în minte mult timp de acum înainte, iar una din cele mai importante lecții a pus în lumină puterea solidarității și ne-a arătat cât de important este să rămânem uniți, împreună mereu. Am învățat cu toții să apreciem lucruri care poate până atunci ni se păreau banale, am redescoperit pasiuni mai vechi și am fost încercați de sentimente noi, necunoscute până atunci. Spre finalul unui an plin de provocări însă, veștile bune primite din partea comunității medicale și descoperirea vaccinului anti COVID-19, ne-au readus în suflete gustul optimismului și speranța că ușor, ușor ne vom putea reîntâlni cu cei dragi și vom putea reveni la normalitate. Un altfel de normal, în care am primit șansa de a o lua de la capăt: mai umili, mai responsabili, mai curajoși, mai deschiși și mai atenți la nevoile celor din jur, dar și mai buni decât am fost vreodată, conștienți că fiecare dintre noi poate face diferența.

GRI 102-2
GRI 102-4
GRI 102-7
GRI 102-9
GRI 103-1
GRI 103-2
GRI 103-3

2020 marchează finalul celui de-al treilea deceniu de prezență a Sistemului Coca-Cola în România, o perioadă în care Coca-Cola a devenit parte din tradițiile a milioane de români, iar elementele comunicării brandului Coca-Cola, simboluri ale optimismului, ale bucuriei și emoțiilor. În 1991, odată cu prima sticlă de Coca-Cola îmbuteliată în România, a fost marcat și începutul unui lung parteneriat cu impact pozitiv în comunitate și economia locală.

Cu trei fabrici, 15 linii de producție și 25 de depozite logistice în România și investiții susținute de-a lungul anilor, suntem lider în industria locală de băuturi și cel mai mare exportator. Producem anual peste 1 miliard de litri de băuturi, avem peste 1.500 de oameni în echipa locală și susținem peste 15.800 locuri de muncă în economia românească. Dezvoltându-ne an de an, alături de partenerii locali, Sistemul Coca-Cola a ajuns să genereze, alături de toți partenerii implicați în activitatea noastră, o valoare adăugată de peste 434 milioane de euro anual, cu contribuții la bugetul de stat de aproximativ 40% din această valoare*.

*conform datelor rezultate în urma studiului de impact socio-economic realizat de firma de consultanță Steward Redqueen BV, pe baza datelor financiare aferente anului 2020

Coca-Cola România

Proprietate de marcă

Strategie de marketing

Dezvoltare a portofoliului

Aprovizionare

Date și statistici
Strategia de portofoliu
Investiții în creșterea veniturilor
Plan de dezvoltare a capacităților
Schimb de experiență
O lume fără deșeuri

Coca-Cola HBC Romania

Producție de băuturi

Strategie de marketing, Implementare și Management

Vânzări și Acces pe piață

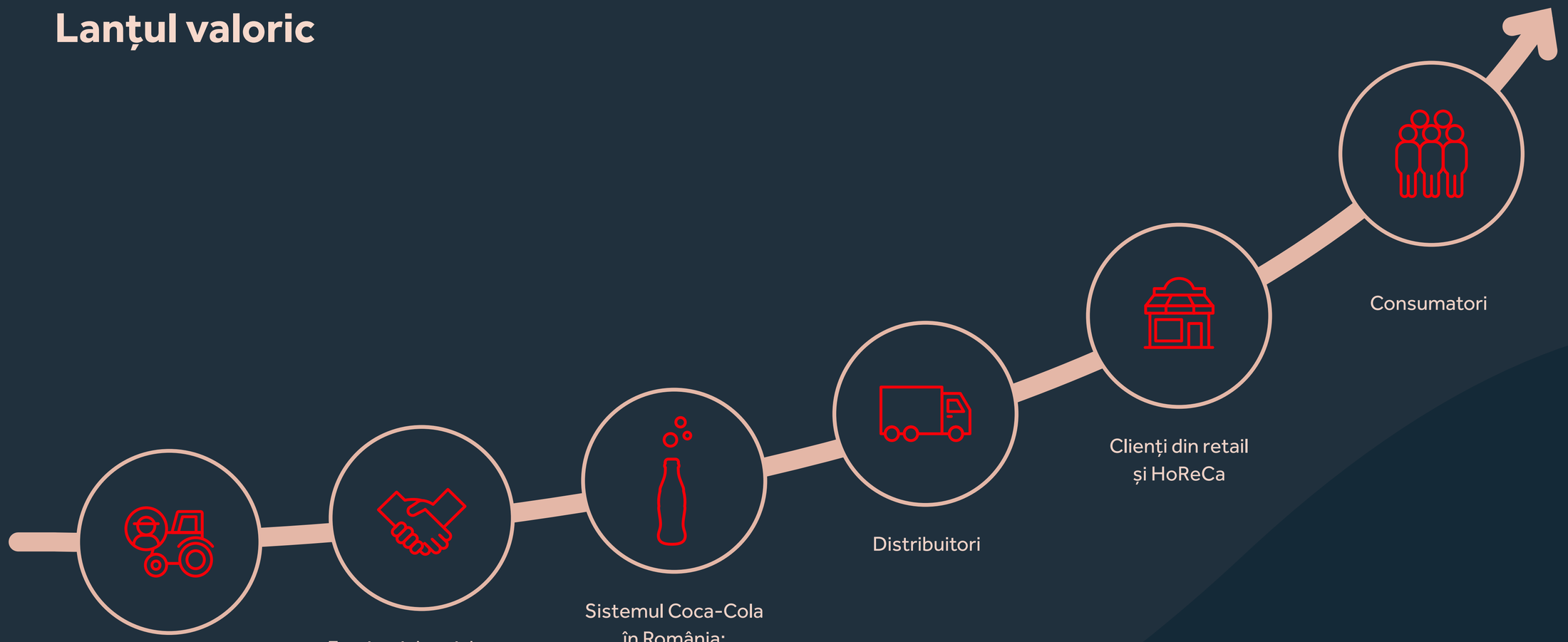
Investiții în sistemul de îmbuteliere

Coca-Cola România este responsabilă pentru crearea strategiei de marketing și a celei privind ambalajele, pentru efectuarea studiilor de piață cu privire la mărcile Coca-Cola, cât și pentru promovarea produselor, comunicarea cu consumatorii, relații publice și brand management. Compania generează venituri nete din vânzarea de concentrate și siropuri către parteneri de îmbuteliere autorizați.

Coca-Cola HBC România operează rețeaua de producție, îmbuteliere și distribuție a portofoliului de produse al Coca-Cola România.

Lanțul valoric

GRI 102-6
GRI 102-9



Performanță economică

Anul 2020 a adus numeroase provocări, atât pentru întreaga societate, cât și pentru mediul de afaceri, iar efectele pandemiei de coronavirus s-au resimțit și la nivelul performanței noastre economice, veniturile înregistrând o scădere comparativ cu anul 2019. Cu toate acestea, costurile cu salariile și beneficiile angajaților au crescut, iar investițiile pe care le-am direcționat către societate, într-un context extrem de greu ce a adus o mobilizare excepțională a societății civile și a mediului economic, au fost cu 120% mai mari decât în anul anterior.

COCA-COLA HBC ROMÂNIA

	2018 lei	2019 lei	2020 lei
Valoare economică generată direct:	**2.537.189.284**	**2.812.445.435**	**2.474.075.512**
Venituri	2.537.189.284	2.812.445.435	2.474.075.512
Valoare economică distribuită	**2.583.923.844**	**3.029.218.937**	**2.451.433.774**
Costuri operaționale	1.993.656.435	2.033.215.993	1.759.548.665
Salarii și beneficii pentru angajați	173.806.256	190.615.826	195.164.808
Plăți către acționari	337.839.075	713.183.258	393.770.769
Plăți către guvern/ bugetul de stat	76.737.411	92.203.860	98.130.348
Investiții în comunitate	1.884.668	2.182.010	4.819.184
Valoare economică reținută	**(46.734.560)**	**(216.773.502)**	**(22.641.738)**

	2018	2019	2020
Volum milioane de unit case-uri (uc) vândute	191.295.000	202.204.095,2	185.316.403,0*
Volum litri produs	1.086.173.010	1.148.114.852,5	1.079.796.551,8
Impozitul pe venit (după deducerea cheltuielilor sponsorizate)	76.737.411 lei	92.203.860 lei	60.456.247
Număr clienți (la sfârșitul anului)	94.000	96.810	93.424

*nu include băuturi alcoolice și cafea

COCA-COLA ROMÂNIA

	2018 lei	2019 lei	2020 lei
Valoare economică generată direct:	**90.723.896**	**94.401.760**	**60.166.489**
Venituri	90.723.896	94.401.760	60.166.489
Valoare economică distribuită	**21.245.269**	**21.155.319**	**19.016.559**
Costuri operaționale	7.007.542	7.837.393	6.026.643
Salarii și beneficii pentru angajați	13.689.729	13.008.355	12.699.719
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	309.571	290.197
Investiții în comunitate	*Investițiile în comunitate sunt gestionate prin intermediul Fundației Coca-Cola.*		
Valoare economică reținută	**69.478.627**	**73.246.441**	**41.149.930**

GRI 102-5
GRI 102-7
GRI 103-2
GRI 201-1

Acționariat

În 2020 nu au existat schimbări semnificative la nivelul structurii companiei sau la nivelul acționariatului.

Acționariat	Procent acțiuni
CC Beverages Holdings II B.V.	99,99998%
Jovan Radosavljevic	0,00002%

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

Politica privind taxele

GRI 103-2
GRI 103-3

Angajamentul nostru de a fi un partener care să aducă valoare adăugată pentru fiecare comunitate și jurisdicție în care ne desfășurăm activitatea se află în centrul strategiei noastre de creștere, iar plățile taxelor reprezintă un element cheie pentru capacitatea noastră de a ne îndeplini acest angajament. Abordarea generală a companiei în materie de plată a taxelor este prezentată și interpretată în politica noastră fiscală. Politica fiscală definește scopurile și obiectivele noastre strategice și stabilește rolul pe care departamentul de taxe îl joacă în structura de guvernanță și în atingerea acestor obiective. De asemenea, politica setează principiile care definesc modul în care îndeplinim aceste obiective și definește răspunderile fiscale, responsabilitățile și delegarea autorității. Politica noastră fiscală se bazează pe o serie de **angajamente esențiale pentru**:

- Respectarea tuturor legilor, normelor și reglementărilor în vigoare pentru a ne îndeplini responsabilitățile de conformitate fiscală și de raportare oriunde ne desfășurăm activitatea;
- Conformarea cu liniile directoare ale OCDE privind prețurile de transfer și pentru a ne asigura că principiul tranzacțiilor pe picior de egalitate este întotdeauna respectat în tranzacțiile dintre societățile grupului;
- A ne asigura că strategia fiscală este aliniată cu strategia comercială și de afaceri și că oportunitățile de planificare fiscală sunt evaluate în cadrul unor parametri de risc clari;
- Plata impozitelor pentru activitățile noastre în țara în care este creată valoarea;
- Evitarea oricărei structuri fiscale sau inițiative de planificare fiscală care ar putea exploata lacunele din arhitectura sistemului fiscal internațional pentru a transfera în mod artificial profiturile în locuri unde există o impozitare scăzută sau inexistentă;
- A lucra în mod pozitiv, proactiv și transparent cu autoritățile fiscale;
- Aplicarea cu atenție a diligenței profesionale pentru a ne aigura că toate deciziile sunt bine luate în considerare și documentate.
- A ne asigura că se acordă atenția cuvenită responsabilităților corporative și sociale ale companiei și valorii pe care o acordăm încrederii comunității.

Politica noastră fiscală este susținută de principiile noastre de guvernanță fiscală. **Principiile de guvernanță fiscală** definesc modul în care sunt alocate răspunderile fiscale, responsabilitățile și delegările de autoritate în cadrul grupului:

- Modelul de organizare fiscală pentru Coca-Cola HBC este global. Acest lucru asigură faptul că activitățile și comportamentele fiscale sunt coerente și standardizate la nivel global ori de câte ori este posibil.
- Responsabilitatea pentru toate impozitele aparține Group Tax, cu excepția cazului în care responsabilitatea este delegată și acceptată în mod clar în altă parte.
- Toate liniile de raportare fiscală pentru membrii echipei de taxe a Coca-Cola HBC sunt reflectate în structura Group Tax.

Directorul fiscal al grupului este responsabil de punerea în aplicare a politicii fiscale, care este relevantă pentru toate entitățile și angajații din cadrul Coca-Cola HBC. Politica fiscală este supusă aprobării de către Comitetul de audit al companiei, directorul financiar al Grupului (CFO) și directorul fiscal al Grupului. După aprobare, documentul de politică fiscală este apoi distribuit Comitetului operațional, directorilor generali ai fiecărei țări (GM) și directorilor financiari din țară. Toate delegațiile și segregarea autorităților stabilite în politica fiscală se aliniază la Carta Autorității Coca-Cola HBC. În ceea ce privește responsabilitățile și răspunderile specifice pentru activitățile fiscale, acestea sunt alocate tuturor părților interesate (impozite la nivel de grup, impozite locale, finanțe la nivel de grup, director financiar național, unități de afaceri, părți interesate externe), în conformitate cu organigrama de autoritate la nivel de grup și de țară, așa cum se aplică periodic.

Instruim și sprijinim toți membrii personalului cu responsabilități în materie fiscală pentru a ne asigura că aceștia au competențele, expertiza tehnică și cunoștințele necesare pentru a-și îndeplini în mod eficient și precis responsabilitățile fiscale. Acest lucru le permite angajaților noștri să se transforme în profesioniști talentați și competenți, să își satisfacă nevoile de dezvoltare și să rămână motivați și provocați în rolurile lor.

Codul de conduită fiscal

Codul de conduită fiscal susține declarația de misiune fiscală și stabilește principiile care definesc modul în care operează Coca-Cola HBC. Codul de conduită este aliniat cu principiile cadrului strategic Coca-Cola HBC.

Gestionarea relațiilor cu autoritățile fiscale

Managementul relațiilor dintre Coca-Cola HBC și autoritățile fiscale este consecvent la nivel global și este definit în declarația misiunii fiscale și în codul fiscal de conduită, și anume:

- Ne angajăm să fim deschiși și transparenți față de autoritățile fiscale în ceea ce privește aspectele fiscale ale companiei și să divulgăm informații relevante pentru a permite autorităților fiscale să își efectueze verificarea.
- Ne angajăm să asigurăm conformitatea cu toate cerințele relevante de dezvăluire legală.
- Ne angajăm să colaborăm în mod pozitiv, proactiv și transparent cu autoritățile fiscale și să purtăm un dialog constructiv bazat pe respect și încredere, pentru a reduce la minim amploarea litigiilor, pentru a ajunge la un acord rapid cu privire la aspectele disputate atunci când acestea apar și pentru a obține certitudine, ori de câte ori este posibil.

GRI 103-2

Împreună mereu:

TRANSFORMĂM OBSTACOLE ÎN OPORTUNITĂȚI

Începutul pandemiei ne-a pus față în față cu o perioadă ce avea să se dovedească extrem de dificilă pentru noi toți. Așa cum a fost de așteptat, la nivelul întregului Sistem Coca-Cola, siguranța a fost prioritatea principală pentru noi: siguranța angajaților, a partenerilor, a clienților, a consumatorilor și a produselor noastre. Încă de la începutul situației de criză, am urmat îndeaproape îndrumările autorităților de sănătate publică pentru a proteja sănătatea și siguranța angajaților din birouri, producție, distribuție și retail.

Ca răspuns imediat la situația care se contura la începutul anului 2020, la nivelul Sistemului, a fost înființat un grup intern, cross funcțional, a cărui principală responsabilitate a fost gestionarea tuturor situațiilor de risc cu care ne putem confrunta ca urmare a pandemiei. Grupul, activ și în prezent, include reprezentanți ai departamentelor de achiziții, financiar, resurse umane, marketing, vânzări, comunicare și relații publice, juridic și sisteme și soluții IT (business systems and solutions).

Astfel, toate scenariile și planurile de acțiune dezvoltate la nivelul întregului grup au fost adaptate pentru contextul din România, luând toate măsurile necesare pentru a proteja siguranța angajaților la locul de muncă, în special a angajaților din prima linie – vânzări, producție și depozite.

Totodată, la debutul pandemiei, la Coca-Cola România, am considerat că nu ar fi potrivit sau oportun, în raport cu provocările și cu incertitudinea cu care ne confruntam la acea vreme, să continuăm publicitatea comercială ca și până atunci. Prin urmare, am luat decizia de a ne suspenda activitatea de marketing începând cu luna aprilie a anului 2020. Ne-am concentrat resursele și energia asupra priorităților majore, respectiv siguranța angajaților noștri, rămânând totodată aproape de partenerii de afaceri și încercând să avem un impact pozitiv notabil în comunitățile în care activăm. Ne-am implicat pentru a răspunde nevoilor urgente, precum cele ale personalului medical, ale pacienților, dar și pentru a sprijini eforturile societății, în general, de a depăși cu bine această perioadă nemaiîntâlnită.

2020: REALIZĂRILE NOASTRE

Ca parte din Grupul Coca-Cola HBC, activitatea noastră este aliniată la cele mai înalte standarde și practici internaționale, lucru demonstrat și de ratingurile și clasamentele în cadrul cărora ne poziționăm pe primele locuri atunci când vorbim de performanță socială, de mediu și de guvernanță.

Dow Jones - Indicele de Sustenabilitate (DJSI)

Suntem evaluați ca fiind cea mai sustenabilă companie de băuturi din lume conform *Indicelui de Sustenabilitate Dow Jones*. Aceasta este a 5-a oară în 7 ani când ne-am clasat pe locul 1, la nivel global, în indexul de sustenabilitate și al 10-lea an consecutiv când suntem clasați printre primele trei companii globale și europene de băuturi. Totodată, în 7 din ultimii 8 ani, compania s-a clasat pe primul loc în topul companiilor producătoare de băuturi din Europa.

Începând cu 2008, grupul nostru a fost inclus în DJSI în fiecare an – ceea ce atestă eforturile noastre de a ne îmbunătăți permanent performanța în zona sustenabilității. Lansat în 1999, DJSI este considerat un punct de referință global în domeniul sustenabilității corporative.

Member of
Dow Jones Sustainability Indices
Powered by the S&P Global CSA

Evaluarea MSCI ESG

În 2020, pentru al șaselea an consecutiv, am primit ratingul „AAA" din partea MSCI ESG.

MSCI ESG evaluează companiile din întreaga lume pe baza expunerii lor la riscurile ESG specifice industriei și a capacității lor de a gestiona aceste riscuri în raport cu alți competitori.

MSCI ESG RATINGS AAA
CCC | B | BB | BBB | A | AA | AAA

FTSE4GOOD

Am fost incluși în seria FTSE4Good Index de la înființarea sa în 2000. În ultimii ani, am fost evaluați cu cel mai mare scor din industria băuturilor. Această serie de indici este concepută pentru a identifica companiile care demonstrează practici sănătoase de mediu, sociale și de guvernanță măsurate în raport cu standardele recunoscute la nivel mondial.

FTSE4Good

CDP (Carbon Disclosure Project)

În 2020, am primit rating maxim și calificativul „A" pentru dezvăluirile CDP privind clima și apa. Totodată, în ultimii cinci ani (din 2016), ne-a fost acordat scorul maxim în clasamentele CDP privind clima și, de 4 ori, calificativul „A" în ceea ce privește clasamentul CDP privind apa. În plus, din 2016 am fost recunoscuți de CDP ca lider global pentru implicarea și comunicarea cu partenerii din ecosistemul lanțului de aprovizionare.

Procesul de notare, precum și informarea CDP anuală cu privire la mediu, sunt recunoscute ca făcând parte din standardul de bază privind transparența corporativă în direcția mediului înconjurător.

CDP utilizează o metodologie detaliată și independentă pentru a evalua companiile, alocând un scor de la A la D, pe baza caracterului cuprinzător al indicatorilor, conștientizării și gestionării riscurilor de mediu și expunerii celor mai bune practici de mediu, ca de exemplu: stabilirea unor obiective ambițioase și semnificative.

CDP DISCLOSURE INSIGHT ACTION A LIST 2020 CLIMATE

CDP DISCLOSURE INSIGHT ACTION A LIST 2020 WATER

VIGEO

Vigeo evaluează Coca-Cola HBC din 2004; în 2020 am ocupat primul loc în clasamentul realizat de Vigeo Eiris, în colaborare cu Euronext. De asemenea, ne-am menținut poziția în Top 120 din Europa, precum și în Top 20 Index din Marea Britanie. Grupul Vigeo furnizează cercetări și analize administratorilor de active, evaluând performanța companiilor privind dezvoltarea durabilă și responsabilitatea socială.

ISS

Ne-am menținut statutul ISS ESG Prime din 2016. Fondată inițial în 1993 și cunoscută anterior sub numele de Oekom Research, ISS este una dintre cele mai importante agenții de cercetare și evaluare a factorilor ESG pentru investiții sustenabile, având una dintre cele mai bune metodologii de evaluare la nivel mondial, recunoscută pentru calitatea sa.

FORUM ETHIBEL

Din 2007, facem parte din registrul de investiții Ethibel EXCELLENCE. FORUM ETHIBEL este o agenție independentă care consiliază băncile și brokerii cu privire la investițiile responsabile din punct de vedere social. Aceasta evaluează companiile din întreaga lume, din perspectiva performanței economice, sociale și de mediu. ETHIBEL caută companii care impun tendințe antreprenoriale responsabile din punct de vedere social în sectorul și regiunile în care activează.

La nivelul Grupului Coca-Cola HBC, în ultimul deceniu ne-am redus emisiile cu

31%

2020 vs. 2010

Reducere absolută

Ingrediente

-12%

Produse fără zahăr/cu conținut redus de zahăr

Factor de carbon îmbunătățit la nivelul furnizorului

Îmbunătățire a eficienței producției

Ambalare

-22%

PET, sticlă și doze de aluminiu cu greutate redusă

Optimizarea ambalajelor secundare

Introducerea rPET și bPET

Producție

-37%

Programe de economisire a energiei

Investiții/parteneriate pentru cogenerare (CHP)

Noi linii de producție/ consolidarea producției

Achiziția de energie electrică din surse regenerabile

Distribuție

-39%

Optimizarea rețelei de aprovizionare

Optimizarea flotei

Flotă de generație nouă

Refrigerare

-43%

Frigidere fără HFC

Modele noi, eficiente din punct de vedere energetic

Înlocuirea frigiderelor vechi

Reducere totală absolută a emisiilor de gaze cu efect de seră cu 31% sau 1,8 milioane de tone de CO_2.

Cifre cheie

Sistemul Coca-Cola România

GRI 102-7
GRI 405-2

>1 miliard

de litri de băutură produși

>93.000 clienți

Cea mai sustenabilă companie din România

conform The Azores Romania CSR Index 2020

Cel mai bun furnizor FMCG

în cadrul Progresiv Awards 2020

Gold Level Recognition

la evaluarea Community Index, categoriile *Educație pentru Carieră* și *Managementul Deșeurilor* pentru proiectele **La TINEri este puterea** și **După noi, strângem tot noi**

Cel mai atractiv angajator FMCG

conform Studiului Randstad Employer Brand 2020

Premiul

Parteneriatul Anului

pentru proiectul **Living Danube**, Coca-Cola – WWF, în cadrul Reuters Responsible Business Awards 2020

>1.550 angajați

în echipa Sistemului Coca-Cola

0,92

raportul dintre media salariilor oferite bărbaților și media salariilor oferite femeilor la CCHBC

>17,6 mil. lei

valoare beneficiilor oferite angajaților CCHBC

37

numărul mediu de ore de formare profesională per angajat al CCHBC

45,8%

proporția posturilor de manager de la CCHBC deținute de femei*

0

accidente de muncă înregistrate

100%

din totalul energiei electrice utilizate provine din surse regenerabile și curate

~2%

scădere a intensității emisiilor din Scopul 1 și Scopul 2, raportat la volumul de băuturi produs în 2020

~1,9%

scădere a intensității consumului de apă față de 2019, raportat la volumul de băuturi produs în 2020

20%

din totalul portofoliului a fost îmbuteliat în PET reciclat

>9,5 mil. lei

valoarea investițiilor comunitare

110

numărul voluntarilor din rândul angajaților CCHBC

*pozițiile de management cu un Job Grade 10+

Responsabilitate și etică în afaceri

Guvernanță corporativă

Prin poziția noastră de lider al industriei producătoare de băuturi, avem responsabilitatea de a fi un exemplu de bune practici pentru toți partenerii cu care interacționăm în activitatea de zi cu zi. Astfel, cadrul robust care cuprinde politicile și procedurile pe care le urmărim în procesele de luare a deciziilor are la bază principii ancorate în colaborare, comportament etic, asumare, responsabilitate și transparență.

Acestea sunt constant urmărite și evaluate, fiind actualizate ori de câte ori este nevoie, în conformitate cu prevederile legislative naționale și internaționale, dar și cele mai înalte standarde în domeniu.

Structuri de conducere

COCA-COLA HBC ROMÂNIA

Coca-Cola HBC România este condusă de un Administrator Unic, Jovan Radosavljevic, în calitate de Director General/Administrator Unic, care raportează Directorului Regional. Acesta are responsabilitatea de a conduce Echipa de Management Superior (SMT), principalul organism de guvernare.

70%

din membrii echipei de management superior sunt de naționalitate română.

40%

din pozițiile din echipa de management superior sunt ocupate de femei.

Componența Echipei de Management Superior

Numele membrului / Poziție / Naționalitate

Radosavljevic Jovan
General Manager
sârbă

Nichita Alice-Simona
Public Affairs & Communication Manager
română

Malouhos Vasileios
Country Supply Chain Service Manager
greacă

Mulțescu Cosmin-Luca
Business Solutions & Systems Country Manager
română

Ioniță Mihaela
Human Resources Manager
română

Alexandru Raluca-Cătălina
Acting Legal Manager
română

Hoffman Mihaela
Marketing Manager
română

Rompis Satskos Dimitrios
Chief Financial Officer
greacă

Neacșu Paul- Leonard
Country Sales Manager
română

Munteanu Cristian
Commercial Excellence Manager
română

Echipa de Management Superior, în funcție de vârsta și genul membrilor — 2020

	Bărbați		Femei		Total	
	Nr.	Proporție	Nr.	Proporție	Nr.	Proporție
<30 ani	0	0%	0	0%	0	0
30-50 ani	6	60%	4	40%	10	100%
>50 ani	0	0%	0	0%	0	0

În echipa de Management Senior (SMT), Directorul General, Directorul Public Affairs & Comunicare, Directorul de Resurse Umane și Directorul Supply Chain au indicatori de performanță direct legați de atingerea angajamentelor de sustenabilitate asumate pentru 2025, fiecare în aria sa de responsabilitate.

Structuri de conducere

COCA-COLA ROMÂNIA

GRI 102-18
GRI 102-22
GRI 202-2
GRI 405-1

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.

50%

din membrii echipei de management superior sunt de naționalitate română.

25%

din pozițiile din echipa de management superior sunt ocupate de femei.

Componența Echipei de Management Superior

Numele membrului	Poziție	Naționalitate
Paris Nikolopoulos	Country Manager	greacă
Miruna Smeureanu	Marketing Director	română
Bosko Popeskov	Business & Commercial Strategy Manager	sârbă
Constantin Bratu	Public Affairs & Communication Manager	română

Echipa de Management Superior, în funcție de vârsta și genul membrilor 2020

	Bărbați		Femei		Total	
	Nr.	Proporție	Nr.	Proporție	Nr.	Proporție
<30 ani	0	0%	0	0%	0	0
30-50 ani	3	75%	1	25%	4	100%
>50 ani	0	0%	0	0%	0	0

GRI 102-18
GRI 103-1
GRI 103-2
GRI 103-3

Comitetul de Etică și Conformitate

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.

Comitetul este format din șapte membri, printre care directorul general, directorul departamentului juridic, directorul departamentului financiar, directorul departamentului de resurse umane, directorul departamentului de securitate și directorul regional de audit de conformitate și cod de conduită (Area COBC&Compliance Audit Manager). Printre responsabilitățile comitetului se numără revizuirea tuturor abaterilor sau încălcărilor Codului de Conduită în afaceri, în conformitate cu prevederile politicilor de la Grup și lansarea inițiativelor care să contribuie la promovarea unei culturi etice la nivelul întregii organizații.

Codul de conduită

GRI 102-16
GRI 103-2
GRI 103-3

COCA-COLA HBC ROMÂNIA

Compania noastră derulează și implementează programe complexe de conformitate, prin care ne asigurăm că valorile și politicile noastre sunt cunoscute și aplicate de toți angajații în activitatea zilnică. La baza acestor programe de conformitate stau Codul de conduită în afaceri (COBC - Code of Business Conduct) și Manualul de conformitate și politica anti-mită.

La Coca-Cola HBC România, ne-am asumat angajamentul ferm de a ne desfășura întreaga activitate cu integritate și respect față de societate și mediu.

COBC, disponibil pe pagina web a Coca-Cola HBC România, aici, stabilește angajamentul companiei pentru derularea activității noastre, în concordanță cu valorile care stau la baza companiei, toate legile aplicabile, regulamentele și standardele din industrie având rolul de a ghida toți angajații, indiferent de nivelul de management, spre un comportament etic. Acesta detaliază principiile ce trebuie urmate cu strictețe în activitatea de zi cu zi, ilustrând totodată consecințele nerespectării regulamentului.

COBC acoperă toate aspectele pe care angajații trebuie să le respecte atunci când vine vorba despre:

- **Integritatea în cadrul companiei:**
  - drepturile omului, diversitatea și incluziunea
  - înregistrările corporative
  - utilizarea rezonabilă a bunurilor Coca-Cola HBC
  - protejarea informațiilor și a bunurilor operaționale
  - relațiile cu furnizorii și clienții
  - conflictele de interese
- **Integritatea în comunitate:**
  - principiile anti-mită
  - mediul, sănătatea și siguranța la locul de muncă
  - concurența onestă pe piață și respectarea legilor concurenței
  - confidențialitatea și protecția datelor cu caracter personal
  - principiile referitoare la titlurile de valoare ale companiei
- **Gestionarea aspectelor ce țin de respectarea COBC**
  - sancțiuni
  - instruirea cu privire la codul de conduită
  - investigarea rapoartelor privind potențialele încălcări ale COBC

Toți angajații, managerii, membrii Comitetului Operațional și Directorii companiei au obligația de a respecta prevederile COBC, de a se informa cu privire la acestea, de a participa la instruirile periodice și de a pune întrebări în cazul în care au nevoie de clarificări. Aceștia se pot adresa responsabililor pe probleme de etică și conformitate, care diferă în funcție de rol, astfel:

Angajații la nivel de țară
↳ Managerului departamentului Juridic la nivel de țară

Managerii generali și angajații diviziilor grupului
↳ Chief Compliance Officer-ului

Directorul General Executiv
↳ Comitetului de Audit și Riscuri la nivel de Grup

Totodată, furnizorii, distribuitorii, agenții, consultanții și contractorii noștri se supun multora dintre principiile COBC, așa cum sunt ele descrise în Principiile de îndrumare pentru furnizori/Normele pentru furnizori, disponibile aici. Mai multe informații despre aplicarea Normelor puteți consulta în detaliu în Capitolul 6.1. Lanțul de aprovizionare.

COCA-COLA ROMÂNIA

Dincolo de calitatea produselor care au contribuit la renumele mărcii Coca-Cola de-a lungul timpului, una dintre cele mai importante valori care ne caracterizează este integritatea. Adânc înrădăcinată în cultura noastră organizațională, integritatea reprezintă un principiu pe care toți angajații noștri trebuie să îl adopte în activitatea lor zilnică, indiferent de poziția pe care o ocupă sau zona unde își desfășoară activitatea.

Modul în care aplicăm acest principiu, dar și toate valorile care trebuie să descrie comportamentul echipei, sunt conținute în Codul de Conduită în Afaceri al The Coca-Cola Company, disponibil aici. Codul reprezintă un ghid pentru angajații noștri și prezintă modul în care aceștia ar trebui să acționeze zi de zi:

- într-un mod etic și onest,
- susținând valorile și protejând reputația companiei,
- luând cele mai bune decizii în fiecare zi,
- respectând cadrul legislativ, reglementările și standardele cerute de companie,
- înțelegând unde și cum să solicite asistență sau îndrumare atunci când există întrebări.

Canale de raportare

GRI 102-17
GRI 103-2
GRI 103-3

COCA-COLA HBC ROMÂNIA

COBC descrie și procedurile pe care angajații trebuie să le respecte în raportarea anumitor probleme sau incidente. Astfel, aceștia au responsabilitatea de a înainta orice îngrijorare cu privire la încălcarea prevederilor COBC, discutând cu managerul direct, cu directorul pe linie funcțională/managerul direct sau cu Ofițerul Responsabil pe Probleme de Etică și Conformitate, ori contactând departamentul Audit intern și, în special, managerul COBC.

Totodată, o serie de probleme care vizează problemele financiare, contabile sau de audit trebuie raportate direct Directorului corporativ responsabil de audituri sau Directorului comitetului Audituri și riscuri, încălcări grave ale COBC, precum cele care implică niveluri înalte de management, sume mari de bani, declarații financiare greșite sau presupuse activități infracționale, trebuie raportate direct și fără întârziere Directorului juridic la nivel de grup, Managerului financiar general la nivel de grup sau Directorului corporativ pe probleme de audit.

Angajații pot utiliza în orice moment și pentru orice aspecte, linia **Vorbește!**/ Speak Up!, disponibilă aici sau la adresa www.coca-colahellenic.ethicspoint.com. Compania își asumă ca orice angajat sau manager din conducerea superioară care recurge la presiuni sau represalii împotriva unui coleg care a formulat îngrijorări sau descurajează sau împiedică alți angajați să raporteze sau să solicite asistență vor fi sancționați în conformitate cu Politica privind Raportarea/ Politica „Whistleblowing".

17 sesizări au fost primite în 2020 prin intermediul liniei **Vorbește!**/ Speak Up!.

Dintre acestea, 2 au vizat potențiale conflicte de interese. Specificul fiecărui caz, mecanismele de soluționare, rezultatele investigațiilor realizate conform procedurilor interne și măsurile corective implementate sunt informații de natură strict confidențială și nu pot fi comunicate public.

COCA-COLA ROMÂNIA

Toți angajații companiei sunt încurajați să ceară sfaturi sau să înainteze orice sesizare/ îngrijorare cu privire la încălcări ale codului de conduită sau ale altor politici ale companiei, fie managerului direct, fie apelând la unul dintre canalele puse la dispoziția acestora.

În 2020 nu au fost înregistrate sesizări din partea angajaților Coca-Cola România.

Pentru a raporta	Resurse	Canale de raportare
Raportare norme de conduită Probleme de conduită	EthicsLine, managerul dumneavoastră, responsabilul local în norme de etică sau la Biroul de etică și conformitate	Raportare online: www.KOethics.com sau numerele de telefon apelabile gratuit, care se găsesc pe www.KOethics.com
Întrebări de ordin juridic	Consilierul juridic al companiei	Asistență juridică locală
Aprobări scrise și orientare privind aspectele etice și de conformitate	Responsabilul local în norme de etică	Site-ul de intranet privind codul de etică și conformitate pentru a afla cine este responsabilul local în norme de etică
Întrebări despre Codul de conduită în afaceri	Biroul de etică și conformitate, sau responsabilul local în norme de etică	Email: compliance@coca-cola.com Fax: +1-404-598-5579 Mail: Responsabilul în norme de etică și conformitate Coca-Cola
Posibile probleme penale	Securitatea strategică	Centrul operațional KOC@coca-cola.com 800-515-2022
Politica contabilă și financiară și întrebări privind procedurile	Personalul superior în domeniul finanțelor	Serviciul local de asistență financiară
Politica în domeniul resurselor umane și întrebări de procedură	Departamentul de resurse umane sau reprezentantul angajaților	Departamentul de resurse umane local
Drepturile omului Întrebări legate de politică	Echipa globală privind dreptul muncii	Email: humanrights@coca-cola.com

Conflictul de interese

GRI 102-25
GRI 103-2
GRI 103-3

COCA-COLA HBC ROMÂNIA

Ne așteptăm ca toți angajații noștri să acționeze urmărind interesele companiei, luând decizii obiective, fără a lăsa interesul personal să le influențeze în vreun fel activitatea zilnică. Totodată, conflictele de interese pot apărea în relația cu potențiali clienți, clienți, furnizori, alți parteneri de afaceri sau funcționari publici. Angajații sunt încurajați să raporteze și să comunice cu promptitudine orice situație ce ar putea fi încadrată la conflict de interese, către managerul direct și către ofițerul responsabil pe probleme de etică și conformitate. În același timp, aceștia pot sesiza și prin intermediul Portalului pentru aprobări COBC orice relație sau interes care i-ar putea afecta sau care ar putea să afecteze capacitatea acestora de a acționa în interesul companiei, ca de exemplu: o rudă sau o persoană cu care angajatul are o relație personală apropiată, care este implicată într-o decizie de afaceri care are legătură cu Coca-Cola HBC, investiții în clienți, concurenți sau furnizori ai Coca-Cola HBC (cu excepția acțiunilor companiilor listate public, care ar putea fi păstrate drept investiții personale), un alt loc de muncă într-o altă companie/o altă activitate desfășurată în afara programului de lucru la Coca-Cola HBC care ar putea influența judecata angajatului.

i

În 2020 au fost înregistrate 2 sesizări privind conflictul de interese. Dintre acestea, o singură sesizare a fost fondată. Deși un conflict de interese nu reprezintă o încălcare a Codului, necomunicarea acestuia reprezintă o încălcare. În cazul respectiv, s-au luat măsuri imediate pentru rezolvarea conflictului de interese.

Mai mult, compania a întreprins acțiunile necesare pentru a readuce în atenția angajaților necesitatea raportării posibilelor conflicte de interese și identificării potențialelor cazuri similare.

COCA-COLA ROMÂNIA

Codul de Conduită în Afaceri are rolul de a ajuta angajații să cunoască situațiile care ar putea să constituie sau să conducă la apariția unui conflict de interese și totodată, prezintă pașii pe care aceștia trebuie să îi urmeze atunci când sunt implicați într-o situație ce ar putea reprezenta un conflict de interese. Toți angajații sunt încurajați să raporteze orice suspiciune cu privire la posibila apariție sau existența unui conflict de interese către Ofițerul local de etică sau, în funcție de natura situației, către persoanele/departamentele responsabile pentru gestionarea lor.

i

În 2020, la nivelul Coca-Cola România nu au existat sesizări cu privire la eventuale conflicte de interese.

Politica anti-corupție

Succesul nostru este direct proporțional cu încrederea pe care ne-o acordă partenerii de afaceri, clienții și consumatorii produselor noastre. De aceea, ne-am luat angajamentul de a ne desfășura activitatea într-un mod corect, în conformitate cu cele mai înalte standarde de etică și integritate. Astfel, la nivelul întregului Sistem, există o politică de toleranță zero atunci când vine vorba de mită sau alte fapte de corupție.

COCA-COLA HBC ROMÂNIA

La Coca-Cola HBC România, Politica Anti-Mită descrie comportamentul pe care îl așteptăm de la angajații noștri atunci când aceștia interacționează cu funcționarii publici și include indicațiile și interdicțiile legate de oferirea și primirea de cadouri și activități de divertisment, vizitele la fabrică și testările de produse, ospitalitatea, deplasările și cazarea, evenimentele premium, activitățile de lobby și contribuțiile caritabile sau politice. Aceleași reguli se aplică furnizorilor, distribuitorilor, agenților, consultanților și subcontractorilor noștri care acționează în numele nostru.

Monitorizăm foarte atent orice terță parte pe care o angajăm să interacționeze cu un funcționar public în numele companiei, de aceea, verificarea prealabilă a terților este obligatorie. Fiecare persoană care interacționează cu un astfel de furnizor are responsabilitatea relației de ansamblu cu respectiva parte, de la analiza preliminară selectării acesteia, până la finalul relației contractuale. Înainte de contractare, angajatul responsabil trebuie să se asigure că au fost efectuate toate verificările prealabile și că a obținut aprobarea scrisă prealabilă din partea Ofițerului Responsabil pe Probleme de Etică și Conformitate.

Verificarea prealabilă a părților care ar putea interacționa cu funcționari publici în numele companiei trebuie efectuată în toate situațiile prin platforma Exiger la insight.exiger.com. Astfel, se poate identifica dacă respectiva terță parte este una care implică riscuri ridicate, dacă au existat acuzații anterioare privind comportamente comerciale incorecte etc. Dacă platforma Exiger oferă semnale de avertizare, trebuie consultat Ofițerul Responsabil pe Probleme de Etică și Conformitate. Verificările prealabile trebuie efectuate o dată la doi ani.

În 2020 trainingurile de conformitate în ceea ce privește Codul de conduită în afaceri și Politica Anti-mită nu s-au desfășurat din cauza contextului pandemic. Cu toate acestea, compania a derulat evenimentul Săptămâna de Etică și Conformitate la care au participat online peste 650 angajați și 16 furnizori la sesiunile dedicate acestora.

COCA-COLA ROMÂNIA

La nivelul Coca-Cola România, Politica Anti-Mită prevede respectarea cu strictețe a legislației în vigoare în acest sens, precum și pregătirea anuală a tuturor angajaților. De asemenea, toți furnizorii care interacționează cu funcționari publici trebuie să cunoască și să respecte această politică, iar evaluarea acestora este un proces de rutină.

Categorie	Număr de persoane informate cu privire la politicile și procedurile anti-corupție în 2020	Număr de persoane care au fost instruite cu privire la politicile și procedurile anti-corupție (training online) în 2020
Membrii ai boardului	4	4
BU Senior Management	11	11
Angajați (middle management + white collar)	19	19

În 2020 nu au fost înregistrate:

- acțiuni în justiție sau procese publice intentate companiilor din Sistemul Coca-Cola România sau angajaților, ce au avut ca obiect fapte de corupție și niciun angajat al Sistemului nu a fost implicat în incidente de corupție care să ducă la concediere sau sancțiuni disciplinare;
- încheieri sau întreruperi ale raporturilor contractuale cu partenerii ca urmare a unor incidente de corupție.

GRI 103-1
GRI 103-2
GRI 103-3
GRI 205-2
GRI 205-3

Respectarea legislației privind concurența

Întregul parcurs istoric al Coca-Cola și loialitatea pe care consumatorii o au față de băuturile noastre au fost obținute având la bază practici de concurență oneste. Nu ne dorim sub nicio formă să obținem avantaje față de concurenții noștri prin practici de afaceri ilegale sau care nu respectă principii etice. Cadrul legislativ național reglementează practicile noastre comerciale cu clienții, distribuitorii și alți terți.

La Coca-Cola HBC România, liniile directoare în domeniul concurenței se regăsesc în Manualul de Dreptul Concurenței. Toți angajații noștri 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.

Codul de Conduită în afaceri al Coca-Cola România descrie procedurile pe care angajații trebuie să le adopte și respecte și modul în care aceștia trebuie să acționeze pentru a se asigura că respectă regulile competiției corecte.

În 2020, la nivelul Sistemului Coca-Cola România, nu au fost înregistrate acțiuni în justiție pentru comportament anticoncurențial sau sancțiuni pentru nerespectarea legislației privind concurența.

Drepturile omului

Respectul pentru drepturile fundamentale ale omului reprezintă o valoare fundamentală pentru sustenabilitatea modelului de afaceri al Sistemului Coca-Cola.

Cadrul care reglementează abordarea noastră privind drepturile omului este susținut de politici și proceduri stricte, care înglobează 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 principiile asumate de participarea noastră în Rețeaua Națiunilor Unite „Global Compact" (United Nations Global Compact).

Mai multe despre angajamentele și politicile noastre privind drepturile omului, puteți citi accesând Politica Coca-Cola HBC România și Politicile și Regulamentele The Coca-Cola Company privind drepturile omului.

Totodată, avem și continuăm să dezvoltăm mecanisme de verificare și politici complexe pentru a ne asigura că drepturile omului sunt respectate și promovate de-a lungul întregului lanț de furnizori. Ne așteptăm ca toți furnizorii noștri să adopte aceleași standarde și principii referitoare la respectarea drepturilor omului. Toate aceste aspecte le sunt comunicate la Coca-Cola HBC România prin Principiile de Conduită pentru Furnizori și la Coca-Cola România prin Codul de Conduită în afaceri pentru furnizori și Principiile Directoare pentru Furnizori (Supplier Guiding Principles).

În 2020, la nivelul Sistemului Coca-Cola România, nu au fost sesizări din partea angajaților privind încălcări ale drepturilor omului.

GRI 103-1
GRI 103-2
GRI 103-3
GRI 206-1

Protecția datelor cu caracter personal

COCA-COLA HBC ROMÂNIA

Prețuim și protejăm confidențialitatea datelor tuturor angajaților, ale candidaților la posturi deschise în cadrul companiei, ale partenerilor de afaceri și ale clienților. La nivelul echipei întregii companii există responsabilitatea de a respecta următoarele principii fundamentale atunci când sunt gestionate date cu caracter personal:

- Prelucrăm datele în mod legal, corect și transparent.
- Colectăm datele în scopuri specificate, explicite și legitime.
- Nu colectăm și nu prelucrăm date de care nu avem nevoie.
- Păstrăm datele corect și le actualizăm.
- Limităm timpul cât păstrăm datele colectate.
- Asigurăm măsuri de securitate corecte pentru datele cu caracter personal.

Modul în care gestionăm datele cu caracter personal trebuie să fie conform cu prevederile din Politica de păstrare a datelor și Politica privind confidențialitatea datelor.

COCA-COLA ROMÂNIA

Informații detaliate cu privire la modul în care Coca-Cola România folosește și protejează datele cu caracter personal sunt disponibile pe pagina companiei, aici.

În 2020, la nivelul Sistemului nu au existat incidente ce au avut ca subiect pierderea sau furtul de date cu caracter personal sau sesizări sau reclamații primite de la terți (de ex. autorități, clienți, consumatori etc.) ce au vizat încălcarea legislației cu privire la protecția datelor cu caracter personal.

Contribuții politice

GRI 103-1
GRI 103-2
GRI 103-3
GRI 415-1
GRI 418-1

În 2020, companiile din Sistemul Coca-Cola România nu au oferit sponsorizări partidelor sau candidaților politici.

Modul în care sunt gestionate contribuțiile politice este detaliat în Codul de conduită în afaceri al Coca-Cola HBC România și Politica privind contribuțiile politice a The Coca-Cola Company.

Cum ne gestionăm riscurile

GRI 102-11
GRI 102-18
GRI 102-30

Programul nostru privind gestionarea riscurilor

Abordăm riscurile specifice activității noastre într-un mod integrat, la nivelul întregului Grup.

Programul SmartRisk, care reflectă abordarea noastră privind gestionarea riscurilor întreprinderilor (enterprise risk management - ERM), stimulează schimbările culturale prin încurajarea tuturor angajaților să își asume riscuri în cunoștință de cauză pentru o dezvoltare consistentă. Prin integrarea discuțiilor privind riscurile și gestionarea acestora în cadrul întâlnirilor lunare de business, liderii din compania noastră continuă să își sporească capacitatea de a le identifica și a le gestiona într-un timp foarte scurt.

La nivel de Grup, Programul ERM este condus de Chief Risk Officer (CRO), care lucrează îndeaproape cu responsabilii în gestionarea riscurilor din fiecare țară și din cadrul Grupului, în evaluarea și managementul riscurilor de business. CRO are sarcina de a menține o vedere de ansamblu asupra tuturor operațiunilor, inclusiv riscurile și oportunitățile emergente și, prin raportare periodică, să poată asigura transparență privind riscurile pe care Consiliul Operațional și Bordul Executiv să o poată lua în calcul în procesul decizional sau în alte activități.

Echipa de conducere păstrează responsabilitatea generală (responsabilitatea în cazul riscurilor legate de Grup, sistemele de gestiune și control intern), responsabilitatea asupra identificării apetitului de risc și, prin Comitetul de Risc și Audit, evaluează și revizuiește eficacitatea acestor sisteme în cadrul companiei.

La nivel local, procedurile de management al riscului presupun:

- Discuții despre riscuri și oportunități, parte din întâlnirile SMT lunare sau procesul Business Performance Management System (BPMS). Discuțiile lunare formale sunt o componentă importantă a modului în care ne desfășurăm activitatea și asigură o mai bună identificare și răspuns la riscurile și oportunitățile ce pot apărea.
- Agenda discuțiilor și revizuirilor lunare cu privire la riscuri, precum și durata acestor sesiuni sunt ghidate de dinamica și complexitatea pieței. În cadrul întâlnirilor, responsabilul de risc urmărește ca discuția să acopere toate punctele de pe agendă și se asigură că punctele cheie și toate deciziile luate sunt înregistrate.
- În urma acestor întâlniri, riscurile și procedurile de atenuare a riscurilor sunt actualizate, iar noile riscuri și oportunități sunt înregistrate în sistem.
- Riscurile sunt revizuite și aprobate de către managerul general și responsabilul de risc în lunile aprilie și octombrie, în fiecare an. Managerul general și responsabilul de riscuri confirmă, prin e-mail, CRO-ului de la nivel de Grup, acuratețea înregistrărilor și conformarea cu procesele interne stabilite.

Totodată, în cadrul companiei au fost stabilite procese de gestionare a situațiilor de criză, existând o echipă dedicată responsabilă pentru implementarea acestora. Procesele sunt auditate anual de Grup și, dacă este cazul, se pot lua măsuri de îmbunătățire a proceselor și a capabilităților.

Revizuirea programului

Departamentul de audit intern desfășoară anual o revizuire independentă a programului ERM și a implementării sale. Echipa de audit evaluează, în cadrul tuturor unităților, gestionarea riscurilor și a programelor de reziliență ale companiei, a proceselor specifice și aplicarea acestora în raport cu cele mai bune practici de afaceri și a Standardelor Internaționale de Contabilitate.

Directorul de audit face recomandări pentru a îmbunătăți programul de gestionare a riscurilor, în cazul în care este necesar, constatările fiind transmise Comitetului de audit și de risc. Bazându-se pe revizuirea programului ERM, echipa de conducere și comitetele sale desfășoară, de asemenea, revizuiri ale eficacității controalelor noastre interne și ale detaliilor suplimentare cu privire la revizuirea respectivă, acestea fiind stabilite, de regulă, în Comitetul de audit și de risc.

Sistemele de gestionare a riscurilor și cele de control intern sunt în vigoare pentru anul în curs de evaluare și până la data aprobării raportului anual.

Alinierea riscurilor cu temele materiale

Multe dintre aspectele pe care stakeholderii noștri le consideră materiale sunt mai mult decât riscuri directe care ne pot afecta compania, fiind riscuri care pot afecta întregul ecosistem din care facem parte cu toții. De asemenea, împărtășim o responsabilitate comună în ceea ce privește gestionarea riscurilor. Acest lucru aduce beneficii de business pe termen lung și contribuie la rezolvarea unor probleme ample pentru comunitățile în care ne desfășurăm activitatea.

Astfel, gestionarea deșeurilor și materialele utilizate în operațiuni sunt teme prezente în top 5 ca pondere în modul cum influențează deciziile și evaluările stakeholderilor, alături de sănătatea și siguranța consumatorului, conformarea cu reglementările legislative de protecție a mediului și promovarea consumului responsabil. Acestea, împreună cu o serie de alte aspecte, reprezintă, în același timp, cele mai semnificative riscuri și oportunități pe termen lung, pentru activitatea noastră.

Pentru că suntem o parte importantă a comunităților în care ne desfășurăm activitatea, modul în care abordăm și gestionăm riscurile este reflectat și în viziunea și strategia noastră pe termen lung.

Principalele riscuri	Descriere	Impact potențial	Cum îl adresăm?	Relația cu temele materiale
Sustenabilitate: **Deșeuri** *ambalaje și plastic*	Preocupări legate de poluarea produsă de deșeurile din ambalaje și plastic.	Scăderea credibilității în discuțiile publice Creșterea costurilor operaționale Creșterea costurilor operaționale, inclusiv impunere a unor taxe discriminatorii Diminuarea numărului de consumatori	Gestionarea deșeurilor din ambalaje și programele „O Lume fără Deșeuri" Angajamentele legate de ambalaje sustenabile,conform misiunii 2025 din cadrul companiei Parteneriate cu ONG-uri locale și internaționale pentru recuperarea ambalajelor	Materiale Deșeuri Conformarea cu reglementările legislative de protecție a mediului Management sustenabil
Sustenabilitate: **Schimbări climatice**	Riscurile asociate cu evenimente neprevăzute și efectele volatile ale schimbărilor climatice Eșecul de a reduce amprenta de carbon a companiei, inclusiv la nivelul întregului lanț valoric.	Disponibilitatea produselor Întreruperea operațiunilor și a distribuției Deteriorarea pe termen lung a cadrului în care ne derulăm operațiunile Creșterea costurilor operaționale	Un nou obiectiv bazat pe date științifice (Science Based Targets) până în anul 2030 Programe de gestionare a energiei și tranziția către energie regenerabilă și curată Parteneriate cu stakeholderi locali și internaționali Concentrarea eforturilor asupra achizițiilor sustenabile Analiza de risc fizic, în acord cu angajamentul pentru respectarea recomandărilor TCFD Planuri de gestionare a dezastrelor naturale pentru întregul lanț operațional	Emisii Energie Conformarea cu reglementările legislative de protecție a mediului Management sustenabil

GRI 102-11
GRI 103-2
GRI 201-2

Principalele riscuri	Descriere	Impact potențial	Cum îl adresăm?	Relația cu temele materiale
Sustenabilitate: **Disponibilitatea și utilizarea apei**	Riscurile din operațiunile noastre, zonele de aprovizionare a materiilor prime, comunități și mediu legate de disponibilitatea apei, stres hidric și calitatea apei.	• Deteriorarea pe termen lung a cadrului în care ne derulăm operațiunile • Disponibilitatea apei în comunitățile în care ne desfășurăm activitatea și impactul asupra mediului • Deteriorarea pe termen lung a cadrului în care ne derulăm operațiunile • Posibilitatea diminuării resursei de apă care poate crea întreruperi în procesul de producție • Costuri operaționale crescute (ex. Costul aprovizionării cu apă sau tratării apei)	• Efectuarea unor evaluări specifice pentru a detecta vulnerabilitatea surselor de apă (SVA) pentru identificarea și atenuarea riscurilor legate de alimentarea cu apă • Obținerea certificării Alliance for Water Stewardship, pentru a identifica și gestiona riscurile legate de utilizarea apei în producție • Toate riscurile principale legate de apă sunt consolidate în registrul riscurilor pentru apă și sunt împărțite trimestrial • Gestionarea lanțului de aprovizionare • Planurile de reducere a consumului de apă și monitorizarea evacuării apelor uzate sunt implementate în toate fabricile • Identificarea locațiilor prioritare în domeniul apei și pregătirea planurilor de acțiune bazate pe context • Inițiative de gestionare a apei și alte forme de implicare și parteneriat cu părțile interesate locale și internaționale	• Apă și efluenți • Conformarea cu reglementările legislative de protecție a mediului • Management sustenabil
Sănătatea și bunăstarea consumatorului	Incapacitatea de a ne adapta la tendințele de schimbare privind sănătatea consumatorului, politicile de sănătate publică privind concepțiile greșite despre impactul produselor noastre asupra sănătății.	• Incapacitatea de a ne atinge obiectivele de creștere • Deteriorarea reputației companiei și a brandurilor noastre • Diminuarea numărului de consumatori • Posibila impunere a unor taxe discriminatorii	• Concentrarea eforturilor asupra produselor inovatoare și extinderea către un portofoliu de băuturi care acoperă toate ocaziile de consum pe parcursul întregii zile - 24/7 • Extinderea gamei de produse fără calorii și a celor cu conținut scăzut de calorii • Introducerea ambalajelor mai mici • Reducerea conținutului de calorii al produselor din portofoliu • Etichetarea mai clară pe ambalaje • Promovarea unui stil de viață activ prin programe privind sănătatea și bunăstarea consumatorilor • Comunicarea concepțiilor greșite despre impactul produselor noastre asupra sănătății	• Sănătatea și siguranța consumatorului • Promovarea consumului responsabil • Marketing și etichetarea produselor • Management sustenabil
Securitate cibernetică	Un atac cibernetic sau erori în cadrul centrului de date ce rezultă în întreruperea operațiunilor sau încălcarea confidențialității datelor personale sau corporative.	• Pierderi financiare • Întreruperea operațiunilor • Deteriorarea reputației companiei • Neconformarea cu legislația privind protecția datelor (ex. GDPR)	• Implementarea unui cadru de control al siguranței digitale și confidențialității datelor și monitorizarea conformității, în acord cu NIST • Protejarea activelor critice de IT și operaționale • Detectarea incidentelor și atacurilor cibernetice, acționarea asupra acestora și recuperarea în urma lor • Stimularea unei culturi pozitive de securitate cibernetică • Monitorizarea amenințărilor și remedierea vulnerabilităților asociate • Integrarea Planului de răspuns la incidente cibernetice în cadrul IMCR	• Confidențialitatea datelor cu caracter personal • Politica de securitate
Sănătate și siguranță	Riscul ca problemele privind securitatea și sănătatea să nu fie gestionate eficient. Acestea includ gestionarea contractorilor, în special cei ce furnizează servicii privind flota și logistica în cadrul companiei.	• Decesul sau rănirea angajaților, lucrătorilor sau publicului • Angajamentul și motivația angajaților • Atragerea talentelor/ potențialilor angajați	• Protocolul de prevenire a COVID-19 în vigoare la nivelul organizației • Sistem de monitorizare pentru cazurile COVID-19 interne și răspuns rapid îmbunătățit pentru a reduce riscul de transmitere • O nouă politică la nivel de grup și materiale de sprijin pentru îmbunătățirea sănătății mintale • Programul de siguranță bazat pe comportament în vigoare la toate facilitățile noastre • Programe standardizate, politici și legislație aplicate local • Supravegherea Grupului de către Echipa de Sănătate și Securitate (H&S) • Consiliul H&S care are scopul de a accelera implementarea planului H&S	• Sănătate și siguranță în muncă • Managementul resurselor umane • Management sustenabil

GRI 102-11
GRI 103-1
GRI 103-2
GRI 201-2

Principalele riscuri	Descriere	Impact potențial	Cum îl adresăm?	Relația cu temele materiale
Canale de distribuție	Se mențin presiunile asupra canalului de consum imediat, deoarece consumatorii și-au schimbat obiceiurile de consum, iar acesta se desfășoară mai mult acasă din cauza restricțiilor impuse de pandemie. O creștere continuă a concentrației comercianților cu amănuntul și a angrosiștilor independenți de care depindem să distribuim produsele noastre. Concentrarea și consolidarea retailerilor și a magazinelor en-gros independente, retailerii fiind afectați de activitatea magazinelor de tip discount și a comerțului online; Consumatorii își modifică obiceiurile de consum.	Reducerea disponibilității portofoliului nostru, precum și a profitabilității, în ansamblu	Prioritizarea sortimentului pe fiecare canal pentru a genera pachete cu marjă de profit mai mare Campanii de marketing îmbunătățite, pentru a capta oportunitățile de creștere, generate de noile tendințe de socializare acasă, tendințe accelerate de restricțiile COVID-19 Îmbunătățirea abilităților noastre de a încheia parteneriate și de a crește alături de clienți Colaborări strânse cu clienții pentru a-i sprijini să vândă online, astfel încât să poată gestiona mai eficient impactul COVID-19 sau pentru a-i ajuta în momentul redeschiderii lor, pe măsură ce restricțiile au fost ridicate Accelerarea proceselor RED (Right Execution Daily), pentru a ne susține angajamentul față de excelența operațională Dezvoltarea capacităților digitale și de comerț electronic pentru a capta oportunități asociate cu canalele de distribuție existente și noi Planuri de gestionare localizate în anumite țări, dependente de impactul canalului și de riscuri și inclusiv variația impactului restricțiilor COVID-19	Performanță economică Impact economic indirect Managementul resurselor umane Marketing și etichetarea produselor Prezența pe piață Management sustenabil
Costurile asociate schimbului valutar și materiei prime	Expunerea schimbului valutar și a materiei prime apare în urma modificărilor cursului valutar și ale prețului materiei prime. Devalorizarea monetară, în combinație cu controlul capitalului, restricționează circulația fondurilor și crește riscul de depreciere a activelor.	Pierderi financiare Creșterea costurilor de bază Deprecierea activelor Limitări privind repatrierea banilor	Politica de trezorerie necesită acoperirea de la 25% la 80% a expunerii în valută tranzacțională previzionată pe 12 luni Acoperirea a mai mult de 12 luni poate avea loc în cazuri excepționale, dacă este aprobată de Directorul Financiar al Grupului Politica de trezorerie necesită acoperirea expunerii mărfurilor pe trei ani; se aplică limite de politici diferite pentru fiecare bun ce poate fi acoperit Sunt utilizate instrumente financiare derivate, acolo unde sunt disponibile, pentru a reduce expunerea netă la fluctuațiile de valută și de marfă	Performanță economică Materiale Politica de achiziții Management sustenabil
Geopolitică și macroeconomie	Condiții schimbătoare de macroeconomie, securitate și geopolitică, împreună cu evenimente globale adverse, ce includ probleme privind sănătatea, pot afecta cererea și bunăstarea consumatorilor și crea riscuri de securitate la nivelul pieților în care operăm.	Încrederea scăzută a consumatorilor afectează cheltuielile discreționare Posibila impunere a unor taxe discriminatorii Presiuni inflaționiste Neliniște socială Siguranța oamenilor și a bunurilor	Căutăm să oferim produsul corect, la prețul corect, în ambalajul corect, prin canalul corect Practici și politici de securitate solide, pentru a proteja oamenii și bunurile Strategii pentru a acționa în situații de criză și pentru a asigura continuitatea afacerii, care permit răspunderea eficientă la evenimentele adverse	Materiale Deșeuri Emisii Apă și efluenți Prezența pe piață Management sustenabil Sănătatea și siguranța consumatorului
Angajați	Incapacitatea de a atrage, reține și implica suficienți angajați calificați și experimentați, în contextul unei piețe extrem de competitive.	Incapacitatea de a ne atinge obiectivele de creștere	Îmbunătățirea imaginii noastre de angajator și a beneficiilor oferite Dezvoltarea internă a liderilor și a angajaților pentru poziții cheie; Îmbunătățirea aptitudinilor și angajamentelor liderilor de a dezvolta talente Dialog continuu cu angajații, pentru a întreține eficient cultura și angajamentul Promovarea unui mediu incluziv, care le permite tuturor angajaților să își atingă potențialul Generarea de valoare în cadrul comunităților în care operăm pentru a ne consolida reputația de companie etică având un scop atractiv Creșterea numărului de talente, prin angajarea unei forțe de muncă diverse	Managementul resurselor umane Sănătate și siguranță în muncă Formare și dezvoltare profesională Combaterea discriminării Diversitate și egalitate de șanse Respectarea drepturilor omului Libertatea de asociere și negociere colectivă Relația dintre angajați și management Prezența pe piață Management sustenabil
Calitate	Apariția problemelor privind calitatea/ siguranța alimentară sau contaminarea produselor noastre, la nivelul întregului portofoliu.	Deteriorarea reputației companiei și a brandurilor noastre Pierderea încrederii consumatorilor Scăderea volumelor și a veniturilor nete din vânzări	Implementarea unor proceduri stricte privind calitatea/siguranța alimentară pentru a reduce probabilitatea apariției incidentelor de neconformare Sisteme de avertizare timpurie (Centre de Informare a Consumatorului și monitorizare prin rețelele de socializare) care permit identificarea problemelor Procese și sisteme solide de răspuns, care ne permit să acționăm rapid și eficient în ceea ce privește calitatea/ siguranța alimentară, asigurându-ne menținerea încrederii consumatorilor și clienților în produsele noastre	Management sustenabil Sănătatea și siguranța consumatorului Marketing și etichetare Dialogul cu stakeholderii Performanță economică Evaluarea furnizorilor din perspectiva standardelor sociale și de mediu Prezența pe piață

GRI 102-11
GRI 103-2
GRI 201-2

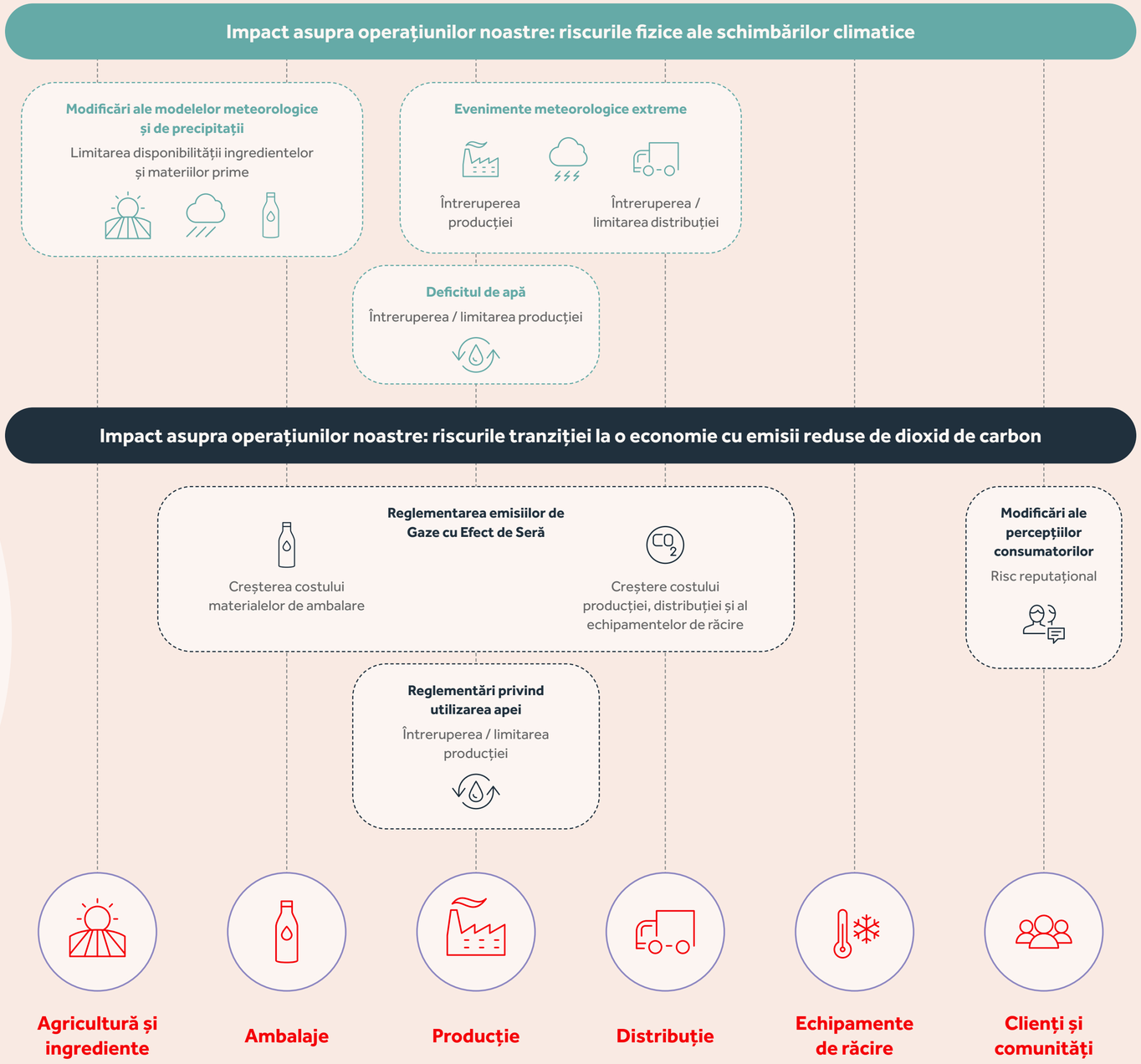
GRI 102-11
GRI 103-2
GRI 201-2

Principalele riscuri	Descriere	Impact potențial	Cum îl adresăm?	Relația cu temele materiale
Etică și conformitate	Riscul de fraudă împotriva companiei, precum și riscul de amenzi sau sancțiuni anti-mită și corupție (ABAC) în cazul în care angajații noștri sau terții pe care îi implicăm în a trata cu autoritățile nu respectă cerințele ABAC. Riscul de nerespectare accidentală a sancțiunilor internaționale în anumite țări.	• Deteriorarea reputației companiei • Penalități financiare semnificative • Timpul membrilor echipei de management redirecționat către a rezolva probleme legale • Pierderi economice, din cauza deteriorării reputației, amenzi și penalități, în cazul neconformării cu Politica anti-mită din partea angajaților sau părților terțe care ne reprezintă în fața oficialilor guvernamentali	• Campanie anuală „Tone from the Top" • Campanii de pregătire și de conștientizare privind Codul de Conduită în Afaceri, Politica Anti-Mită și conformitatea comercială • Toate părțile terțe care interacționează cu oficialii guvernamentali în numele nostru sunt supuse unui proces de diligență anti-mită și sunt obligate să accepte și să respecte Principiile Directoare pentru Furnizori • Cadru de control intern, bazat pe riscuri și programe de asigurare, responsabilitatea fiind asumată de managementul local • Audituri interne periodice, bazate pe riscuri, ce verifică programul de conformitate anti-mită • Linia Vorbește!/ Speak Up!	• Anticorupție • Comportament anti-concurențial • Performanță economică • Management sustenabil • Evaluarea furnizorilor din perspectiva standardelor de mediu și sociale • Respectarea legislației socio-economice • Respectarea drepturilor omului • Politici publice
Relații strategice cu stakeholderii	Ne bazăm pe relațiile strategice și contractele cu The Coca-Cola Company (inclusiv Costa Coffee Limited), Monster Energy Company și partenerii noștri de băuturi alcoolice premium.	• Încetarea contractelor de distribuție sau includerea unor termeni de reînnoire nefavorabili pot afecta profitabilitatea.	• Concentrarea eforturilor echipei de management asupra interacțiunilor zilnice cu partenerii strategici • Colaborarea eficientă pentru a genera creștere • Colaborarea în proiecte și planificare de business axate pe problemele strategice • Participarea la forumurile managementului superior „Top to Top".	• Dialogul cu stakeholderii • Relația dintre angajați și management • Comunități locale

GRI 102-11
GRI 103-2
GRI 201-2

Impactul riscurilor generate de schimbările climatice

Lanțul nostru valoric se întinde dincolo de granițele României, iar activitatea noastră la nivel local este strâns legată de desfășurarea activităților Sistemului Coca-Cola la nivel internațional. Astfel, în urma analizei globale, integrate, The Coca-Cola Company și partenerii săi îmbuteliatori, inclusiv Coca-Cola HBC, au identificat opt riscuri materiale legate de impactul fizic și de tranziție al schimbărilor climatice asupra operațiunilor noastre, prezentate în continuare:



Riscurile fizice

Riscurile fizice sunt cele cauzate de concentrațiile mai mari de gaze cu efect de seră în atmosferă, care la rândul lor conduc la temperaturi medii mai ridicate, oceane mai acide, schimbarea modelelor meteorologice și creșterea nivelului mării.

Vremea extremă, schimbarea vremii și tiparele de precipitații ne pot afecta activitatea în următoarele moduri:

Întreruperea producției din cauza vremii extreme

Evenimentele meteorologice extreme, inclusiv inundațiile și furtunile, pot avea impact asupra instalațiilor și sistemelor noastre de producție, ducând la incapacitatea de a furniza produse clienților noștri, cât și la costuri semnificative asociate reparațiilor. De asemenea, acestea pot conduce la accidente de muncă. În prezent, reducem costurile financiare ale evenimentelor meteorologice extreme prin programul nostru de asigurare a daunelor materiale. Acesta include revizii anuale ale instalațiilor de către ingineri externi de risc. De asemenea, am stabilit un program prin care ne putem continua activitatea privind gestionarea fenomenelor meteorologice extreme cu scopul de a ne proteja stakeholderii și a minimiza pe cât posibil pierderile. În cursul anului, am efectuat evaluări suplimentare ale fabricilor și depozitelor expuse riscului din cauza vremii extreme. Suntem conștienți că o mare parte din datele pe care le folosim în evaluările noastre curente se bazează pe informații existente, care pot fi neconforme cu realitatea actuală. În perioada ce urmează, vom include din ce în ce mai multe date, estimate, folosind cel puțin două scenarii climatice diferite pentru a ne îmbunătăți înțelegerea impactului potențial asupra procesului de producție.

Întreruperea distribuției cauzată de vreme extremă

Evenimentele meteorologice extreme pot, de asemenea, afecta rutele cheie de transport și logistică și pot reduce accesul la flotele de transport. Acest lucru ne poate afecta capacitatea de a ne distribui produsele, precum și siguranța angajaților și contractorilor noștri. În prezent, reducem costurile financiare prin programul nostru de asigurări, precum și prin utilizarea furnizorilor terți de logistică . De asemenea, am dezvoltat un program de continuitate a activității având ca obiectiv gestionarea vremii extreme pentru a putea să ne protejăm oamenii și a ne minimiza pierderile.

Capacitate de producție redusă ca urmare a deficitului de apă

Accesul la apă este fundamental pentru activitatea noastră de producție, dar în același timp este vital pentru comunitățile în care operăm. Schimbările climatice influențează disponibilitatea și calitatea apei, iar acest lucru are impact asupra comunităților noastre și asupra mediului. La nivelul producției, dincolo de faptul că disponibilitatea apei reprezintă un element esențial pentru acest proces, acest factor poate avea impact inclusiv asupra disponibilității ingredientelor pe care le utilizăm pentru băuturile noastre. Am evaluat nivelurile viitoare de stres hidric pe baza diferitelor scenarii de încălzire globală. Deși în România fabricile noastre nu sunt amplasate în zone cu stres hidric, eficiența utilizării apei reprezintă un punct cheie al strategiei noastre, monitorizând cu atenție consumul, pentru a lua cele mai bune măsuri care să ne ajute în atingerea obiectivelor. La nivel de Grup, în 2021, vom include o evaluare cantitativă a impactului schimbărilor climatice asupra disponibilității apei pe piețele cheie, urmărind diferite scenarii climatice.

Impactul asupra costului și disponibilității ingredientelor

Disponibilitatea, calitatea și prețul ingredientelor cheie sunt afectate de modificările aduse modelelor meteorologice și de precipitații. În cursul anului 2020, la nivelul întregului Grup, am continuat să evaluăm capacitatea furnizorilor noștri de a asigura în continuare ingrediente cheie la calitatea, cantitatea și costul pe care le așteptăm în condiții diferite. Mergând mai departe, vom întreprinde lucrări suplimentare pentru a evalua modul în care furnizorii noștri pot fi afectați de modificările condițiilor meteorologice și de precipitații în diferite scenarii climatice.

Riscurile de tranziție

Efectele fizice ale schimbărilor climatice pot fi limitate dacă se iau măsuri pentru a forța o tranziție către o economie cu emisii reduse de carbon. Acest lucru va necesita însă schimbări de reglementare, de piață și tehnologice. Viteza și severitatea acestor schimbări vor avea un impact semnificativ asupra activității noastre. O abordare rapidă și agresivă la nivelul reglementărilor legislative, de exemplu, va avea un impact financiar mult mai semnificativ decât o abordare graduală.

Tranziția către o economie cu emisii reduse de carbon prezintă, de asemenea, o serie de oportunități pentru afacerea noastră. Investițiile constante în tehnologii noi nu numai că ne ajută să răspundem așteptărilor stakeholderilor de a contribui la reducerea emisiilor de carbon, dar prezintă și oportunități pentru reduceri semnificative de costuri.

Costuri crescute de-a lungul lanțului nostru valoric, ca urmare a reglementărilor privind GES

Activitatea noastră generează gaze cu efect de seră (GES) de-a lungul întregului lanț valoric. Introducerea unor sisteme de taxare a emisiilor de dioxid de carbon ar putea crește costurile de ambalare, producție, distribuție și cu echipamentele pentru răcirea băuturilor. În decembrie 2020, la nivelul întregului Grup, obiectivele noastre de reducere a emisiilor de dioxid de carbon, prin care ne-am angajat să reducem emisiile din Scopul 1 și 2 cu 55% până în 2030 (față de 2017) și emisiile din Scopul 3 cu 21% pentru aceeași perioadă, au fost validate de programul „Obiective stabilite pe baze științifice (*Science Based Targets Initiative*)"

Cost crescut al ambalajelor

Folosim diferite tipuri de materiale de ambalare și metode de livrare cu amprente de carbon diferite. Reglementările menite să reducă utilizarea materialelor de ambalare care contribuie la emisiile de gaze cu efect de seră ar putea duce la o creștere semnificativă a costurilor de producție. Continuăm să investim în această direcție, iar astfel, în 2021, am lansat KeelClip™ (o soluție inovatoare și minimalistă de ambalaj colectiv din carton, folosit pentru baxurile de doze Coca-Cola, Fanta, Sprite, Schweppes, KeelClip™ este un ambalaj ecologic, practic, complet reciclabil și biodegradabil) . Ca parte a inițiativei „O lume fără deșeuri", depunem eforturi sporite pentru a crește cantitatea de ambalaje reciclabile, pentru a folosi mai multe PET-uri reciclate și ambalaje refolosibile și pentru a contribui la colectarea materialelor de ambalare pe care le introducem pe piață.

Costuri crescute și perturbări cauzate de reglementările privind apa

Orice modificare a costului apei sau apariția unor restricții în aceasta direcție poate avea impact asupra capacității noastre de producție sau în direcția creșterii costurilor de producție. Monitorizăm cu atenție stadiul resurselor de apă, iar intern investim constant pentru a reduce cantitatea de apă utilizată per litru de băutură produs.

Afectarea reputației sectorului băuturilor

Avem încredere în valoarea mărcii și reputația pozitivă a Coca-Cola. Cu toate acestea, percepțiile consumatorilor despre sectorul băuturilor ca un factor care contribuie la schimbările climatice pot avea impact în această direcție și, în cele din urmă, asupra cererii pentru produsele noastre. În același timp, o reglementare puternică a sectorului de băuturi poate conduce la apariția unor noi impozite sau la creșterea celor existente, în direcția schimbărilor climatice.

Premii și afilieri

GRI 102-12
GRI 102-16

Coca-Cola HBC și The Coca-Cola Company, parte din Rețeaua Pactului Global al Națiunilor Unite

Ne-am asumat să adoptăm și să promovăm un model de business responsabil, atât în relația cu partenerii noștri, cât și la nivelul echipelor Coca-Cola HBC și The Coca-Cola Company, iar prin aderarea la **Pactul Global al Națiunilor Unite** (The United Nations Global Compact) ne dorim să întărim și consolidăm acest angajament, asumându-ne să respectăm cele 10 principii care guvernează această rețea:

Drepturile Omului

Companiile ar trebui:

P1: să sprijine și să respecte protecția drepturilor universale ale omului și

P2: să se asigure că nu sunt complici ale abuzurilor în ceea ce privește drepturile omului.

Muncă

Companiile ar trebui:

P3: să susțină libertatea de asociere și să recunoască efectiv dreptul de negociere colectivă,

P4: să susțină eliminarea tuturor formelor de muncă forțată și obligatorie,

P5: să susțină eliminarea efectivă a muncii desfășurate de către minori,

P6: să susțină eliminarea discriminării în ceea ce privește angajarea și ocuparea forței de muncă.

Mediu

Companiile ar trebui:

P7: să promoveze o abordare preventivă a provocărilor legate de protecția mediului înconjurător,

P8: să întreprindă acțiuni pentru promovarea unei responsabilități solide față de mediu;

P9: să încurajeze dezvoltarea și promovarea tehnologiilor prietenoase cu mediul.

Anticorupție

Companiile ar trebui:

P10: să lupte împotriva tuturor formelor de corupție, inclusiv șantajul și darea de mită.

De asemenea, suntem conștienți de rolul important pe care și noi, în calitate de lideri la nivelul industriei, dar si întregul mediu de afaceri îl joacă în atingerea Obiectivelor de Dezvoltare Durabilă ale ONU.

Pentru a marca modul în care susținem progresul în direcția atingerii Obiectivelor de Dezvoltare Durabilă, la începutul fiecărui capitol au fost marcate obiectivele la care contribuim prin inițiativele, proiectele și măsurile implementate. Totodată, obiectivele și fiecare din țintele specifice la care contribuim au fost semnalizate în Indexul de Conținut GRI, de la finalul raportului.

COCA-COLA HBC ROMÂNIA

La nivel local, Coca-Cola HBC România este parte din:

Asociație/ Organizație	Compania deține o funcție în structurile de conducere	Compania oferă finanțare substanțială dincolo de cotizațiile de membru	Compania consideră că afilierea la această organizație este strategică
AmCham Camera de Comerț Americană în România	Jovan Radosavljevic membru în board și președinte al comitetului de mediu	NU	DA
FIC Consiliul Investitorilor Străini	–	NU	DA
ANBR Asociația Națională pentru Băuturi Răcoritoare	Alice Nichita vice-președinte	NU	DA
ARAM Asociația Română pentru Ambalaje și Mediu	Alice Nichita vice-președinte	NU	DA
APEMIN Patronatul Apelor Minerale Naturale din România	Alice Nichita vice-președinte	NU	DA
ROMALIMENTA federație națională patronală apolitică, transparentă, non-profit, și independentă, reprezentantul profesional al companiilor din industria alimentară și a băuturilor din România	–	NU	DA
Asociația Europeană UNESDA Union of European Soft Drinks Associations – prin calitatea de membru în ANBR	–	–	DA
Asociația Europeană EUROPEN The European Organization for Packaging and the Environment – prin calitatea de membru în ARAM	–	–	DA

COCA-COLA ROMÂNIA

Coca-Cola România este parte din:

Asociație/ Organizație	Compania deține o funcție în structurile de conducere	Compania oferă finanțare substanțială dincolo de cotizațiile de membru	Compania consideră că afilierea la această organizație este strategică
RAC Consiliul Român pentru Publicitate	–	NU	DA
IAA International Advertising Association	Giulia Burlui membru în board	NU	DA
ANBR	–	NU	DA
AmCham	–	NU	DA
UNESDA – prin calitatea de membru ANBR	–	–	DA
EASA European Advertising Standards Alliance – prin calitatea de membru RAC	–	–	DA

Premii

COCA-COLA HBC ROMÂNIA

GRI 103-3

Cea mai sustenabilă companie din România - Romania CSR Index 2020

Sustenabilitatea este un aspect esențial al culturii companiei noastre, iar recunoașterea *CSR Romanian Index 2020* reconfirmă angajamentul pe care ni l-am asumat: de a genera valoare pentru comunitățile din care facem parte și de a construi proiecte relevante pe termen lung.

Coca-Cola HBC România a obținut cel mai ridicat scor din cadrul acestei ierarhii, 98 de puncte din maximum de 100 de puncte, acordat pe baza unei fișe ce evaluează managementul sustenabilității, politica privind diversitatea, aspecte care reflectă impactul economic, de mediu, social al companiei evaluate, responsabilitatea privind angajații și marketingul responsabil.

Realizat anual de agenția de consultanță The Azores, CSR Index este cel mai important și complex clasament în domeniul sustenabilității din România. Clasamentul ia în considerare companiile care au mai mult de 500 de angajați, mai exact peste 700 de companii din România, analizând 64 de indicatori din cele 10 categorii menționate anterior.

Community Index
The Azores

Categoria Educație pentru Carieră

GOLD: **La TINEri Este Puterea** (*YOUth Empowered*)
Coca-Cola HBC România + Asociația The Social Incubator

Categoria Mediu: Managementul Deșeurilor

GOLD: **După Noi, strângem tot noi**
Coca-Cola HBC România

SILVER: **Ziua bună! – Ziua Voluntarilor Mici**
Coca-Cola HBC România & Tășuleasa Social

Romanian CSR Awards

Categoria Mediu

Premiul I: **Harta Reciclării**

Competiția Romanian CSR Awards își propune să aducă în prim-planul opiniei publice și să pună în valoare proiectele, produsele și campaniile de CSR ale companiilor din România implementate pe parcursul anului 2020. În cadrul competiției au fost premiate acele proiecte, produse sau programe care au dus la îmbunatățirea și chiar schimbarea în bine, pe termen lung, a calității vieții angajaților, clienților și comunităților din România.

Locul 1 - Cel mai bun furnizor FMCG
Progresiv Awards

Coca-Cola HBC România a primit cele mai multe voturi la categoria *Best FMCG Supplier* în cadrul Progresiv Awards 2020, cele mai importante premii din industria națională FMCG. Cel mai bun furnizor FMCG este un premiu care vine ca o recompensă a tuturor eforturilor depuse pentru a fi prezenți în viața consumatorilor noștri, a furnizorilor, retailerilor și clienților, 24/7, indiferent de moment și ocazie. Am fost desemnați *Best FMCG Supplier*, în urma selecției Consiliului de Specialiști Progresiv Awards 2020 dintr-un total de 300 de nominalizări și auto-nominalizări cumulate în 2 luni. Au fost analizate atât argumentele din formularele de înscriere în concurs, cât și informațiile disponibile pe piață despre companiile și brandurile nominalizate.

Cel mai atractiv angajator FMCG
Randstad Romania

Beneficiile non-financiare precum programul flexibil, lucrul de acasă și siguranța locului de muncă sunt unele dintre cele mai puternice instrumente ale angajatorilor pentru a atrage și reține talentele în organizația lor. Rezultatele cercetării aduc în atenție principalele repere ale noului mediu de lucru, unde contextul ce devine normalitate este ghidat de flexibilitate și munca la distanță. Mai mult, cu rata șomajului în creștere în toate cele 33 de piețe analizate, siguranța locului de muncă devine un aspect mult mai important în acest an pentru angajați.

În cadrul *Studiului Randstad Employer Brand 2020*, angajatorii au fost evaluați în funcție de 10 criterii, enumerate în ordinea celor care au reieșit ca fiind cele mai importante pentru angajații români: salariul și beneficiile atrăgătoare (66%), atmosfera de lucru plăcută (53%), siguranța locului de muncă (51%), evoluția în carieră (49%), echilibrul viață profesională – viață personală (43%), urmate de sănătatea financiară, reputația foarte bună, folosirea tehnologiilor de ultimă oră, responsabilități interesante la locul de muncă, contribuția în comunitate.

Luând în considerare aceste zece aspecte, compania noastră a fost desemnată *cel mai atractiv angajator din România*, în sectorul FMCG, în 2020.

Premii

COCA-COLA ROMÂNIA

Premiul Parteneriatul Anului – Living Danube - Coca-Cola și WWF–CEE

Primit în cadrul evenimentului online *Reuters Responsible Business Awards 2020*, *Premiul Parteneriatul Anului* a fost acordat Coca-Cola, WWF-CEE și ICPDR (Comisia Internațională pentru protecția Dunării), pentru modelul unic de cooperare intersectorială în cadrul proiectului **Living Danube**. Parteneriatul reunește sectoarele public, privat și non-profit, inclusiv cadrul politic al ICPDR și al guvernelor sale membre din bazinul Dunării, resursele și capacitățile Fundației Coca-Cola și ale Sistemului Coca-Cola și capacitatea, know-how-ul și facilitarea WWF-CEE. Au fost remarcate în mod special angajamentul pe termen lung și abordarea complexă a parteneriatului, care este în prezent în al șaptelea an.

Acest premiu recunoaște și promovează parteneriatele care pot schimba, la un nivel înalt, modul în care o companie operează și ceea ce compania și/sau industria realizează/produce/oferă (ex. produse sau servicii) în ceea ce privește obligațiile de responsabilitate față de societate și mediu înconjurător.

GRI 103-3

2

Portofoliu și produse

Fabricile Coca-Cola HBC în România

Portofoliu diversificat

Marketingul și etichetarea produselor

Calitatea produselor

Fabricile Coca-Cola HBC în România

GRI 102-2
GRI 102-4
GRI 102-7
GRI 103-2

În România, produsele noastre sunt îmbuteliate în cele trei fabrici ale Coca-Cola HBC de la Timișoara, Ploiești și Poiana Negrii, unde procesele de producție respectă cele mai înalte standarde de calitate, dar și de mediu. Toți parametrii sunt atent monitorizați și înregistrați, astfel încât să putem lua decizii în timp real și implementa măsurile necesare pentru a ne atinge obiectivele.

Mai mult decât atât, folosim programe specifice de testare pentru toate etapele de îmbuteliere. De exemplu, pe toate liniile de îmbuteliere pentru ambalaje returnabile din sticlă sunt montate echipamente electronice de control al sticlelor. Acestea pot identifica și cel mai mic corp străin care ar putea ajunge în produsul finit.

Regulamente/ Norme/ Standarde

Regulamente/ Norme/ Standarde	Nume	Data certificării	Pașii următori
	Descriere		
ISO 9001:2015	Sisteme de management al calității	31 Mai 2002 Fabrica Ploiești 27 Iulie 2006 Fabrica Poiana Negri 2 August 2002 Fabrica Timișoara 12 Ianuarie 2006 CCHBC România	Supraveghere anuală și recertificare la 3 ani.
	Standard internațional care specifică cerințele pentru un sistem de management al calității atunci când o organizație are nevoie să demonstreze capabilitatea sa de a furniza consecvent produse și servicii care satisfac cerințele clientului și cerințele legale și reglementate aplicabile și urmărește să crească satisfacția clientului.		
ISO 14001:2015	Sisteme de management de mediu	21 Ianuarie 2004 Fabrica Ploiești 27 Martie 2007 Fabrica Poiana Negri 11 Martie 2004 Fabrica Timișoara	Supraveghere anuală și recertificare la 3 ani.
	Standardul ISO 14001:2015 oferă organizațiilor un cadru pentru a proteja mediul și a răspunde condițiilor de mediu în echilibru cu nevoile socio-economice, specifică cerințele pentru un sistem de management de mediu pe care poate să-l utilizeze o organizație pentru a-și crește performanța de mediu și ajută o organizație să-și atingă rezultatele intenționate ale sistemului său de management de mediu, respectiv creșterea performanțelor de mediu, îndeplinirea obligațiilor de conformare și îndeplinirea obiectivelor de mediu.		
FSSC 22000	Sisteme de management al siguranței alimentelor	25 Iulie 2011 Fabrica Ploiești 3 August 2011 Fabrica Poiana Negri 27 Septembrie 2011 Fabrica Timișoara	Supraveghere anuală și recertificare la 3 ani. Tranziția la FSSC 22000 versiunea 5.1.
	Schemă de certificare FSSC 22000 prezintă cerințele pentru auditul și certificarea sistemului de management al siguranței alimentelor (FSMS) al organizațiilor din lanțul alimentar. Certificarea confirmă faptul că sistemul de management al siguranței alimentelor al organizației (FSSC 22000) este în conformitate cu cerințele schemei. Schema se bazează pe standardele și specificațiile tehnice disponibile publicului: Cerințele ISO 22000 pentru orice organizație din lanțul alimentar; Programele preliminare relevante (PRP) bazate pe specificațiile tehnice specifice (de exemplu ISO / TS 22002-1, ISO / TS 22002-4) și Cerințele suplimentare FSSC 22000: Managementul serviciilor, Etichetarea produselor, Apărare alimentară, Prevenirea fraudei alimentare, Utilizarea logo-ului, Managementul alergenilor, Monitorizarea mediului, Transport și livrare.		
ISO 45001:2018 înlocuiește OHSAS 18001:2007	Sistem de management al sănătății și securității în muncă	August 2021/ 9 Februarie 2007 Fabrica Ploiești 16 Noiembrie 2020/ 26 Ianuarie 2011 Fabrica Poiana Negri 10 Noiembrie 2020/ 3 Mai 2009 Fabrica Timișoara	Supraveghere anuală și recertificare la 3 ani. Tranziția la ISO 45001:2018 în fabrica Ploiești în luna iulie 2021.
	Standardul ISO 45001 stabilește cerințe pentru un sistem de management al sănătății și securității în muncă, cu scopul de a furniza un cadru pentru gestionarea riscurilor și oportunităților referitoare la SSM, pentru a preveni rănirea și îmbolnăvirea determinate de munca lucrătorilor și de a asigura locuri de muncă sigure și sănătoase.		
AWS	Alliance for Water Stewardship	25 Noiembrie 2020 Fabrica Ploiești 25 Noiembrie 2020 Fabrica Poiana Negri 12 Februarie 2021 Fabrica Timișoara	Supraveghere anuală și recertificare la 3 ani.
	Standardul AWS oferă un cadru credibil, aplicabil la nivel mondial, pentru ca principalii utilizatori de apă să înțeleagă propriile utilizări și impacturi ale apei și să colaboreze cu alții pentru gestionarea durabilă a apei în contextul bazinului hidrografic mai larg. Prin implementarea Standardului AWS se obțin bune practici de administrare a apei care îmbunătățesc performanța operațiunilor și contribuie la obiectivele noastre generale de sustenabilitate.		
RFA	Rain Forest Alliance - Chain of Custody Standard	25 Martie 2020 (Fabricile Timișoara și Ploiești)	Supraveghere o dată la 2 ani și recertificare la 3 ani.
	Cerințele standardului privind lanțul de aprovizionare Rainforest Alliance vizează promovarea transparenței și a practicilor de afaceri responsabile între companii, de la fermă la raft. Certificarea Rainforest Alliance ajută fermierii să producă culturi mai bune, să se adapteze la schimbările climatice, să își crească productivitatea și să reducă costurile. Aceste beneficii oferă companiilor o gamă constantă și securizată de produse certificate. Aprovizionarea cu produse certificate Rainforest Alliance ajută, de asemenea, companiile să răspundă așteptărilor consumatorilor și să protejeze credibilitatea mărcii lor. În centrul certificării Rainforest Alliance se află misiunea de a crea un viitor mai bun pentru oameni și natură, făcând din afacerile responsabile noua normalitate.		

GRI 103-2
GRI 103-3

GRI 102-2

Portofoliu diversificat

Pandemia de COVID-19 a adus schimbări în rutina de zi cu zi a consumatorilor noștri, dar portofoliul nostru diversificat ne-a permis să reacționăm rapid pentru a continua să le oferim românilor băuturile preferate.

Am avut flexibilitatea de a ne adapta procesele de producție, oferind pachete și produse care au venit în întâmpinarea nevoilor în schimbare ale consumatorilor. Am reușit să valorificăm tot efortul pe care l-am depus pentru a ne consolida, extinde și flexibiliza portofoliul, iar pe măsură ce consumul a trecut de la „în afara casei” la „acasă” pe perioada restricțiilor impuse de autorități, am adus consumatorilor produse sau pachete noi, cu un preț relevant.

GRI 102-2

Portofoliu diversificat

și diversitate în ambalaje,
15 ambalaje diferite de la
200 ml la 2,5 l

băuturi răcoritoare carbonatate
+ variantele low & no calorie

Coca-Cola

Fanta

Sprite

Schweppes

cafea

Costa Coffee

băuturi răcoritoare necarbonatate

Cappy

Cappy Pulpy

Cappy Lemonade

FUZETEA

+ variantele low & no calorie

AdeZ

băuturi cu beneficii

gama de cafea premium
ready-to-drink

Illy

Aquarius Water

băuturi cu beneficii

apă minerală naturală

Dorna

Dorna Izvorul Alb

Poiana Negri

apă îmbuteliată

Smartwater

băuturi energizante

Burn

Monster

GRI 102-2
GRI 103-2
Promovarea consumului responsabil

Produse lansate în 2020

Aquarius

în variantele:

- Băutură răcoritoare necarbogazoasă cu aromă de lămâie (calorii reduse + aport de Zinc)
- Băutură răcoritoare necarbogazoasă cu aromă de portocale roșii (calorii reduse + aport de Magneziu)

Promovarea produselor cu conținut scăzut sau fără zahăr

În 2020:

Produsele *low calorie* au reprezentat 6,8% din totalul volumelor de NARTD (non-alcoholic ready to drink), produsele *no calorie* au reprezentat 3,1%, iar apa a reprezentat 17,7%.

În total, 27,6% din totalul vânzărilor noastre a fost reprezentat de băuturi *low&no calorie* și apă.

21%

din bugetul de marketing a fost alocat pentru susținerea băuturilor *low&no calorie* și

22%

pentru apă.

90%

din publicitatea făcută pentru gama Coca-Cola a promovat Coca-Cola Zero Zahăr.

Produse din portofoliul nostru care au conținut ridicat de ingrediente nutritive (fibre, vitamine, minerale) sunt **AdeZ** și **Aquarius Water**.

*Valoare energetică scăzută - un produs care nu conține mai mult de 40 kcal (170 kJ)/100 g în cazul solidelor sau mai mult de 20 kcal (80 kJ)/100 ml în cazul lichidelor. În cazul îndulcitorilor de masă, se aplică limita de 4 kcal (17 kJ)/porție, cu proprietăți de îndulcire echivalente cu 6 g de zaharoză (aproximativ 1 linguriță de zaharoză).

**Fără valoare energetică - un produs care conține maxim 4 kcal (17 kJ)/100 ml. În cazul îndulcitorilor de masă, se aplică limita de 0,4 kcal (1,7 kJ)/porție, cu proprietăți de îndulcire echivalente cu 6 g de zaharoză (aproximativ 1 linguriță de zaharoză).

Conform Regulamentului (CE) nr. 1924/2006 al Parlamentului European și al Consiliului din 20 decembrie 2006 privind mențiunile nutriționale și de sănătate înscrise pe produsele alimentare.

Marketingul și etichetarea produselor

GRI 103-1
GRI 103-2

Modul în care ne angajăm în activități comerciale directe și modul în care promovăm produsele noastre sunt esențiale pentru cultivarea unei relații de încredere cu toți stakeholderii.

Respectăm Politica Globală de Marketing Responsabil a The Coca-Cola Company, precum și Ghidul Global al Băuturilor în Școli, ceea ce înseamnă:

FĂRĂ PUBLICITATE ADRESATĂ COPIILOR SUB 12 ANI. Respectăm dreptul părinților de a alege ceea ce consideră potrivit pentru copiii lor, de aceea nu facem publicitate către copiii sub 12 ani. Astfel, nu cumpărăm spațiu publicitar în emisiunile care se adresează direct unor audiențe cu mai mult de 35% copii sub 12 ani. Această politică se aplică tuturor brandurilor noastre și este valabilă pentru televiziune, radio, presă scrisă, internet și telefonie mobilă.

FĂRĂ BĂUTURI, CU EXCEPȚIA APEI, OFERITE SPRE COMERCIALIZARE ÎN ȘCOLI, conform legislației locale.

În ceea ce privește etichetarea, 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.

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

De asemenea, toate etichetele sunt conforme cu Hotărârea Guvernului 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". Sunt incluse și 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". Totodată, ambalajele anumitor produse (AdeZ) conțin informații suplimentare prin care se recomandă îndepărtarea etichetei înaintea reciclării ambalajului.

100% din produsele noastre respectă prevederile în vigoare privind etichetarea produselor.

În 2020, nu au fost înregistrate amenzi, avertismente sau sancțiuni pentru:

- neconformarea cu reglementările legislative în vigoare sau codurile asumate voluntar, în ceea ce privește comunicările de marketing și promovare a produselor.
- neconformarea cu reglementările legislative în vigoare sau codurile asumate voluntar, în ceea ce privește etichetarea produselor.

Dincolo de eticheta produselor, punem la dispoziția consumatorilor și alte două canale pe care le pot accesa pentru a se informa cu privire la conținutul produselor noastre prin INFOLINE, apelând numărul de telefon 0800.080.800 sau accesând site-ul Coca-Cola România www.coca-cola.ro.

Calitatea produselor

GRI 103-2
GRI 103-3
GRI 416-2

Calitatea produselor noastre rămâne un aspect fundamental, pentru a ne putea bucura în continuarea de încrederea pe care ne-o acordă toți consumatorii.

Procesul de îmbuteliere al produselor Coca-Cola respectă cu strictețe normele și reglementările legislative locale și internaționale în domeniul calității și siguranței alimentare, și cerințele de operare The Coca-Cola Company (KORE). De asemenea, la nivelul fabricilor există în aplicare proceduri bazate pe principiile analizei riscurilor și a punctelor de control critice (HACCP - Hazard Analysis Critical Control Point), iar 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.

Cerințele de operare Coca-Cola (KORE) definesc politicile, standardele și cerințele pentru gestionarea calității și siguranței alimentare în cadrul operațiunilor noastre. Pentru a ne ghida în obținerea unui produs sigur și de calitate, cerințele de operare definesc, de asemenea, un set riguros de controale operaționale pentru gestionarea riscurilor. Aceste controale se aliniază la cerințele globale de top și includ următoarele:

- evaluarea și managementul riscurilor
- angajamentul conducerii
- promovarea și integrarea unei culturi a calității și siguranței alimentare
- stabilirea de obiective și monitorizarea performanței
- comunicarea și implicarea stakeholderilor

Astfel, în conformitate cu Cerințele de operare ale The Coca-Cola Company, căutăm constant să ne îmbunătățim produsele prin dezvoltarea, implementarea și menținerea sistemelor de management al calității și siguranței alimentelor conform standardelor ISO 9001 și FSSC 22000. Politica noastră în această direcție se concretizează prin obiective stabilite și comunicate la toate nivelurile organizației și pentru toate operațiunile incluse în domeniul de aplicare al sistemului de management al calității și siguranței alimentelor, pe care le monitorizăm, analizăm și revizuim periodic. Pentru a ne asigura că sistemul se află într-un proces de îmbunătățire continuă și pentru a atinge obiectivele acestuia, monitorizăm și evaluăm constant riscurile.

Audituri virtuale la fabricile noastre

În mod normal, la nivelul fabricilor au loc anual audituri fizice neanunțate, ca parte din efortul comun al Sistemului Coca-Cola de a-și îmbunătăți continuu operațiunile. Deși în contextul anului 2020 auditurile fizice nu au putut avea loc, tehnologia a permis desfășurarea acestora în mediul virtual, pentru a valida siguranța la locul de muncă, precum și calitatea proceselor și a produselor și riscurile de mediu. În 2020 a avut loc un audit GAO (global audit organization) la fabrica Coca-Cola HBC din Timișoara.

În 2020 nu au existat incidente de neconformare cu reglementările legislative, standardele sau Cerințele de operare The Coca-Cola Company, în ceea ce privește calitatea produselor, sănătatea și siguranța consumatorului și nici nu au fost înregistrate amenzi, penalizări sau avertismente din partea organismelor de control.

În 2020, reclamațiile privind calitatea au reprezentat doar 4% din totalul reclamațiilor primite (față de 25% în 2019).

3

Misiunea noastră: Sustenabilitatea

Strategie pe termen lung

Cum ne măsurăm contribuția la dezvoltare sustenabilă

Temele materiale

Cum comunicăm cu stakeholderii noștri

GRI 103-2

Strategie pe termen lung

Renumele Coca-Cola aduce cu sine și o mare responsabilitate, atât din perspectiva protecției mediului, cât și atunci când vorbim despre impactul social pe care Sistemul Coca-Cola îl generează sau la care contribuie prin operațiunile sale. Toate aceste aspecte se reflectă în prioritățile noastre strategice, stabilite la nivelul întregului Sistem, adaptate local în obiective și ținte anuale. Punctele comune ale strategiei noastre sunt:

GRI 103-2

Domeniu	The Coca-Cola Company	Coca-Cola HBC
Ambalaje și deșeuri	**O lume fără deșeuri** Avem responsabilitatea de a contribui la rezolvarea crizei globale a deșeurilor de ambalaje. De aceea, în 2018, am lansat O Lume fără Deșeuri - o inițiativă ambițioasă care concentrează eforturile noastre pentru a identifica soluții de ambalare sustenabile. După trei ani în această călătorie, conversația globală despre poluarea cu plastic și apelurile la acțiuni urgente, colaborative, se intensifică. Am continuat să facem progrese în 2020, în ciuda provocărilor generate de pandemie. Depunem eforturi să includem ambalajele băuturilor în economia circulară. Credința noastră fundamentală este că materialele noastre de ambalare au valoare și că trebuie să captăm acea valoare și să împiedicăm ca ambalajele să devină deșeuri la sfârșitul ciclului de viață. Scopul nostru este să creăm sisteme cu buclă închisă, extrăgând valoarea maximă din materiale și produse în timpul utilizării, apoi recuperându-le și refolosindu-le sau reciclându-le.	
Schimbările climatice	**Acțiuni pentru combaterea schimbărilor climatice** Schimbările climatice reprezintă o temă prioritară pentru afacerea noastră și, în calitate de companie cu operațiuni globale, avem o strategie de lungă durată pentru a ne reduce amprenta de carbon. Abordăm această provocare prin reducerea impactului pe care îl avem asupra schimbărilor climatice – reducerea emisiilor, eficientizarea consumului de energie, prin identificarea riscurilor pe care un climat în schimbare le are asupra companiei noastre, și colaborând cu stakeholderii cheie pentru a amplifica impactul acțiunile noastre. Deși în 2020 ne-am atins obiectivul de a ne reduce emisiile relative de carbon cu 25% față de 2010, acțiunile și inițiativele noastre se vor concentra de acum înainte pe ținte stabilite științific (Science Based Targets): reducerea emisiilor absolute (Scopul 1, 2 și 3) de gaze cu efect de seră cu 25% până în 2030 și obținerea neutralității din această perspectivă până în 2040.	**Reducerea emisiilor** **Schimbările climatice** generează numeroase riscuri la nivelul întregului nostru lanț valoric, cu impact semnificativ asupra disponibilității resurselor naturale. Scopul nostru este să reducem impactul pe termen lung, prin îmbunătățirea proceselor și eficientizarea consumului. Toate aceste aspecte sunt reflectate în angajamentele noastre pentru 2025, ce vizează reducerea cantității de emisii, dar și a consumului de energie per litru de băutură produs. Totodată, pentru anul 2030, țintele noastre stabilite științific (Science Based Targets) vizează reducerea emisiilor absolute din Scopul 1 și Scopul 2 cu 55% și reducerea emisiilor din Scopul 3 cu 21%, comparativ cu anul 2017. Obiectivele astfel stabilite sunt în linie cu planurile de măsuri de reducere a emisiilor necesare pentru a menține încălzirea globală la 1,5°C.
Consumul de apă	**Leadership pentru apă** Cu mai mult de un deceniu în urmă, ne-am stabilit obiectivul ambițios de a returna apa pe care o folosim în băuturile noastre și producția lor. De asemenea, ne-am stabilit obiective pentru o utilizare mai eficientă a apei și pentru a trata toate apele uzate în procesele noastre de producție. În 2020, precum și în fiecare dintre ultimii șase ani, am îndeplinit și am depășit obiectivul de reaprovizionare cu apă stabilit. În același timp, am continuat alături de partenerii îmbuteliatori să îmbunătățim eficiența utilizării apei.	**Reducerea consumului și managementul apei** Considerând natura activității noastre, apa reprezintă o resursă importantă pentru noi, fiind esențială în procesul de fabricare a băuturilor. Astfel, angajementele noastre pentru 2025 includ ținte clare de reducere a consumului de apă, cu accent pe fabricile situate în zone cu risc de secetă.

GRI 103-2

Domeniu	The Coca-Cola Company	Coca-Cola HBC
Agricultură sustenabilă	**Agricultură sustenabilă** Un lanț de aprovizionare agricol sustenabil și rezistent nu a fost niciodată mai critic pentru obiectivele noastre, în special în ceea ce privește clima, apa, drepturile omului și facilitarea emancipării femeilor. Începând cu 2013, obiectivul nostru a fost să avem materii prime agricole furnizate într-un mod mai sustenabil, inclusiv principalele noastre sucuri de fructe, cafea, ceai, soia, îndulcitori naturali și produse din lemn. Furnizat în mod sustenabil înseamnă că partenerii noștri pot demonstra că fermele care cultivă ingredientele pe care le achiziționăm pentru produsele noastre îndeplinesc o serie de cerințe aliniate cu standarde globale de sustenabilitate, așa cum prevăd Principiile noastre pentru agricultură sustenabilă (care au înlocuit *Principiile directoare pentru Agricultură sustenabilă*). Principiile acoperă aspecte precum drepturile omului și ale angajaților, protecția mediului, gestionarea responsabilă a fermelor și sănătatea și bunăstarea animalelor. Astfel, în 2020 am implementat un proces amplu de revizuire a politicilor și principiilor pentru agricultură sustenabilă, lansând totodată pentru prima dată, Principiile pentru sănătatea și bunăstarea animalelor.	**Aprovizionare sustenabilă** Dincolo de măsurile pe care le luăm la nivelul operațiunilor, suntem conștienți că avem responsabilitatea de a duce cele mai bune practici și la nivelul furnizorilor noștri. Impactul nostru se manifestă pe parcursul întregului lanț valoric, de aceea aprovizionarea cu 100% ingrediente agricole de bază certificate în conformitate cu principiile agriculturii sustenabile ale The Coca-Cola Company reprezintă angajamentul nostru pentru 2025.
Reducerea conținutului de zahăr adăugat	**„O companie pentru toți”** Reducerea conținutului de zahăr rămâne o prioritate majoră. Pe măsură ce continuăm să evoluăm și să răspundem dorințelor consumatorilor de a avea mai multe opțiuni în cadrul categoriilor de băuturi, reducem cantitatea de zahăr adăugat oferind în același timp mai multe băuturi cu beneficii nutriționale; optimizând gama noastră de produse; oferind opțiuni de ambalaje mai mici; și furnizând informații nutriționale clare consumatorilor. Oferim o gamă largă de băuturi - inclusiv băuturi răcoritoare acidulate, apă, cafea, ceai, lactate, sucuri, băuturi sportive și opțiuni pe bază de plante. Monitorizăm rezultatele eforturilor noastre de reducere a conținutului de zahăr, majoritatea provenind din modificări ale rețetelor noastre de băuturi acidulate și reduceri ale dimensiunii ambalajelor. Cercetăm și aducem pe piață noi alternative care mențin gusturile extraordinare pe care oamenii le iubesc, dar cu mai puțin zahăr adăugat și mai puține calorii. La nivel global, Coca-Cola Zero Zahăr a devenit o alternativă populară la formula noastră originală și a continuat să arate o creștere puternică în 2020.	**Nutriție** Continuăm să ne îmbunătățim și extindem portofoliul cu băuturi fără zahăr sau cu conținut redus de calorii și oferim informații transparente cu privire la conținutul nutrițional al băuturilor noastre. Ne-am luat angajamentul ca până în 2025 să ne reducem conținutul de calorii per 100 de ml de băuturi carbogazoase, cu 25% față de anul 2015.

GRI 103-2

Domeniu	The Coca-Cola Company	Coca-Cola HBC
Oameni și comunități	**Drepturile omului** Respectarea drepturilor omului se află la baza afacerii noastre și este înrădăcinată în cultura noastră, ghidând interacțiunile noastre cu angajații, partenerii de îmbuteliere, furnizorii, clienții, consumatorii și comunitățile pe care le deservim. Angajamentul nostru începe de la proprii angajați, asigurându-ne că au locuri de muncă stabile, unde sunt susținuți și respectați, unde demnitatea fiecăruia este recunoscută. Politica noastră privind drepturile omului stabilește cadrul prin care ne asigurăm că ne îndeplinim acest angajament în cadrul propriilor operațiuni și a celor asupra cărora avem controlul managementului. De asemenea, furnizorii și partenerii noștri trebuie să adopte practici responsabile la locul de muncă. Principiile directoare pentru furnizori (SGP), care sunt aliniate la politica noastră privind drepturile omului, sunt incluse în toate acordurile contractuale dintre The Coca-Cola Company și furnizorii noștri direcți și autorizați. **Susținerea femeilor în dezvoltarea profesională** Angajamentul nostru privind emanciparea a 5 milioane de antreprenori de gen feminin, 5pânăîn2020, menit să adreseze inegalitățile structurale și barierele economice pe care femeile antreprenor le întâmpină, a fost atins și depășit la finalul acestui an. Astfel, peste 6 milioane de femei au beneficiat de instruire, acces la rețele de networking, servicii financiare și alte măsuri pentru a le susține parcursul antreprenorial. **Oferim înapoi comunităților** Oamenii sunt în centrul a tot ceea ce facem, de la angajați la clienții noștri, până la cei care trăiesc în comunitățile pe care le deservim. Credem că fiecare dintre noi are puterea de a face diferența, iar compania noastră și Fundația Coca-Cola au o lungă istorie de investiții în programe și activități care îmbunătățesc viețile. Cultivăm o cultură care prețuiește modul în care lucrăm la fel de mult ca ceea ce realizăm - accentuând incluzivitatea, emanciparea, curiozitatea și agilitatea. Susținem diversitatea, echitatea și incluziunea prin construirea unei forțe de muncă la fel de diversă precum consumatorii pe care îi deservim.	**Oamenii și comunitățile noastre** Suntem conștienți că succesul nostru este reflectat în egală măsură de succesul și bunăstarea oamenilor noștri și a comunităților în care ne desfășurăm activitatea. Astfel, ne-am asumat să asigurăm un mediu de lucru sigur și incluziv, cu angajamente asumate ce vizează reducerea ratelor accidentelor de muncă sau creșterea până la 50% a pozițiilor de management ocupate de femei. De-a lungul timpului, investițiile în comunități au evoluat de la inițiative filantropice independente, la programe și parteneriate de lungă durată, strâns legate de strategia noastră de business și temele materiale. 5 dintre cele 17 angajamente pentru 2025 vizează programe pentru comunități.

Cum ne măsurăm contribuția la dezvoltare sustenabilă

Zona
⊕ Angajament global 2025
⊕ Progresul nostru în 2020

GRI 103-2
GRI 103-3

Reducerea emisiilor

⊕ Reducerea cu 30% a ratei emisiilor directe de carbon

⊕ 15% (22,78 gCO_2/Lpb)

⊕ 50% din frigiderele plasate în locațiile clienților, eficiente din punct de vedere energetic

⊕ 35,47%

⊕ 50% din energia din fabrici provenită din surse regenerabile și curate

⊕ 100% din totalul energiei electrice utilizate în fabricile din UE și Elveția provenită din surse regenerabile și curate

⊕ 78,7%

⊕ **100%** din totalul energiei electrice utilizată în fabrici, provine din surse regenerabile și curate*

Reducerea consumului și administrarea apei

⊕ Reducerea cu 20% a consumului de apă în fabricile situate în zone cu risc de secetă

⊕ 7% (1,54 l/lpb)

⊕ Ajutor în asigurarea disponibilității apei pentru toate comunitățile aflate în zone cu risc de secetă

O lume fără deșeuri

⊕ 100% din ambalajele produselor reciclabile

⊕ **100%** - băuturi răcoritoare

⊕ 35% din totalul de PET folosit să fie reciclat sau provenit din surse regenerabile

⊕ 20%

⊕ Suport în colectarea unei cantități echivalente cu 75% din ambalajele noastre primare puse pe piață

⊕ 70%

Aprovizionare

⊕ Aprovizionarea cu 100% ingrediente agricole de bază certificate în conformitate cu principiile agriculturii sustenabile

⊕ 85,3%-95%

Nutriție

⊕ Reducerea cu 25% a numărului de calorii per 100 ml de băuturi răcoritoare acidulate**

⊕ Stagnare: 11%

Oamenii și comunitățile noastre

⊕ Zero fatalități și reducerea ratei accidentărilor cu 50%

⊕ **100%**

⊕ 50% din posturile de manager deținute de femei

⊕ 45,8%***

*cogenerare (CHP)
**față de 2015
***obiectivul se referă la pozițiile de management cu un Job Grade 10+ (care nu este la fel pentru rolurile considerate de exemplu middle management)

Temele materiale

GRI 102-42
GRI 102-46
GRI 103-2

Pentru a înțelege modul în care trebuie să abordăm riscurile și oportunitățile generate de contextul global, dar și local, aflate în continuă schimbare, an de an desfășurăm un proces extins de materialitate – analiza impactului Sistemului pe teme de sustenabilitate și consultarea stakeholderilor - cu scopul de a identifica și include în strategia companiei, prioritățile din perspectiva dezvoltării durabile.

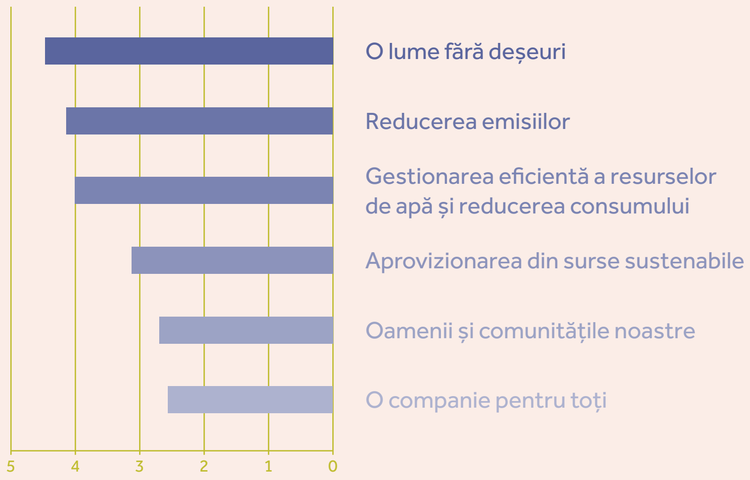
Totodată, rezultatele acestui proces stau la baza dezvoltării Raportului de Sustenabilitate al Sistemului Coca-Cola în România, publicat cu o frecvență anuală.

Astfel, principalele categorii de stakeholderi ai Sistemului au fost identificate și consultate prin intermediul unui chestionar online, consultarea înregistrând în total

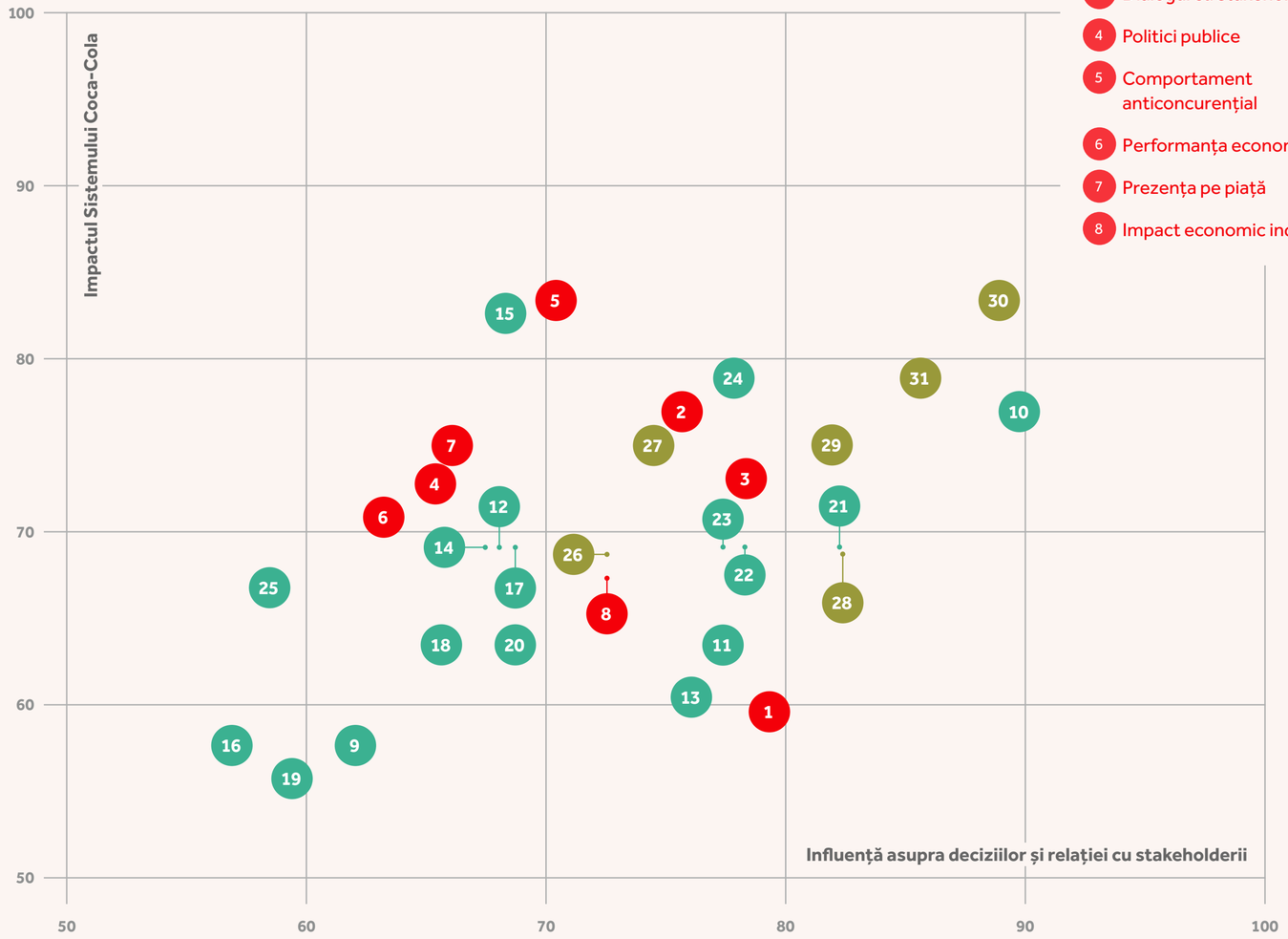
294 de răspunsuri:

- Consumatori
- Angajați ai Sistemului Coca-Cola în România
- Furnizori
- Clienți/ Distribuitori
- Reprezentanți ai societății civile/ ai unei organizații non-guvernamentale
- Parteneri de afaceri sau consultanți
- Membri ai comunității locale
- Reprezentanți ai industriei
- Jurnaliști
- Autorități/ factori de decizie din mediul politic

La baza strategiei de sustenabilitate a Sistemului Coca-Cola stau o serie de priorități strategice. Care este, din perspectiva dumneavoastră, cea mai importantă direcție în care compania ar trebui să investească?



Matricea de materialitate



ECONOMIC

1. Anticorupție
2. Management sustenabil
3. Dialogul cu stakeholderii
4. Politici publice
5. Comportament anticoncurențial
6. Performanța economică
7. Prezența pe piață
8. Impact economic indirect

SOCIAL

9. Protecția datelor cu caracter personal
10. Sănătatea și siguranța consumatorului
11. Marketing și etichetarea produselor
12. Politica de achiziții
13. Evaluarea furnizorilor din perspectiva standardelor de mediu și sociale
14. Managementul resurselor umane
15. Sănătatea și securitatea în muncă
16. Relația dintre management și angajați
17. Diversitate și egalitate de șanse
18. Formare și dezvoltare profesională
19. Libertatea de asociere și negociere colectivă
20. Combaterea discriminării
21. Respectarea drepturilor omului
22. Respectarea legislației socio-economice
23. Comunități locale
24. Promovarea consumului responsabil
25. Politica de securitate

MEDIU

26. Energie
27. Apă și efluenți
28. Emisii
29. Materiale
30. Deșeuri
31. Conformarea cu reglementările legislative de protecție a mediului

Click pe fiecare element pentru afișarea temei

Click aici pentru a ascunde toate etichetele

GRI 102-46
GRI 102-47

1 Angajat al Sistemului Coca-Cola România
2 Autorități/Factori de decizie din mediul politic
3 Client – Distributor
4 Consumator
5 Furnizor
6 Jurnaliști
7 Parteneri de afaceri sau consultanți
8 Reprezentant al industriei
9 Reprezentant al societății civile/ Organizație non-guvernamentală
10 Membri ai comunității locale

Nr.	Temă materială	Limite: Impact direct*	Limite: Impact indirect**	Stakeholderi
	ECONOMIC			
1	Anti-corupție	✓	✓	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
2	Management sustenabil	✓	✓	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
3	Dialog cu stakeholderii	✓	✓	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
4	Politici publice	⊘	✓	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
5	Comportament anti-concurențial	✓	✓	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
6	Performanță economică	✓	✓	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
7	Prezență pe piață	✓	✓	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
8	Impactul economic indirect	✓	✓	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
	SOCIAL			
9	Protecția datelor cu caracter personal	✓	✓	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
10	Sănătatea și siguranța consumatorului	✓	✓	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
11	Marketing și etichetarea produselor	✓	⊘	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
12	Politica de achiziții	✓	✓	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
13	Evaluarea furnizorilor din perspectiva standardelor de mediu și sociale	✓	✓	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
14	Managementul resurselor umane	✓	⊘	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
15	Sănătatea și securitatea în muncă	✓	✓	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
16	Relația dintre management și angajați	✓	⊘	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
17.	Diversitate și egalitate de șanse	✓	✓	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
18	Formare și dezvoltare profesională	✓	⊘	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
19	Libertatea de asociere și negociere colectivă	✓	⊘	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
20	Combaterea discriminării	✓	✓	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
21	Respectarea drepturilor omului	✓	✓	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
22	Respectarea legislației socio-economică	✓	✓	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
23	Comunități locale	✓	✓	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
24	Promovarea consumului responsabil	⊘	✓	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
25	Politica de securitate	⊘	⊘	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
	MEDIU			
26	Energie	✓	✓	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
27	Apă și efluenți	✓	✓	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
28	Emisii	✓	✓	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
29	Materiale	✓	✓	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
30	Deșeuri	✓	✓	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
31	Conformarea cu reglementările legislative de protecție a mediului	✓	✓	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

*impact direct rezultat din activitățile Sistemului Coca-Cola România
**impact indirect ce apare ca rezultat al relațiilor contractuale cu parteneri, clienți, furnizori

GRI 102-40
GRI 102-44
GRI 102-46
GRI 102-47
GRI 103-1

Cum comunicăm cu stakeholderii noștri

GRI 102-40
GRI 102-43
GRI 103-2
Dialogul cu stakeholderii

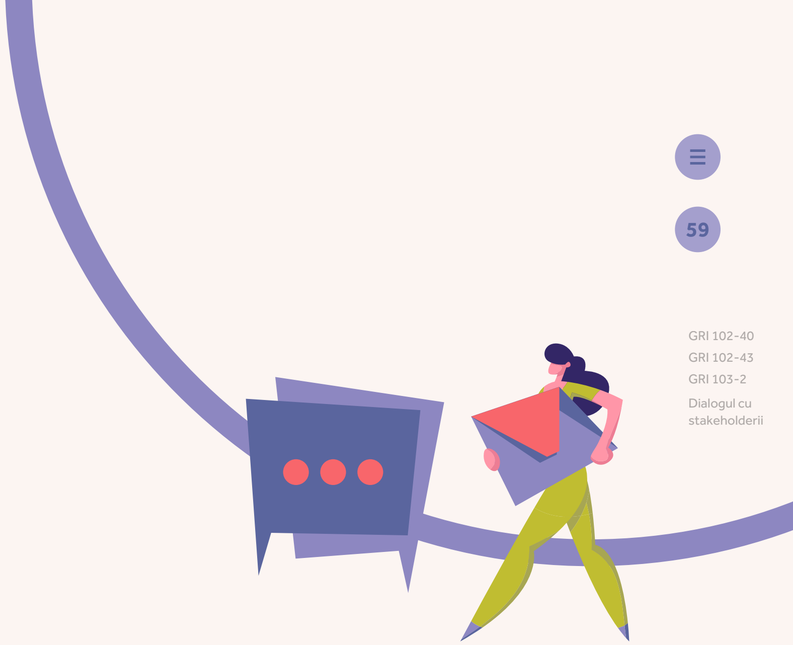
Stakeholderii noștri. Cine sunt?	Cum interacționăm?	Cât de frecvent interacționăm?	Măsuri concrete 2020
Autorități centrale și locale Administrația Prezidențială Guvern Ministere: Ministerul Finanțelor Publice; Ministerul Afacerilor Interne; Ministerul Afacerilor Externe; Ministerul Economiei, Energiei și Mediului de Afaceri; Ministerul Agriculturii și Dezvoltării Rurale; Ministerul Mediului, Apelor și Pădurilor; Ministerul Lucrărilor Publice, Dezvoltării și Administrației; Ministerul Fondurilor Europene; Ministerul Sănătății; Ministerul Educației și Cercetării; Ministerul Muncii și Protecției Sociale; Institutia Prefectului; Parlament; Comisii permanente ale Senatului și Camerei Deputaților; **Instituții publice centrale și locale:** Autoritatea Fondului pentru Mediu,	Întâlniri Platforme pentru acțiuni comune Inițiative legislative Documente de poziție Studii Evenimente Programe, proiecte Programe pentru sprijinirea acțiunilor împotriva pandemiei de COVID-19	Participarea la dezbateri publice (pe baza proiectelor și a solicitărilor) și la evenimente Sprijinirea inițiativelor locale sau centrale și/sau a evenimentelor publice în domenii comune de interes Participarea online la ședințele recurente ale comisiilor, comitetelor, grupurilor de lucru Consultări cu toate părțile interesate in definirea programelor operaționale cu finantare din fondurile europene	Propunere de lege pentru plafonarea prețului la produse alimentare Document de poziție pentru propunerea Comisiei Europene privind taxa pe plastic Document de poziție privind programele finanțate din alocările aferente României din cadrul financiar multianual 2021-2027 respectiv Pactul Ecologic European Amendamente pentru proiectul de lege privind regimul deșeurilor Legea 211/2011 privind regimul deșeurilor Document de poziție pentru transpunerea în legislația locală a Directivei privind reducerea impactului anumitor produse din plastic asupra mediului
	Autoritatea Națională pentru Protecția Mediului, Administrația Națională Apele Române, Autoritatea Națională Sanitară Veterinară și pentru Siguranța Alimentară,	Agenția Națională pentru Resurse Minerale, Inspectoratul pentru Situații de Urgență, Direcția de Sănătate Publică, Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorului,	Agenția Națională de Administrare Fiscală, Consilii Județene Primării și Consilii Locale
Ambasade: Ambasadele în România ale Statelor Unite ale Americii, Republicii Elene	Susținere pentru inițiativele legislative de mare impact Proiecte comune de interes	Contact periodic pentru a ne menține informați despre situația proiectelor și progresul implementării acestora ori de câte ori este necesar la aparația unei inițiative sau proiect de interes	-
Asociații de afaceri și sectoriale: Camera de Comerț Româno-Americană (AmCham) Consiliul Investitorilor Străini (FIC) Asociația Națională pentru Băuturi Răcoritoare (ANBR) ROMALIMENTA Asociația Română pentru Ambalaje și Mediu (ARAM) Societatea Română de Diabet, Nutriție și Boli Metabolice (SRDNBM) Patronatul Apelor Minerale Naturale din România (APEMIN) Institutul Auditorilor Interni (IIA) Consiliul Român pentru Publicitate (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 Analize pentru politici publice pe termen lung în domeniul legislației pentru mediul de afaceri Schimb de experiențe și bune practici în gestionarea pandemiei	Propunere de lege pentru plafonarea prețului la produse alimentare Document de poziție pentru propunerea Comisiei Europene privind taxa pe plastic Document de poziție pe privid programele finanțate din alocările aferente României din cadrul financiar multianual 2021-2027 respectiv Pactul Ecologic European Amendamente pentru proiectul de lege privind regimul deșeurilor Legea 211/2011 privind regimul deșeurilor Document de poziție pentru transpunerea în legislația locală a Directivei privind reducerea impactului anumitor produse din plastic asupra mediului

Stakeholderii noștri. Cine sunt?	Cum interacționăm?	Cât de frecvent interacționăm?	Măsuri concrete 2020
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 relansare a platformei de sustenabilitate După Noi #NuNeOprimAici • Campanie de educare și colectare PET, în parteneriat cu Penny • Promovarea platformei „Lucrez din nou”
Angajați: 1.525 angajați Coca-Cola HBC 34 angajați Coca-Cola România (la 31 decembrie 2020)	Comunicare internă; Întâlniri online Calendarele activităților RSC (responsabilitate socială corporativă) Evenimente sportive Evenimente informale	Cel puțin o interacțiune pe lună Evenimente de voluntariat periodice	• Întâlniri online cu toți angajații și echipa de management senior (o dată la 2 luni) • Săptămâna de Etică și Conformitate - Codul de conduită în afaceri, Politica Anti-Mită, Politica privind cadourile și activitățile de divertisment, Politica GDPR, Linia Vorbește! • Informări privind pandemia (decizii autorități locale) • Campanie de plantare virtuală „Adoptă un copac” • Campania Innovation for Growth
Parteneri de afaceri: Furnizori strategici Societatea Națională a Apelor Minerale (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 Tășuleasa Social Alucro Crucea Roșie The Social Incubator 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	• Semi-maratonul și Maratonul Internațional București • Susținerea bolnavilor aflați în îngrijirea „Hospice Casa Speranței” • Dezvoltarea și promovarea platformei „Harta Reciclării” • Sesiune de pregătire pentru tinerii din categoria NEET (tineri care nu urmează niciun program educațional sau de formare și nu au loc de muncă) în vederea integrării pe piața muncii • Evenimente de colectare separată a deșeurilor • Sprijin financiar și cu băuturi pentru spitale, centre de carantină, ISU, Serviciul de Ambulanță, în contextul pandemiei
Lideri de opinie cheie & experți economici: Experți economici Analiști financiari	Lucrul în parteneriat pentru abordarea temelor relevante Sprijinul 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	-

GRI 102-40
GRI 102-43
GRI 103-2
Dialogul cu stakeholderii

GRI 102-40
GRI 102-43
GRI 103-2
Dialogul cu stakeholderii

Clienți: Cash&Carry HORECA Supermarketuri Hipermarketuri Magazine de discount Magazine Locale & Tradiționale Chioșcuri BTR (Baruri, Terase, Restaurante) QSR (Restaurante cu servire rapidă – Quick Serving Restaurants) 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	Campania de educare și colectare PET, în parteneriat cu Penny Sprijinirea clienților în contextul pandemiei Implicare în programul „Azi pentru Mâine pe plajă” Amenajarea unității de suport medical în contextul pandemiei, la inițiativa „Auchan”
Organisme de certificare: Lloyd's Register Quality Assurance Ltd (LRQA) LAREX Control Union SGS Denkstadt	Întâlniri Audituri	Anual sau când este necesar	Alliance for Water Stewardship
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 Evenimente speciale Activități RSC (responsabilitate socială corporativă)	Comunicare periodică și constantă	Lansare Costa Coffee Campanii de colectare separată a deșeurilor Prezentarea rezultatelor de sustenabilitate Campanii de promovare a brandurilor din portofoliul Coca-Cola



4

Mediu

Gestionarea ambalajelor și deșeurilor

Eficiență energetică și reducerea emisiilor de GES

Conservarea resurselor de apă

Impactul de mediu al Coca-Cola România

Gestionarea ambalajelor și deșeurilor

GRI 103-1
GRI 103-2
GRI 203-2

În 2018, Coca-Cola lansa o strategie globală, având ca scop crearea unei lumi fără deșeuri. Cu un obiectiv ambițios ce vizează ca până în 2030, pentru fiecare sticlă sau doză vândută, să ajutăm la colectarea și la reciclarea unei cantități identice de ambalaje, O lume fără deșeuri reprezintă o abordare holistică a problemei ambalajelor cu care ne confruntăm la nivelul întregii industrii.

Această abordare presupune investiții complexe, care implică și o atenție deosebită acordată întregului ciclu de viață a ambalajului, de la cum sunt proiectate și realizate sticlele și cutiile, până la modul în care sunt reciclate și înlocuite și, totodată, parteneriate pe termen lung cu organizații regionale și locale și colaborări strânse cu clienții cheie pentru a-i motiva pe consumatori să recicleze mai multe ambalaje.

Astfel, prioritățile noastre se concentrează pe:

- **Dezvoltarea și testarea unor ambalaje noi, realizate din materiale regenerabile**
- **Utilizarea unui procent ridicat de materiale reciclate în producția ambalajelor**
- **Scăderea greutății ambalajelor**
- **Recuperarea unor cantități cât mai mari din ambalajele puse pe piață**
- **Susținerea programelor care au ca scop educarea consumatorului, în mod special în ceea ce privește reciclarea**
- **Implicarea în campanii și inițiative care încurajează economia circulară**

Materiale folosite în operațiuni	2020 kg
Sticlă	11.057.852
PET	24.219.335
Aluminiu	330.769
Oțel - capace	147.548
Capace din PP sau PE	1.767.993
Etichete de plastic	703.007
Folie PE	3.504.109
Carton	1.996.612

Materiale reciclate utilizate	2020 total kg	2020 % din total materiale utilizate
Sticlă	1.335.788	12,00%
Aluminiu	128.007	39,00%
Oțel	54.651	37,04%
rPET	3.320.470	13,71%

Materiale de ambalare și deșeuri recuperate	Ambalaje puse pe piață		Ambalaje recuperate și reciclate		Procent recuperat din cantitatea totală pusă pe piață
	Primar	Secundar	Primar	Secundar	
Sticlă	11.404.363	-	6.988.768	-	61,28%
Aluminiu	2.615.297	-	585.230	-	22,38%
Metal/Oțel	161.498	262.390	94.247	153.125	58,36%
Plastic	2.019.967	3.625.896	1.203.773	2.160.806	59,59%
PET	22.299.296	58.926	12.763.575	33.728	57,24%
Hârtie și carton	40.886	3.019.250	26.341	1.945.174	64,43%
Lemn	-	2.063.778	-	543.467	26,33%
Total					**57,00%**

Cantități calculate în funcție de țintele de valorificare prin reciclare, îndeplinite ca parte a principiului de răspundere extinsă a producătorului

La nivel local, ținta pentru anul 2020 impusă de Grup pentru România a fost de 49% ambalaje primare colectate, țintă care a fost atinsă și depășită. Similar, și ținta stabilită de legislația locală, de 60% ambalaje primare recuperate, a fost depășită.

70%

procentul ambalajelor reciclate din totalul ambalajelor primare puse pe piață.

Deșeuri deviate de la eliminare	2020 t
Deșeuri nepericuloase reciclate (sticlă, aluminiu, plastic, PET, hârtie și carton, oțel, lemn)	4.333
Deșeuri periculoase reciclate	10
Deșeuri trimise spre eliminare	
Deșeuri nepericuloase incinerate cu recuperare de energie	24
Deșeuri periculoase și electronice depozitate	2
Deșeuri nepericuloase depozitate (deșeuri menajere)	263
Total deșeuri generate on-site	4.632

Din cantitatea totală de deșeuri generate on-site,

94%

au fost reciclate.

Eficiență energetică și reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră

GRI 103-1
GRI 103-2

Facem eforturi pentru a ne limita contribuția pe care o avem la emisiile de gaze cu efect de seră, investind constant în echipamente și tehnologii noi și surse de energie alternative.

Emisiile directe de gaze cu efect de seră rezultate în urma operațiunilor noastre vin din consumul de combustibil al flotei de mașini sau consumul de combustibil și energie termică din fabrici. În ceea ce privește emisiile indirecte, impactul nostru rezultă din materiile prime utilizate în procesul de producție (ingrediente și ambalaje), flota de transportatori sau echipamentele pentru răcirea băuturilor, amplasate în locațiile clienților. Mai multe informații despre măsurile pe care le luăm pentru reducerea emisiilor de GES puteți citi accesând Politica privind Schimbările Climatice, disponibilă aici.

GRI 103-2
GRI 302-1
GRI 302-3

Energie

Consumul total de combustibil din surse convenționale pentru flota de mașini

Combustibil	2018 GJ	2019 GJ	2020 GJ
Benzină	154,03	183,23	288,62
Motorină	43.779,18	47.507,32	40.541,14
Total	**43.933,21**	**47.690,55**	**40.829,76**

Factori de conversie: 1 L benzină = 0,0344 GJ | 1 L motorină = 0,0371 GJ

Consumul total de energie din surse regenerabile

	2018 GJ	2018 %*	2019 GJ	2019 %*	2020 GJ	2020 %*
Energie electrică din surse regenerabile	67.901,40	93,50%	67.701,40	100%	50.205,45	100%

*Ponderea energiei electrice din surse regenerabile, în totalul energiei electrice achiziționate. Cantitatea de energie menționată mai sus este preluată de la rețeaua națională și reprezintă 100% energie provenită din surse regenerabile. În fabricile din Ploiești și Timișoara, utilizăm și energie produsă intern prin centralele CHP (Combined Heat and Power – cogenerare), din combustibil convențional (gaz natural).

Consumul total de combustibil din surse convenționale în fabrici

Combustibil	2018 GJ	2019 GJ	2020 GJ
Gaz natural	78.525,45	79.667,68	76.396,26
GPL	22.783,76	18.200,72	14.253,71
Combustibil lichid ușor (păcură pentru centrala termică)*	15,60	198,67	5,34
Total	**101.324,81**	**98.067,07**	**90.655,31**

*cantitățile de CLU comunicate în raportul anterior erau exprimate în GJ, nu în litri

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

Consum de energie

Tip	2018 GJ	2019 GJ	2020 GJ
Electricitate (total)	**263.533,49**	**267.716,47**	**246.191,25**
• Din care energie electrică de la rețea	67.901,40	69.444,21	50.205,45
• Din care energie electrică din CHP	195.632,09	198.272,26	195.985,80
Energie termică din CHP (abur, apă caldă)	88.202,97	98.067,06	88.685,00

Factori de conversie: 1 MWh = 3,6 GJ

Consumul total de energie = Consumul de Combustibil în fabrici + Consumul de Energie Electrică în fabrici

Consumul total de energie în fabrici = 425.532 GJ

Ponderea totală de energie regenerabilă sau curată utilizată în fabrici în procesul de producție este de 78,7%. Diferența provine din energia produsă prin arderea combustibililor convenționali – gaz natural, GPL și combustibil lichid ușor (păcură).

Intensitatea energetică	2018 MJ/lpb	2019 MJ/lpb	2020 MJ/lpb
	0,39	0,38	0,39

Intensitatea energetică este calculată raportat la consumul total de energie din fabrici, fără a lua în calcul și consumul de combustibil al flotei.

GRI 103-2
GRI 302-4
GRI 305-5

Proiecte implementate pentru reducerea consumului de energie

Titlul și descrierea proiectului	Data la care a fost finalizat	Reducere anuală – consum de energie kWh	Reducere anuală – Consum de apă Kilolitri
Sistem de monitorizare a consumului de energie electrică și termică	Noiembrie	250.000	-
Chiller pentru apă de produs	Decembrie	15.850	-
Modificare conveioare linie de sticlă	Noiembrie	45.000	-
Îmbunătățire sistem răcire compresor înaltă presiune	Septembrie	64.000	-
Sistem de iluminare led pentru zonele de producție (Dorna – Poiana Negri)	Decembrie	18.488	-
Sistem de iluminare led pentru zonele de producție (Timișoara)	Octombrie	15.000	-
Linie nouă de îmbuteliere PET	Mai	200.000	10.021
Revizie generală stație de epurare	Septembrie	100.000	-
Revizie generală compresoare 40 bar	Octombrie	100.000	-
Achiziție compresor nou înaltă presiunie	Iulie	24.000	-

Proiectele de reducere a consumului de energie încheiate în 2020 au avut o valoare totală de

11.150.000 €,

contribuind la economisirea a

832.338 kWh

de energie.

Emisii

Emisii GES	2018	2019	2020
	tone CO_2eq	tone CO_2eq	tone CO_2eq
Scopul 1	12.731,71	14.260,00	12.126,00
Scopul 2	13.122,50	13.674,00	12.473,00
Scopul 3	310.648,35	324.403,00	256.274,00

Toate emisiile de gaze cu efect de seră sunt calculate și comunicate anual în mod transparent în Raportul de Sustenabilitate al Sistemului Coca-Cola România și în Raportul Anual Integrat al Grupului Coca-Cola HBC. Inventarul emisiilor (Scopul 1, Scopul 2 și Scopul 3) pentru anul 2020 a fost validat la nivel de Grup de un auditor extern independent. Pentru a valida amprenta de carbon, a fost validat inventarul emisiilor din toate țările în care Grupul își desfășoară activitatea.
Mai multe detalii despre procesul de asigurare puteți citi în Raportul Anual Integrat 2020, la paginile 234-236.

scopul 1

- Arderea combustibililor în centrale termice
- Emisii CO_2 generate de flota proprie de autovehicule
- Emisii asociate vitrinelor frigorifice
- Pierderi de CO_2 în procesul de producție

scopul 2

- Emisii asociate furnizării de electricitate, abur, apă caldă, apă răcită

scopul 3

- Emisii asociate flotei de transportatori contractanți, ambalajelor și CO_2 stocat în produse

Metoda de consolidare a emisiilor folosește abordarea privind controlul operațional. Metodologia de calcul a emisiilor urmărește Standardul Greenhouse Gas Protocol Corporate Accounting and Reporting.

Sursa factorilor de emisii:

- IPCC 2006, orientările IPCC pentru inventarele naționale de gaze cu efect de seră
- GHG Protocol - Global Warming Potential (GWP) valorile referitoare la CO_2
- emisii de CO_2 rezultate în urma arderii combustibilului IEA
- Studiu LCA al IFEU (Institutul de Cercetare pentru Energie și Mediu Heidelberg)
- Studiul IFEU realizat pentru The Coca-Cola Company bazat pe EcoInvent
- Studiul LCA realizat de IFEU pentru The Coca-Cola Company pentru ambalaje, bazat pe ghidul Agenției Europene de Mediu (EAA 2013)
- Worldsteel 2012 + Elec 2013
- Baza de date EcoInvent

GRI 103-1
GRI 103-2
GRI 103-3
GRI 305-1
GRI 305-2
GRI 305-3

Intensitatea emisiilor

Intensitatea emisiilor	2018	2019	2020
	gCO_2e/litru de produs	gCO_2e/litru de produs	gCO_2e/litru de produs
	22,43	23,23	22,78

În calculul intensității sunt considerate emisiile din Scopul 1 și Scopul 2.

Emisii în aer

Emisii	2019	2020
	kg	kg
NO_x	5.535,26	6.784,9
SO_x	50,14	61,4
Compuși organici volatili (VOC)	1.720,41	2.108,8
Particule (PM)	58,35	71,5

În 2020, intensitatea emisiilor pe litru de băutură produs a scăzut cu

2%

comparativ cu anul 2019.

	2018	2019	2020
Numărul de mașini	694	751	762
Distanța parcursă km	21.055.137	23.369.338	20.397.829

Conservarea resurselor de apă

Gestionarea sustenabilă a apei este o preocupare majoră pentru noi. Apa reprezintă o resursă naturală extrem de importantă – ingredientul principal al băuturilor noastre, dar și un element esențial pentru procesele noastre de producție. În același timp, apa este fundamentală pentru cultivarea ingredientelor care constituie baza produselor noastre.

Consumul de apă, în funcție de sursă		**2020**	
		Total zone de operare ('000 litri)	Zone cu stres hidric ('000 litri)
Apă extrasă în funcție de sursă	Apă subterană (total)	1.668.226,00	0
	Apă dulce (≤1.000 mg/L TDS*)	1.668.226,00	0
Total apă extrasă		**1.668.226,00**	**0**

Apă deversată		**2020**	
		Total zone de operare ('000 litri)	Zone cu stres hidric ('000 litri)
Apă deversată, în funcție de destinație	În ape de suprafață	414.257	0
	Apă evacuată la furnizori sau alte organizații (total)	368.651	0
Total apă deversată		782.908	**0**
Apă deversată în funcție de tip	Apă dulce (≤1.000 mg/L TDS*)	782.908	
	Alte tipuri de apă (>1.000 mg/l TDS)	0	
Apă deversată în funcție de tipul de tratament	Fără tratament	0	
	Tratament fizico-chimic și biologic	782.908	

*TDS=totalul solidelor dizolvate

Intensitatea consumului de apă a înregistrat în 2020 o scădere cu aproximativ 1.9% față de perioada anterioară de raportare.

Intensitatea consumului de apă	**2018**	**2019**	**2020**
	l/ lpb	l/ lpb	l/ lpb
	1,60	1,57	1,54

Ținta locală impusă de Grup pentru România în anul 2020, în privința consumului de apă pentru un litru de băutură produs a fost de 1,56 l apă/lpb, țintă atinsă și depășită.

Întregul volum de apă utilizat în producție provine din surse de apă subterană. Fabricile Ploiești și Timișoara exploatează propriile foraje de apă, iar fabrica Poiana Negrii utilizează atât foraje, cât și captări de izvoare proprii, precum și apă minerală naturală provenită de la Societatea Națională a Apelor Minerale (SNAM). Sursele de apă se află situate în incinta fabricilor de producție sau în imediata vecinătate a acestora, transportul apei făcându-se prin intermediul conductelor de aducțiune, fără a fi stocată sau transportată vrac.

Fabricile Coca-Cola HBC România se află situate în zone cu resurse importante de apă subterană. Așadar, avem grijă ca exploatarea să se desfășoare în condiții de echilibru al circuitului apei în natură, fără a denatura rolul ecologic sau social al apei. În acest sens, impactul asupra resurselor de apă este analizat pentru fiecare activitate de bază în parte, începând de la proiectele interne care se supun analizei tehnice și manageriale (unde indicatorii specifici consumului de apă reprezintă un factor important în luarea deciziilor), până la proiectele mari de investiții care necesită aprobare din partea autorităților (documentațiile de gospodărire a apelor prevăd analiza impactului asupra resurselor de apă) sau contextul organizațional prin care compania implementează politici, standarde și sisteme de management certificate și auditate.

GRI 103-2
GRI 103-3
GRI 303-1
GRI 303-2

Apă recuperată/ reciclată

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. 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.

	2018	2019	2020
Apă recuperată și reciclată	ML	ML	ML
	40,45	38,08	33,58

Tranziția de la EWS (European Water Stewardship) la AWS (Alliance for Water Stewardship)

În contextul scăderii în relevanță si reprezentativitate a acestui organism (EWS), Coca-Cola HBC a luat decizia ca din 2020 toate unitățile de producție proprie să fie certificate AWS (Alliance for Water Stewardship), o organizație globală la al cărei standard aderă un număr din ce în ce mai crescut de companii globale.

Incluse deja în cerințele de operare ale The Coca-Cola Company (KORE), principiile AWS prevăd aspecte cu relevanță la nivelul tuturor celor 17 Obiective de Dezvoltare Durabilă.

Standardul 2.0 al AWS își propune să fie un cadru accesibil de îndrumare pentru implementarea unui sistem de gestionare a apei, vizând rezultate în cinci direcții:

- buna guvernanță a apei
- un echilibru sustenabil al apei
- buna calitate a apei
- arii importante dependente de resursele de apă
- apă curată, sanitație și igienă pentru toți (WASH)

Implementarea standardului urmărește o abordare structurată în cinci pași, fiecare implicând un număr de criterii, fiecare criteriu având unul sau mai mulți indicatori pentru conformitate.

Certificarea conform standardului ține cont de traseul apei încă din zona de captare și implică toate părțile interesate în proces (stakeholderi). Informații detaliate cu privire la procesul de certificare, dar și indicatorii urmăriți, pot fi consultate descărcând standardul AWS 2.0, disponibil aici.

Pentru a înțelege și colecta feedback-ul stakeholderilor cu privire la provocările pe care le au în legătură cu gestionarea eficientă a resurselor de apă, dar și modul în care procesele noastre de producție influențează aceste provocări, în perioada aprilie – iunie 2021, ca parte din procesul de consultare a stakeholderilor pentru identificarea temelor materiale, am inclus în chestionarul transmis acestora și o serie de întrebări ce au vizat aspecte legate de managementul apei. Categoriile de stakeholderi consultate au fost reprezentate de: consumatori, angajați ai Sistemului Coca-Cola în România, furnizori, clienți/ distribuitori, reprezentanți ai societății civile/ ai unei organizații non-guvernamentale, parteneri de afaceri sau consultanți, membri ai comunității locale, reprezentanți ai industriei, jurnaliști, autorități/ factori de decizie din mediul politic.

Rezultatele consultării sunt prezentate mai jos, din perspectivă generală (media răspunsurilor pentru fiecare categorie), dar și din perspectiva răspunsurilor primite de la membrii comunității locale:

I Vă rugăm prioritizați temele principale legate de gestionarea eficientă a resurselor de apă, în funcție de importanța acestora pentru dumneavoastră.

unde 1 - cea mai importantă și 5 - cea mai puțin importantă

1. Calitatea resurselor de apă
2. Disponibilitatea resurselor de apă
3. Arii protejate dependente de resursele de apă
4. Accesul la infrastructura de apă potabilă, canalizare și epurare
5. Sistemul de administrație, reglementare și bune practici disponibile pentru gestiunea resurselor de apă

II Vă rugăm prioritizați provocările principale cu care vă confruntați referitoare la resursele de apă.

unde 1 - cea mai importantă și 5 - cea mai puțin importantă

1. Reducerea consumului de apă
2. Protejarea calității naturale a resurselor de apă
3. Conservarea ariilor protejate dependente de resursele de apă
4. Îmbunătățirea accesului la infrastructura de apă potabilă, canalizare și epurare
5. Consolidarea sistemului de administrație, reglementare și bune practici disponibile pentru gestiunea resurselor de apă

III Cum evaluați nivelul de legătură și influență dintre Sistemul Coca-Cola și dvs. pentru fiecare dintre temele principale de gestionare eficientă a resurselor de apă?

pe o scară de la 0 la 4, unde 0 înseamnă că nu există nicio legătură și 4 înseamnă că nivelul de influență este foarte mare

- Sistemul de administrație, reglementare și bune practici disponibile pentru gestiunea resurselor de apă
- Accesul la infrastructura de apă potabilă, canalizare și epurare
- Disponibilitatea resurselor de apă
- Arii protejate dependente de resursele de apă
- Calitatea resurselor de apă

IV Vă rugăm să evaluați domeniile în care considerați că Sistemul Coca-Cola ar trebui să dezvolte implementarea de bune practici.

pe o scară de la 0 la 4, unde 0 înseamnă că nu ar trebui să dezvolte și 4 înseamnă că ar trebui să dezvolte cu prioritate

- Sistemul de administrație, reglementare și bune practici disponibile pentru gestiunea resurselor de apă
- Accesul la infrastructura de apă potabilă, canalizare și epurare
- Disponibilitatea resurselor de apă
- Arii protejate dependente de resursele de apă
- Calitatea resurselor de apă

V Cum evaluați strategia, planul și performanța Sistemului Coca-Cola în privința gestionării resurselor de apă (descrise în paginile 52 - 54 ale Raportului de Sustenabilitate 2019)?

0 înseamnă o performanță foarte slabă și 4 înseamnă o performanță foarte bună

- Rezultatele obținute în reducerea consumului de apă
- Investițiile și proiectele implementate în direcția eficientizării consumului de apă
- Efortul nostru pentru protejarea mediului înconjurător și a resurselor de apă în particular
- Abordarea generală a Sistemul Coca-Cola cu privire la gestionarea resurselor de apă
- Eforturile noastre de implementare a unor bune practici în domeniul resurselor de apă

GRI 103-2
GRI 103-3
GRI 303-1

Impactul de mediu al Coca-Cola România

Strategia noastră de protecția mediului este armonizată la nivel local cu politicile Coca-Cola HBC România. Astfel, lucrăm împreună la gestionarea principalelor aspecte care generează impact asupra mediului înconjurător: aprovizionarea din surse sustenabile, utilizarea responsabilă a resurselor naturale, eficientizarea consumului de energie și reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră generate, ambalajele produselor noastre etc.

În România, impactul generat în operațiunile proprii este redus, activitatea Coca-Cola România desfășurându-se printr-o echipă de 34 angajați, într-un singur punct de lucru.

Materiale folosite în operațiuni	2018 kg	2019 kg	2020 kg
Hârtie	250	220	307
Carton	70	70	0

Consumul total de combustibil din surse convenționale	2018 GJ	2019 GJ	2020 GJ
Benzină	128,03	49,74	67,56
Motorină	1.054,93	1.237,84	1.015,84

Număr mașini	2018	2019	2020
Diesel	23	25	26
Benzină	2	2	2
Total	**25**	**27**	28

Pentru a susține eforturile depuse la nivel de The Coca-Cola Company privind sustenabilitatea și protecția mediului, autovehiculele achiziționate trebuie să respecte simultan următoarele cerințe:

- consum de combustibil < 6 l/100 km
- emisii < 160 g CO_2/km

De asemenea, achiziția autovehiculelor hibride, electrice sau GPL este încurajată.

5

Echipa noastră

Echipa Sistemului Coca-Cola

Promovăm diversitatea

Cum încurajăm performanța colegilor noștri

Siguranța la locul de muncă

CE MĂSURI AM IMPLEMENTAT PENTRU ANGAJAȚII NOȘTRI ÎN CONTEXTUL COVID-19

GRI 103-2
GRI 403-6

În 2020, valoarea totală a cheltuielilor pe care le-am direcționat către protecția angajaților în contextul crizei sanitare a fost de

5.654.614 lei*

Una din prioritățile cheie pentru noi în 2020 a fost siguranța angajaților noștri. Deși au existat schimbări semnificative la nivelul modului de lucru, fiind nevoiți să ne adaptăm la contextul impus de criza sanitară, într-o perioadă caracterizată de schimbări greu de anticipat și nevoia de a lua cele mai bune decizii în cel mai scurt timp, am știut că ne putem baza pe angajații noștri.

Conștienți de vremurile dificile pe care le traversam, pe tot parcursul anului 2020, aceștia au depus eforturi extraordinare, au lucrat împreună pentru a-și atinge obiectivele și au dovedit un nivel extrem de ridicat de implicare și dedicare, confirmând încă o dată cultura noastră organizațională bazată pe încredere și responsabilitate.

Încă din martie 2020, ne-am mobilizat rapid și am dezvoltat și implementat noi proceduri de lucru și protocoale speciale în toate sediile și fabricile noastre, comunicând-le constant angajaților, astfel încât aceștia să fie în permanență informați cu privire la măsurile de siguranță și protecție.

Astfel, am asigurat echipamente de protecție pentru toți angajații (măști, dezinfectanți, mănuși etc), în mod special pentru echipele de vânzări și angajații din producție, iar în perioada stării de urgență, inclusiv pentru familiile acestora.

Programul work from home a fost totodată extins și la alte poziții, care până atunci nu erau eligibile. Toți angajații ale căror poziții permiteau desfășurarea activității de acasă au avut posibilitatea de a-și lua cu ei scaunele de la birou și monitoarele, astfel încât să își poată desfășura activitatea într-un mediu confortabil. De asemenea, am implementat o nouă politică ce permite acestora să achiziționeze echipamente utilizate ale companiei (de ex. laptopuri, tablete).

Pentru a fi alături de angajați în această perioadă dificilă, am lansat în iunie 2020 – **Programul de asistență pentru angajați** – un serviciu de asistență și consiliere în gestionarea situațiilor complexe ale vieții. Operat de un partener extern, programul oferă în mod gratuit angajaților noștri și membrilor familiilor acestora, accesul la 6 sesiuni de consiliere pe an (pentru fiecare situație dificilă prin care aceștia trec), oferind sprijin emoțional pentru aspecte ce țin de gestionarea stresului, anxietății, depresiei sau sprijin pentru situații ce pot apărea în viața de zi cu zi, cum ar fi problemele financiare, planuri de pensionare, parenting etc. Programul poate fi accesat telefonic, online sau prin intermediul unei aplicații mobile, fiind privat și confidențial. În același timp, programul reprezintă și un sprijin suplimentar pentru colegii care ocupă poziții de manager în cadrul companiei, aceștia putând accesa consiliere cu privire la gestionarea unor teme precum tratarea conflictelor, comunicarea cu membrii echipei, gestionarea stresului, reîntoarcerea la locul de muncă după o perioadă îndelungată etc.

În același timp, am pus la dispoziția angajaților o serie de webinarii care să le ușureze procesul de adaptare la noua realitate, menținând un echilibru între viața personală și cea profesională: managementul stresului în situații de criză, sport și ergonomie, alimentație sănătoasă atunci când lucrezi de acasă, cum să dormi mai bine, parenting în vremuri de coronavirus etc.

Pentru a fi conectați în permanență la pulsul echipei, am introdus în chestionarele de angajament și cultură (Pulse Surveys) desfășurate în 2020 de trei ori (aprilie, iulie și octombrie), întrebări cu privire la modul în care s-au adaptat la măsurile impuse de contextul pandemic, dar și la răspunsul și măsurile luate de companie în toată această perioadă (de ex. dacă echipamentele de protecție sunt suficiente, dacă aceștia se simt suficient de bine informați cu privire la modul în care compania gestionează situația, dacă simt că sunt sprijiniți de managerii direcți sau dacă sunt la curent cu noile protocoale de sănătate și siguranță implementate de companie).

*1.169.396 Euro, la cursul valutar de 1 Euro = 4,8355 lei

Echipa Sistemului Coca-Cola

Tip de contract/ Normă de lucru	2019	2020
COCA-COLA HBC ROMÂNIA		
Perioada determinată	20	28
Perioadă nedeterminată	1.474	1.497
Full time	1.494	1.525
Part time	0	0
COCA-COLA ROMÂNIA		
Full-time/ Perioadă nedeterminată	34	34

Categorie	2020			
COCA-COLA HBC ROMÂNIA	Angajați noi*		Angajați care au plecat**	
	Nr.	Rată (%)	Nr.	Rată (%)
Gen				
Femei	42	10,21%	50	10,20%
Bărbați	96	8,62%	112	8,00%
Total	**138**	**9,05%**	**162**	**8,60%**
Grupă de vârstă				
<30	71	18,73%	50	11,40%
30-50	61	6,77%	86	7,50%
>50	6	2,46%	26	8,90%
Total	**138**	**9,05%**	**162**	**8,60%**
Locație				
București	44		55	
Cluj	10		13	
Constanța	15		17	
Craiova	6		4	
Galați	3		4	
Iași	7	9,05%	6	8,60%
Oradea	4		8	
Poiana Negri	5		11	
Ploiești	17		21	
Timișoara	27		23	
Total	**138**		**162**	

*Se calculează ca număr total de angajați noi din categorie, raportat la numărul mediu de angajați din acea categorie.
**Conform normelor interne, rata de plecare a angajaților se calculează raportat la numărul angajaților permanenți din ultima zi lucrătoare a lunii anterioare.

COCA-COLA ROMÂNIA

În anul 2020, la nivelul Coca-Cola România, un singur angajat a părăsit compania, în mod similar, un angajat nou alăturându-se echipei noastre (3% rata de noi angajați, 3% rata angajaților care au plecat din companie).

GRI 102-8
GRI 103-2
GRI 401-1

Dreptul la libertate de asociere și negociere colectivă

GRI 102-41
GRI 103-1
GRI 103-2
GRI 402-1

Respectăm dreptul angajaților noștri de a se alătura unui sindicat, de a forma sau de a nu adera la un sindicat, fără teama de represalii, intimidare sau hărțuire. În cazul în care angajații sunt reprezentați de un sindicat recunoscut legal, ne angajăm să stabilim un dialog constructiv cu reprezentanții lor aleși în mod liber și să participăm cu bună-credință la procesele de negociere.

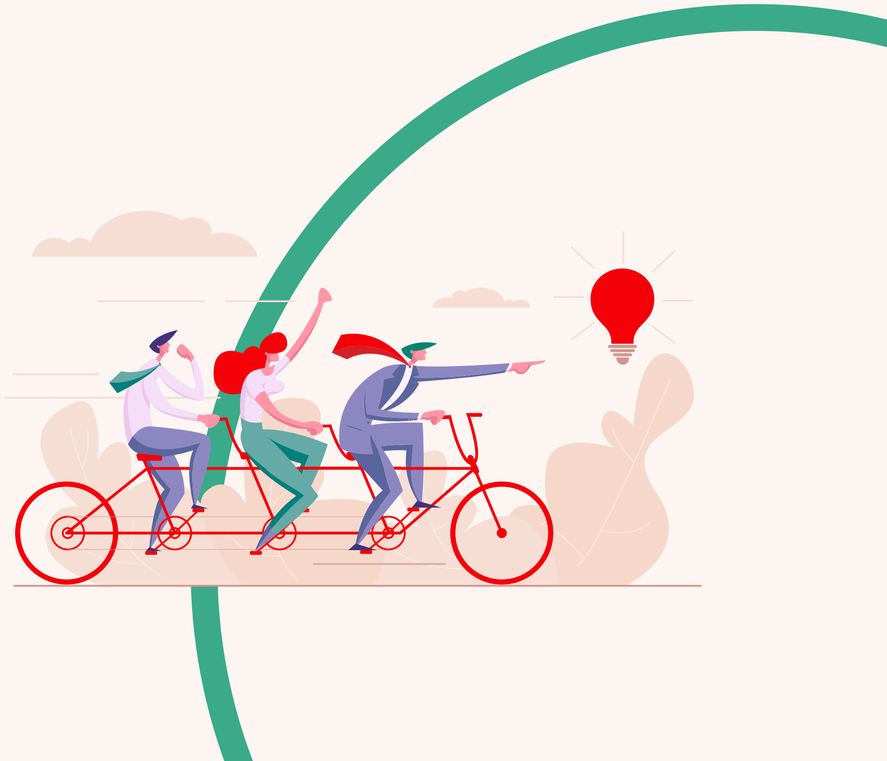
Toate schimbările sau deciziile care pot avea un impact major asupra angajaților le sunt comunicate acestora după 5 zile calendaristice de la data hotărârii acestora, în conformitate cu prevederile contractului colectiv de muncă.

Sindicat	2019	2020
Angajații companiei înscriși în sindicate (% din total)	13,90%	11,69%
Angajați înscriși în Sindicatul Liber Coca-Cola HBC România	1,60%	1,90%
Angajați înscriși în Sindicatul Independent Coca-Cola HBC România	11,90%	9,60%
Angajați înscriși în Unirea Fraților din Coca-Cola HBC	0,40%	0,19%

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.

Toți angajații companiei beneficiază de prevederile deciziei* Directorului General care a înlocuit contractul colectiv de muncă.

*decizia păstrează aceleași prevederi ca cele conținute de contractul colectiv de muncă, dar scăzând numărul de angajați din sindicatele angajaților companiei, aceștia nu mai au reprezentativitate, conform legislației în vigoare



Promovăm diversitatea

Diversitatea, egalitatea de șanse, echitatea și incluziunea sunt valori de bază ale politicii noastre de resurse umane, care stau la baza strategiei de creștere.

Credem într-un viitor mai bun, un viitor în care toți oamenii beneficiază de acces la aceleași tipuri de resurse, beneficii și oportunități, indiferent de gen, rasă, orientare sexuală, caracteristici genetice, vârstă, apartenență națională, rasă, culoare, etnie, religie, opțiune politică, origine socială, handicap, situație sau responsabilitate familială. De aceea, suntem dedicați menținerii unui mediu de lucru caracterizat de egalitate de șanse, fără discriminare sau hărțuire. Baza pentru recrutarea, angajare, instruire, remunerarea sau avansarea angajaților în companie este dată de criterii precum performanța, calificarea, abilitățile și experiența oamenilor noștri, iar indiferent de caracteristicile sau statutul personal al unui angajat, nu tolerăm sub nicio formă comportamentele nerespectuoase, inadecvate, tratamentul inegal sau orice formă de discriminare. Angajații noștri sunt încurajați să înainteze Ofițerului responsabil pe probleme de etică orice îngrijorare cu privire la încălcarea acestor principii sau să o semnaleze prin intermediul canalelor de raportare puse la dispoziția acestora.

Suntem conștienți de puterea pe care o avem, prin notorietatea mărcii Coca-Cola, de aceea credem că stă în responsabilitatea noastră să ne implicăm și să promovăm respectarea principiilor de diversitate, egalitate de șanse, echitate și incluziune, dincolo de politicile și procedurile noastre interne. Astfel, ne folosim resursele pentru a investi și promova cauze importante în acest sens, și ne implicăm în astfel de proiecte ori de câte ori avem ocazia.

Încă din martie 2018, suntem semnatari ai **Cartei Diversității**, prin Coca-Cola HBC România, angajându-ne astfel să continuăm promovarea și implementarea principiilor de diversitate, incluziune și egalitate de șanse atât în interiorul companiei, cât și în afara ei.

Categorie — COCA-COLA HBC ROMÂNIA — 2020

	Bărbați				Femei			
	<30	30-50	>50	Total	<30	30-50	>50	Total
Senior Management Team	0	5	0	**5**	0	3	1	**4**
Middle Management Team	23	148	25	**196**	22	48	15	**84**
Professionals	175	393	82	**650**	123	144	21	**288**
Blue Collar	34	140	88	**262**	3	21	12	**36**
Total	**232**	**686**	**195**	**1.113**	**147**	**215**	**49**	**412**

Categorie — COCA-COLA ROMÂNIA — 2020

	Bărbați				Femei			
	<30	30-50	>50	Total	<30	30-50	>50	Total
Senior Management	0	2	1	**3**	0	3	0	**3**
Middle Management	0	6	1	**7**	2	12	1	**15**
White Collar	1	0	0	**1**	2	3	0	**5**
Total	**1**	**8**	**2**	**11**	**4**	**18**	**1**	**23**

Angajați cu dizabilități — COCA-COLA HBC ROMÂNIA

	2019		2020	
	B	F	B	F
Blue collar	6	-	5	-
White collar	-	2	-	2

În 2020, la nivelul Coca-Cola HBC România a existat un incident de discriminare.

Investigarea incidentului și măsurile luate s-au desfășurat și implementat în conformitate cu procedurile interne și legislația națională aplicabilă. Nu au existat consecințe legale.

La Coca-Cola România nu au existat incidente de discriminare sau sancțiuni aplicate angajaților ca urmare a încălcării politicilor privind incluziunea și egalitatea de șanse.

GRI 102-12
GRI 103-1
GRI 103-2
GRI 103-3
GRI 405-1
GRI 406-1

Cum încurajăm performanța colegilor noștri

GRI 103-2
GRI 401-2
GRI 403-6

Beneficii

Modul în care abordăm politica de remunerare a angajaților din echipele noastre și pachetul de beneficii este ancorat în corectitudine și echitate și se bazează pe performanța individuală a fiecărui angajat, indiferent de gen, vârstă, rasă, religie, culoare a pielii, orientare sexuală, origine etnică sau națională etc.

În 2020, valoarea totală a beneficiilor oferite angajaților Coca-Cola HBC România a fost de

17.627.865 lei,

în creștere cu aproximativ 10% față de 2019.

COCA-COLA HBC ROMÂNIA				2020	COCA-COLA ROMÂNIA	
Full-Time		Temporari		Beneficii acordate în funcție de tipul de contract	Full-Time	
< 1 an	> 1 an	< 1 an	> 1 an		< 1 an	> 1 an
✓	✓	✓	✓	Bonuri de masă	⊘	⊘
⊘	✓	⊘	✓	Tichete de vacanță/ Primă 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	⊘	⊘
✓	✓	✓	✓	Prima de Paște și Crăciun	✓	✓
✓	✓	✓	✓	Asigurare de viață sau în caz de accident	✓	✓
✓	✓	✓	✓	Abonament medical (pentru angajați și membrii familiei de gradul I)	✓	✓
✓	✓	✓	✓	Cotă de produs (baxuri de suc/ apă)	⊘	⊘
⊘	✓	⊘	✓	Zile de concediu de odihnă adiționale	⊘	⊘
✓	✓	✓	✓	Zile libere pentru diverse evenimente	⊘	⊘
⊘	⊘	⊘	⊘	Asigurare de sănătate privată	✓	✓

GRI 103-2
GRI 401-3
GRI 403-6

Toți angajații Coca-Cola HBC România și Coca-Cola România beneficiază de asigurare de viață și sănătate, precum și de abonamente medicale pentru ei și familiile lor. În plus, angajații Coca-Cola România au acces la asigurare privată de sănătate, iar cei care sunt angajați la Coca-Cola HBC România de mai mult de un an se pot bucura de zile libere adiționale.

De asemenea, angajații Coca-Cola HBC România sunt înregistrați în platforma Benefit Systems, unde pot accesa un fond lunar pentru a alege acele beneficii pe care și le doresc. Astfel, facilităm accesul acestora la servicii medicale și de sănătate, oferindu-le reduceri pentru o varietate de beneficii, precum abonamente de fitness, medicină sportivă și kineto-terapie și programe de nutriție. Prin aceste beneficii, ne susținem angajații în lupta cu cele mai comune probleme de sănătate ale vremurilor noastre (obezitate, sănătate mintală, activitate fizică, nutriție etc.).

COCA-COLA HBC ROMÂNIA	2020	COCA-COLA ROMÂNIA
	Valoarea bonusurilor ca procent din salariu	
10-50%	Angajați	6-10%
15-30%	Management	15-30%
30-45%	Top Management	>30%

Bărbați	Femei	Concediu parental	Bărbați	Femei
39	22	Nr. de angajați care au avut dreptul la concediu parental*	11	23
1	18	Nr. de angajați care și-au luat concediu parental	1	1
6	7	Nr. de angajați care s-au întors la locul de muncă (în 2020) după terminarea concediului parental	1	0
5	10	Nr. de angajați care s-au întors la locul de muncă (în 2019) după terminarea concediului parental și erau încă angajați după 12 luni (în 2020)	0	1
65%		Rata de revenire la locul de muncă	100%	100%
83%	63%	Retenția	100%	100%

*Ca și în cazul Coca-Cola România, toți angajații Coca-Cola HBC România au dreptul la concediu parental. Cifrele prezentate în tabelul de mai sus, pentru Coca-Cola HBC România, se referă însă la angajații care l-au putut accesa în 2020 (angajații cărora li s-a născut un copil).

Training și dezvoltare

GRI 103-2
GRI 404-1
GRI 404-3

Numărul mediu de ore de formare profesională în funcție de categorie	2020
Numărul mediu de ore de formare profesională:	37
Numărul mediu de ore de formare profesională (femei):	30
Numărul mediu de ore de formare profesională (bărbați):	40
Numărul mediu de ore de formare profesională pentru angajații din categoria specialiști	39
Numărul mediu de ore de formare profesională pentru angajații din management	39
Numărul mediu de ore de formare profesională pentru angajații din middle management	39

La Coca-Cola România, o bună proporție a trainingurilor și programelor de formare oferite angajaților sunt la cerere, self-paced sau cu înscriere voluntară. Coca-Cola University (CCU) este programul de dezvoltare a angajaților The Coca-Cola Company, prin care aceștia beneficiază de activități cu scopul de a-i educa și de a le dezvolta abilitățile. De asemenea, angajații noștri au avut la dispoziție în 2020 și o serie de cursuri pe care le-au putut accesa în mod voluntar, precum Leading in the Network, E-commerce, Agile, Digital Literacy etc.

66,5%

din totalul angajaților Coca-Cola HBC România au trecut în 2020 printr-un proces de evaluare a performanței și a planului de dezvoltare a carierei.

Exemple de traininguri oferite angajaților	2020	
	Total ore	Număr de participanți
New categories knowledge (Coffee & Premium Spirits)	3.300	1.100
Traininguri dezvoltate în contextul COVID (Prioritizarea clientului/ Siguranță/ Vânzarea la telefon)	731	576
Program de dezvoltare pentru operatori	1.166	205

COCA-COLA HBC ROMÂNIA 2020					COCA-COLA ROMÂNIA 2020				
	Bărbați		Femei		Evaluarea performanței și planul de dezvoltare a carierei	Bărbați		Femei	
	Nr.	%	Nr.	%		Nr.	%	Nr.	%
	697	62,6%	316	76,7%	All levels				
		5			Senior management	3	27%	3	13%
		264			Management*				
		745			Professionals				
					Middle management	7	64%	15	65%
					White collar	1	9%	5	22%
					Total	**11**	**100%**	**23**	**100%**

*Front line leaders și change leaders

Programe pentru dezvoltarea angajaților

GRI 103-2
GRI 404-2

Deși contextul cu care ne-am confruntat în 2020 a fost unul care a ridicat provocări și din perspectiva programelor de formare in-class, le-am întâmpinat identificând rapid noi oportunități sau adaptând programele pentru angajați deja consacrate, pentru a facilita în continuare accesul echipei la dezvoltare profesională.

Coaching for all employees

De-a lungul anilor, coaching-ul a devenit o parte vitală a strategiei noastre, o pârghie cheie pentru a accelera performanța afacerii și pentru a le permite angajaților noștri să își folosească talentele naturale și punctele forte. Povestea noastră de coaching a început în 2016 și, de-a lungul anilor, organizația și-a luat angajamentul de a extinde și accelera impactul coaching-ului în cultura noastră. Investiția în coaching a avut beneficii extraordinare, cultivând inovația, dezvoltând autonomia, crescând satisfacția la locul de muncă, stimulând performanța individuală și a afacerii și a devenit un pilon foarte apreciat al strategiei noastre de personal, cu impact direct în:

Stilul de conducere - managerii folosesc abilitățile de coaching pentru a crea relații bazate pe încredere în cadrul echipelor lor și o cultură în care angajații sunt împuterniciți și responsabili.

Coaching pentru performanță - managerii folosesc tehnici de coaching în discuțiile de zi cu zi, optimizarea proceselor de afaceri, noi strategii pentru a îmbunătăți performanța afacerii.

Dezvoltarea talentelor - coaching-ul este unul dintre principalele noastre instrumente de dezvoltare a oamenilor noștri. Acesta face parte din planurile de tranziție ale directorilor atunci când intră în noi roluri și din acțiunile de dezvoltare a persoanelor cu potențial ridicat. De asemenea, toți angajații au acces la grupul nostru intern de traineri, în funcție de necesități.

Managerii cu experiență fac parte din programul nostru de coaching intern, bazat pe standardele și competențele ICF și oferit de un trainer cu acreditare ICF. Fiecăruia dintre ei i s-a oferit un consultant mentor pentru a le ghida dezvoltarea și toți sunt incluși în grupul nostru intern de consultanți. Toți angajații au acces la sesiuni individuale și confidențiale de coaching cu aceștia, pe teme precum: dezvoltare personală, autocunoaștere, perspective de carieră, performanță la locul de muncă etc.

În aceste vremuri nesigure, am înțeles cum coaching-ul este unul dintre principalele instrumente care ne va permite să rămânem agili și să depășim provocările, așa că am deschis larg ușile pentru coaching în cadrul organizației. Am organizat evenimente de coaching la nivelul întregii companii pentru a promova activitatea de coaching, peste 300 de angajați au participat la fiecare sesiune. În 2020, au fost formate 60 de perechi de coaching, iar cererea de coaching crește de la an la an.

GRI 103-2
GRI 404-2

Code of Talent

Platformă online de învățare

Platforma online de învățare dedicată colegilor care ocupă funcții de Business Developers a fost dezvoltată pentru a sprijini procesele de învățare, acumulare de cunoștințe și dezvoltare de abilități. Platforma include sesiuni scurte de învățare, dar și provocări pe care colegii noștri trebuie să le depășească, primind feedback direct de la managerul echipei.

Learning Day cu clienții

În 2020, am organizat sesiuni de învățare pentru colegii noștri din vânzări, la care au fost invitați reprezentanți ai clienților. Scopul principal al acestora a fost acela de a afla direct de la ei care este comportamentul ideal pe care un furnizor trebuie să îl aibă și ce poate face acesta pentru a fi cât mai orientat spre nevoile clientului. Inițiativa a fost una extrem de apreciată atât de colegii noștri cât și de clienți.

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 unor principii care vizează sporirea conștientizării de sine și dezvoltarea unui spirit adecvat unui lider senior, îmbunătățirea competențelor de lider, dobândirea unor experiențe critice pentru nivelul superior de lider, extinderea rețelei de susținere pentru a include oameni din poziții superioare și dezvoltare și căutare de experiențe în afara zonei de confort.

În 2020, unele din elementele principale au fost reproiectate astfel încât accentul a fost pus pe leadership-ul autentic, auto-reflecție și perspective din exterior, invitând și oaspeți din exteriorul companiei. Totodată **Fast-Forward 1** a fost dezvoltat împreună cu participanții, astfel încât să includă elemente care să le acopere nevoile și provocările cu care se confruntă.

Siguranța la locul de muncă

GRI 103-1
GRI 103-2
GRI 403-1
GRI 403-8

În 2020, sănătatea și siguranța angajaților la locul de muncă au căpătat o nouă dimensiune în contextul crizei sanitare cu care ne-am confruntat. Dincolo de măsurile pe care le luăm zi de zi pentru a ne asigura că activitatea în fabricile noastre se desfășoară într-un mod sigur, cu limitarea expunerii angajaților la pericolele specifice tipului de muncă prestată, pe tot parcursul anului, am acționat constant pentru a ne asigura că echipa noastră e protejată de expunerea sau infectarea cu noul coronavirus.

Am respectat cu strictețe recomandările impuse de autorități, am lucrat în strânsă legătură cu colegii din cadrul Grupului pentru a adopta cele mai bune practici, am comunicat în permanență cu echipele noastre, am dezvoltat protocoale noi la nivelul fabricilor și sediilor centrale și am pus la dispoziția angajaților materialele de protecție necesare. Pe parcursul anului, au avut loc mai multe campanii de informare, atât pentru angajații, cât și pentru contractorii noștri.

Politica privind sănătatea și siguranța la locul de muncă

Avem responsabilitatea de a le oferi echipelor noastre un mediu de lucru în care să își desfășoare activitatea în condiții de siguranță, de aceea implementăm cu strictețe cerințele prevăzute de legislația națională. Toate fabricile noastre sunt certificate conform standardului OHSAS 18001:2007, urmând ca în perioada următoare să facem tranziția la standardul ISO 45001:2018, care înlocuiește 18001:2007 (Fabrica Ploiești – iulie 2021). ISO 45001:2018 stabilește cerințele sistemului de management al sănătății și securității în muncă, având scopul de a furniza un cadru pentru gestionarea riscurilor și oportunităților în această direcție. Toți angajații companiei sunt acoperiți de sistemul de management al sănătății și securității în muncă.

Politica noastră în domeniul sănătății și securității ocupaționale se concretizează în obiective stabilite și comunicate la toate nivelurile organizației și pentru toate operațiunile incluse în domeniul de aplicare al sistemului de management, care sunt monitorizate, analizate și revizuite periodic. Răspunderea privind eficacitatea sistemului de management al sănătății și securității ocupaționale aparține managementului de la cel mai înalt nivel, care se angajează să asigure atât resursele necesare în acest scop, cât și comunicarea importanței acestui demers, astfel încât fiecare angajat să conștientizeze rolul și responsabilitățile care îi revin în cadrul activității desfășurate.

Comitetul de Securitate și Sănătate în Muncă

COCA-COLA HBC ROMÂNIA

Pentru a asigura dezvoltarea unor politici adecvate și implementarea eficientă a acestora, în cadrul Coca-Cola HBC România există Comitetul de Securitate și Sănătate în Muncă, întrunit legal prin prezența a cel puțin jumătate plus unul din numărul membrilor săi.

CSSM convine cu votul a cel puțin două treimi din numărul membrilor prezenți, la fiecare întrunire. Secretarul încheie un proces verbal care va fi semnat de către toți membrii comitetului, apoi acesta are responsabilitatea de a afișa procesul verbal într-un loc vizibil și de a transmite o copie a procesului verbal Inspectoratului Teritorial de Muncă în termen de 10 zile de la data întrunirii.

Ordinea de zi a fiecărei întruniri este stabilită de Președintele și Secretarul CSSM, cu consultarea reprezentanților lucrătorilor și este transmisă membrilor CSSM și Inspectoratului Teritorial de Muncă cu cel puțin 5 zile înaintea datei stabilite pentru întrunirea comitetului.

Secretarul Comitetului de Securitate și Sănătate în Muncă convoacă în scris membrii comitetului cu cel puțin 5 zile înaintea întrunirii, indicând locul, data și ora stabilite.

Atribuțiile Comitetului de Securitate și Sănătate în Muncă sunt următoarele:

a. analizează și face propuneri privind politica de securitate și sănătate în muncă și planul de prevenire și protecție, conform regulamentului intern;

b. 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;

c. analizează introducerea de noi tehnologii, alegerea echipamentelor, luând în considerare consecințele asupra securității și sănătății lucrătorilor și face propuneri în situația constatării anumitor deficiențe;

d. analizează alegerea, cumpărarea, întreținerea și utilizarea echipamentelor de muncă, a echipamentelor de protecție colectivă și individuală;

e. analizează modul de îndeplinire a atribuțiilor ce revin serviciului extern de prevenire și protecție, precum și menținerea sau, dacă este cazul, înlocuirea acestuia;

f. propune măsuri de amenajare a locurilor de muncă, ținând seama de prezența grupurilor sensibile la riscuri specifice;

g. analizează propunerile formulate de lucrători privind condițiile de muncă și modul în care își îndeplinesc atribuțiile persoanele desemnate și/sau serviciul extern;

h. 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;

i. 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;

j. analizează cauzele producerii accidentelor de muncă, îmbolnăvirilor profesionale și evenimentelor produse și poate propune măsuri tehnice în completarea măsurilor dispuse în urma cercetării;

k. efectuează verificări proprii privind aplicarea instrucțiunilor proprii și a celor de lucru și face un raport scris privind constatările făcute;

l. 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.

Prevenirea accidentelor și raportarea pericolelor

GRI 103-2
GRI 403-2
GRI 403-3

În crearea și menținerea unui mediu cât mai sigur în activitatea noastră, promovăm și susținem continuu o cultură a siguranței și sănătății la locul de muncă bazată pe norme, reguli, proceduri și bune practici care sunt asumate și respectate de toți angajații noștri, precum și de contractorii noștri, care trebuie să adopte aceleași condiții sigure de muncă. Siguranța este responsabilitatea fiecăruia și a tuturor angajaților. Angajații pot împiedica vătămarea lor și a colegilor lor prin urmarea întotdeauna a practicilor de lucru sigure, precum și prin raportarea condițiilor nesigure atunci când acestea sunt observate.

Atât prin Regulamentul intern al Companiei, cât și conform fișei postului, toți angajații au obligația și răspunderea de a respecta normele în domeniul securității și sănătății în muncă și a situațiilor de urgență și de a contribui la preîntâmpinarea și înlăturarea oricăror situații ce ar putea pune în primejdie viața, integritatea corporală sau sănătatea colegilor.

Mulți angajați depășesc aceste responsabilități de bază, prin participarea la comitete de siguranță, prin participarea în echipe mixte la proiecte de îmbunătățire, prin implicarea în programul **Comportament bazat pe Siguranță** (Behavior Based Safety) ca observatori, prin informări transmise management-ului cu privire la politicile și procedurile de siguranță, ajutând la realizarea unor inspecții de siguranță la locul de muncă.

Pentru o monitorizare atentă a respectării regulilor în domeniul securității și sănătății în muncă, la nivelul companiei au fost efectuate un număr de 2.159 de controale și inspecții interne în domeniu, în urma cărora au fost stabilite măsuri preventive și corective, cu scopul de a evita producerea accidentelor de muncă în viitor.

Conform procedurilor noastre, angajații și contractorii pot raporta pericolele, situațiile periculoase și incidentele ușoare atunci când acestea sunt observate, conducătorilor locurilor de muncă atât direct, cât și prin sistemul de raportare al situațiilor de „Near-miss". Aceste raportări sunt colectate direct sau prin intermediul fișelor de raportare completate de către orice persoană care identifică astfel de situații ce pot avea efect asupra siguranței și sănătății lucrătorilor în timpul muncii. 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** (CSSM).

GRI 103-2
GRI 403-5

Consultarea și instruirea angajaților

Consultarea și participarea angajaților în probleme ce țin de SSM 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 SSM în cadrul acestui comitet și prin intermediul programului de sugestii bazat pe conceptul de inovație implementat în locații.

Ședințele CSSM au loc trimestrial, iar raportul în urma ședinței este comunicat intern angajaților și personalului din locație și, extern, autorității în domeniul sănătății și securității în muncă.

Comunicarea rezultatelor ședinței CSSM către personal se realizează prin afișarea procesului verbal la avizierele dedicate SSM din locații/departamente.

Informarea angajaților de către șefii de departamente cu privire la diverse aspecte din domeniul SSM are loc și cu frecvență lunară, în cadrul unei ședințe organizate în zona de lucru (sesiunea de „Toolbox Talk"). Informarea face referire la evenimentele legate de procesul de muncă, riscurile evaluate la introducerea de noi echipamente, rezultatul auditurilor și inspecțiilor interne de SSM, practici de securitate, etc.

În 2020 au fost desfășurate

6.836

de ore training pentru rolurile de manageri și

33.088

ore pentru pozițiile non-manageriale.

În luna noiembrie, s-a desfășurat Campania de conștientizare în domeniul Sănătății și Securității în Muncă, sub titlul **Săptămâna Securității și Sănătății în Muncă 2020**, în care au fost abordate teme de interes pentru colegii din toate departamentele din organizație.

Pentru fiecare loc de muncă au loc training-uri de instruire periodice, pentru lucrătorii din cadrul companiei. Nevoile de training se stabilesc în urma analizei pericolelor și riscurilor specifice activităților și serviciilor desfășurate de organizație și a cerințelor legale aplicabile din domeniul SSM, și a cerințelor Sistemului de Management al SSM implementat și certificat la nivelul companiei. Ori de câte ori se identifică nevoi de instruire externă pentru personal specializat, personal care necesită autorizarea pentru exercitatea anumitor meserii, se organizează participarea la cursuri de formare și perfecționare. Frecvența și materialele de instruire sunt incluse în tematici de instruire pentru toate locurile de muncă.

Pe lângă toate aceste traininguri, în anul 2020 am efectuat sesiuni de instruire suplimentară cu măsuri și reguli de protecție împotriva COVID-19 cu angajații din toate departamentele și cu contractorii din locațiile noastre.

Accidente de muncă

COCA-COLA HBC ROMÂNIA

În 2020, la nivelul Coca-Cola HBC România nu au avut loc accidente de muncă și nu au fost înregistrate îmbolnăviri ca urmare a expunerii la pericolele existente la locul de muncă.

Deși în perioada de raportare nu au fost înregistrate accidente de muncă, compania continuă să implementeze programe de măsuri pentru reducerea riscurilor de accidentare în procesele de muncă. Astfel, ca o inițiativă a Grupului CCHBC, este în derulare proiectul **Road to Zero LTA (Lost Time Accidents)** care a adunat bunele practici și măsurile implementate în alte țări, menite să asigure un risc redus în activitățile cu grad mare de risc, cum ar fi: circulația vehiculelor și persoanelor pe teritoriu, lucrul la înălțime, lucrul ce utilaje și altele.

Un alt program menit să identifice comportamentele și situațiile nesigure este **Behavior Based Safety** (*Siguranță Bazată pe Comportament*) care promovează comportamentele în siguranță, prin implicarea angajaților în observări și feedback dat colegilor, la locul de muncă, și identifică bariere care îi fac pe oameni să nu lucreze în siguranță.

COCA-COLA ROMÂNIA

În 2020, Coca-Cola România nu a înregistrat accidente de muncă sau îmbolnăviri ca urmare a expunerii la pericolele existente la locul de muncă.

La Coca-Cola România, succesul nostru pe termen lung depinde de modul în care protejăm siguranța și sănătatea angajaților noștri, a vizitatorilor și a publicului. Credem că un loc de muncă sigur și sănătos este un drept fundamental al oricărei persoane și, de asemenea, un imperativ pentru un business sănătos. Politica noastră privind drepturile la locul de muncă necesită asumarea responsabilității pentru menținerea unui loc de muncă productiv în fiecare parte a companiei noastre, făcând tot ce putem pentru a reduce la minimum riscul de accidente, vătămări și expunere la pericole pentru sănătate, pentru toți asociații și contractorii noștri. În plus, lucrăm cu partenerii noștri de îmbuteliere pentru a ne asigura că riscurile pentru sănătate și siguranță sunt minimizate pentru angajații și lucrătorii contractuali.

GRI 103-2
GRI 103-3
GRI 403-9
GRI 403-10

6

Alături de partenerii noștri

Lanțul de aprovizionare

Normele pentru furnizori

Procesul de achiziții

Canale de raportare

Investim pentru comunitățile locale

Uniți sub același obiectiv

6.1

Lanțul de aprovizionare

CE MĂSURI AM IMPLEMENTAT PENTRU PARTENERII NOȘTRI ÎN CONTEXTUL COVID-19

Odată cu lansarea campaniei Coca-Cola „Mai deschiși ca niciodată", prima de la debutul pandemiei, o campanie regională care a marcat o perioadă de transformare socială și culturală, am elaborat un plan de acțiuni concrete de sprijin pentru partenerii noștri, inclusiv restaurante, baruri sau cafenele locale, afectate semnificativ în această perioadă plină de provocări pentru întreaga industrie.

Campania a fost deschisă de un manifest creat special pentru Coca-Cola de George the Poet, un artist premiat al genului spoken poetry. Manifesto-ul a fost inspirat de promisiunea unor noi posibilități, descoperite în perioada izolării, și ne-a îndemnat pe toți să fim „mai deschiși ca niciodată" și să apreciem tot ceea ce avem în jurul nostru.

Am învățat în toată această perioadă cum să rămânem împreună în cele mai grele momente, implicându-ne pentru cei din jurul nostru, conștienți că gesturile responsabile sunt singura cale prin care putem depăși aceste momente. Astfel, ne-am propus să fim alături de comunitatea HoReCa, inițiând programe care să le vină în ajutor atât celor care lucrează în domeniul ospitalității, cât și celor care și-au pierdut locul de muncă din acest sector, în acea perioadă:

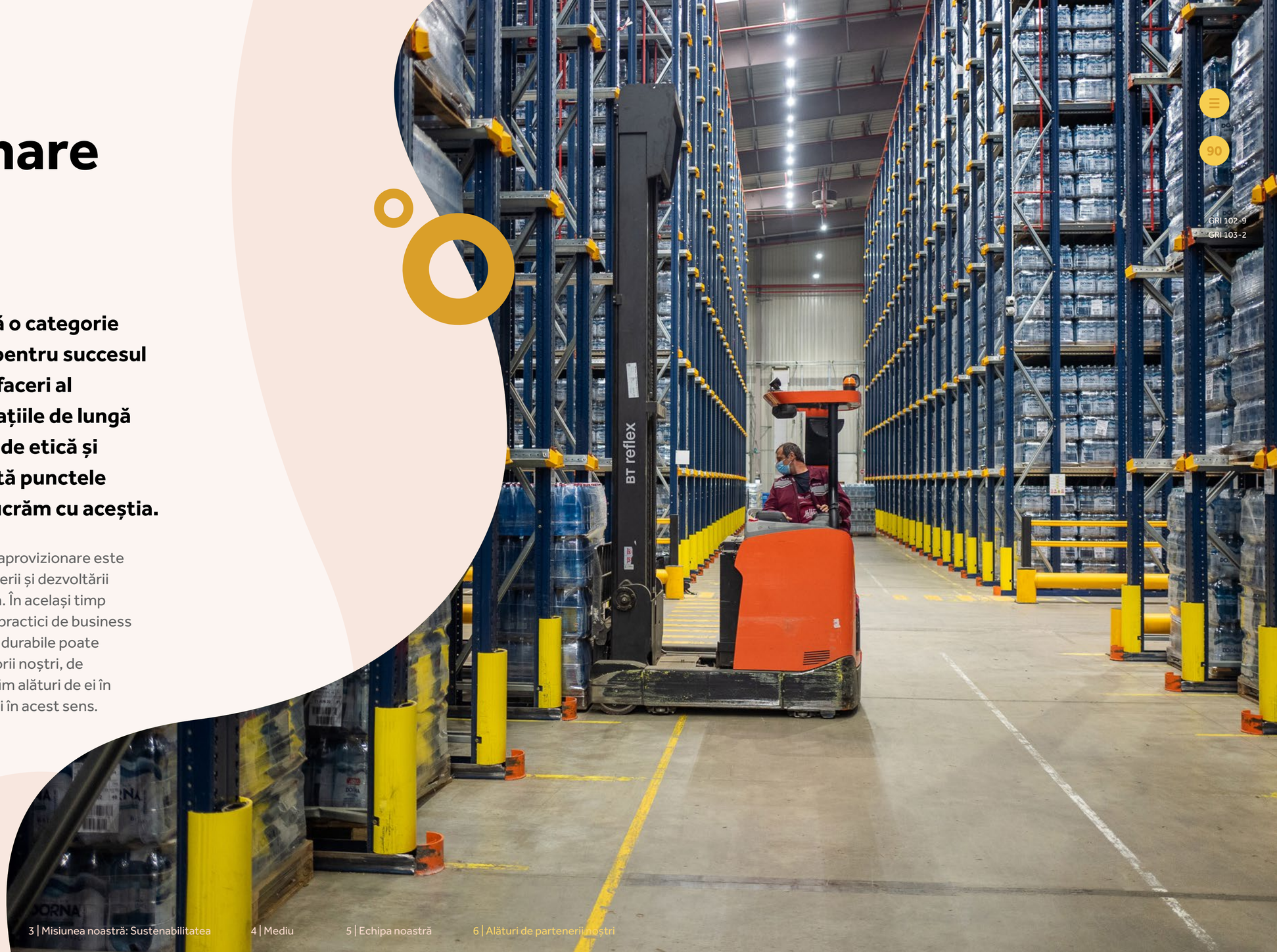
- am oferit kituri de siguranță la redeschiderea HoReCa – măști, mănuși, vizier, totemuri cu dezinfectant
- am transmis partenerilor newslettere cu informații relevante pentru afacerea lor, legate de evoluția canalului de vânzare, a indicatorilor economici, modificările în comportamentul consumatorilor și în obiceiurile lor de cumpărare
- am oferit consultanță specializată, sprijinind organizarea unor webinarii pentru adaptarea afacerii la noua realitate
- am investit în promovarea partenerilor HoReCa, sponsorizând anunțurile publicitare ale acestora printr-o platformă digitală
- am creat un meniu special în locațiile partenere, prin care am direcționat un procent din costul meniului către un fond dedicat reintegrării profesionale a persoanelor din sectorul ospitalității care au rămas fără loc de muncă

Totodată pentru o parte din clienții noștri am asigurat decontarea produselor expirate sau am extins termenele de plată de la 21 la 28 sau 60 de zile.

Lanțul de aprovizionare

Furnizorii noștri reprezintă o categorie de stakeholderi esențială pentru succesul continuu al modelului de afaceri al Sistemului Coca-Cola. Relațiile de lungă durată, bazate pe principii de etică și responsabilitate, reprezintă punctele cheie ale modului în care lucrăm cu aceștia.

Totodată, sustenabilitatea lanțului de aprovizionare este extrem de importantă în ecuația creșterii și dezvoltării sustenabile la nivelul întregului Sistem. În același timp suntem conștienți că adoptarea unor practici de business care să respecte principiile dezvoltării durabile poate reprezenta o provocare pentru furnizorii noștri, de aceea, ne angajăm să îi sprijinim și să fim alături de ei în implementarea celor mai bune practici în acest sens.



Normele pentru furnizori

GRI 103-1
GRI 103-2
GRI 103-3
GRI 403-7

Impactul nostru se manifestă dincolo de granițele fabricilor noastre, iar calitatea de cel mai mare producător de băuturi de pe piața din România aduce cu sine și o mare responsabilitate: aceea de a da mai departe modelele de bune practici pe care le implementăm la nivelul operațiunilor și de ne asuma rolul de lider în adoptarea celor mai noi și eficiente măsuri pentru reducerea impactului negativ social sau de mediu. Suntem hotărâți să ne desfășurăm activitatea adoptând un set puternic de valori și principii, construite pe baza unor standarde înalte de calitate, integritate și excelență.

În 2020, ne-am actualizat cadrul de achiziții, astfel încât să putem implementa reguli mai stricte în ceea ce privește respectarea drepturilor omului, etica în afaceri și conformarea la nivelul lanțului de furnizori.

La nivelul Coca-Cola HBC România, principiile care guvernează relația noastră cu furnizorii sunt descrise în Normele pentru furnizori, pe care toți partenerii cu care colaborăm trebuie să și le asume și în același timp să garanteze respectarea lor, înainte de a începe orice relație contractuală. Colaborăm îndeaproape cu toți furnizorii noștri, pentru a ne asigura că aceștia înțeleg și se conformează cu cerințele noastre, cel puțin în următoarele direcții:

- **practicile la locul de muncă:** sprijinim practicile unei încadrări în muncă corecte care se bazează pe angajamentul nostru privind respectarea drepturilor omului la locul de muncă și ne așteptăm ca și furnizorii noștri să respecte toate legile aplicabile și standardele similare, precum și principiile din țările în care operează
- **mediul de lucru:** ne așteptăm ca furnizorii noștri să își aprecieze angajații și colaboratorii în funcție de abilitățile acestora de a-și îndeplini obligațiile și nu pe baza caracteristicilor lor fizice și/sau personale sau pe baza credințelor acestora, susținând principiul nediscriminării bazat pe rasă, culoare, sex, religie, opinie politică, naționalitate sau orientare sexuală
- **sănătatea și siguranța:** ne așteptăm ca furnizorii noștri să asigure un mediu de lucru sigur cu politici și practici bine puse la punct cu scopul de a reduce la minim riscul accidentelor, al rănirilor și al expunerii la riscuri de sănătate
- **munca minorilor și abuzul în muncă:** ne așteptăm ca furnizorii noștri să nu angajeze persoane care nu au vârsta legală pentru prestarea muncii pentru care sunt angajați și nici să tolereze abuzul fizic sau orice altă formă de abuz sau hărțuire, în activitatea desfășurată de aceștia
- **sclavia, munca forțată și traficul de ființe umane:** ne așteptăm ca furnizorii noștri să nu țină nicio persoană în sclavie sau robie și să nu folosească munca forțată sau constrânsă sau să se implice în vreo formă de trafic de ființe umane
- **remunerație și beneficii:** ne așteptăm ca furnizorii noștri să-și recompenseze angajații corect și competitiv conform domeniului de activitate, în deplină conformitate cu legislația națională și locală aplicabilă
- **terțe părți:** în eventualitatea în care angajații acestora au ales în mod legal opțiunea de a fi reprezentați de terțe părți, ne așteptăm ca furnizorii noștri să recunoască aceste părți cu bună credință si să nu recurgă la măsuri împotriva angajaților pentru participarea lor legală la activități în cadrul asociațiilor sindicale
- **practicile referitoare la mediul înconjurător:** ne așteptăm ca furnizorii noștri să își desfășoare activitatea în așa fel încât să protejeze și să conserve mediul înconjurător și să respecte cel puțin legislația aplicabilă cu privire la mediul înconjurător
- **conflictul de interese:** ne așteptăm ca angajații și furnizorii noștri să evite situațiile în care pot apărea conflicte de interese și să raporteze orice astfel de situație potențială
- **evidențe financiare și de afaceri:** ne așteptăm ca furnizorii să respecte întreaga legislație aplicabilă cu privire la modalitatea de raportare și de menținere a înregistrărilor financiare
- **darea de mită:** ne așteptăm ca furnizorii să respecte toate legile aplicabile cu privire la darea de mită și să nu utilizeze astfel de practici sau să se implice în activități frauduloase, compania noastră având o abordare de „toleranță zero” în ceea ce privește încălcarea prevederilor legislative anti-corupție sau anti-mită aplicabile

Ne așteptăm ca furnizorii noștri să dezvolte și să implementeze procese interne pentru derularea activităților în vederea asigurării conformității cu normele noastre pentru furnizori. Colaborăm cu Coca-Cola România care utilizează în mod frecvent părți terțe independente care să verifice conformitatea furnizorilor cu Normele pentru furnizori; această verificare include interviuri confidențiale cu angajații și cu muncitorii contractați la locul de muncă. În cazul în care un furnizor nu respectă din orice punct de vedere vreuna din cerințele Normelor pentru furnizori, ne așteptăm ca furnizorul respectiv să implementeze măsuri de corecție. Coca-Cola HBC România își rezervă dreptul de a rezilia contractul cu orice furnizor care nu poate dovedi conformitatea cu cerințele noastre.

Canale de raportare

COCA-COLA HBC ROMÂNIA

Ne încurajăm furnizorii și partenerii să raporteze, prin canalele puse la dispoziția lor, situațiile în care consideră că un angajat al companiei sau orice altă persoană care acționează în numele Coca-Cola HBC România a avut o conduită ilegală sau în alt mod necorespunzătoare.

Orice îngrijorare sau suspiciune în această direcție trebuie discutată mai întâi cu managerul angajatului sau cu Responsabilul de Conformitate din cadrul companiei, la adresa de email: *compliance@cchellenic.com*, sau prin intermediul canalului **Speak Up!** Line la coca-colahellenic.ethicspoint.com. Compania nu va tolera nicio ripostă din partea nici unuia dintre angajații săi împotriva furnizorilor ca urmare a raportării cu bună credință a unei posibile conduite necorespunzătoare sau ca urmare a colaborării în cadrul investigației.

*Furnizorii strategici sunt definiți ca fiind furnizorii cu care compania are relații contractuale care depășesc o anumită valoare sau sunt furnizori critici pentru operațiuni.

Cheltuieli furnizori

	2019	2020
Cheltuieli furnizori locali	100.359.404,71 € 476.054.836,24 lei*	142.494.080,37 € 689.258.116,20 lei**
Cheltuieli alți furnizori	136.686.593,90 € 648.372.858,17 lei*	96.015.833,03 € 446.438.185,90 lei**
Total	**237.045.998,60 €** 1.124.427.694,41 lei*	**238.509.913,40 €** 1.153.696.302,10 lei**

*la un curs mediu de 1 Euro = 4,7435 lei
**la cursul valutar de 1 Euro = 4,8371 lei

	2019	2020
Numărul furnizorilor locali	1.009	961
Alți furnizori	184	192
Total	**1.193**	**1.153**
Din care furnizori noi:	186	218

În 2020, aproximativ 60% dintre cheltuielile Coca-Cola HBC România au fost direcționate către cei aproximativ 83% furnizori locali. Proporția cheltuielilor cu furnizorii din România a înregistrat o creștere de aproximativ 18%, comparativ cu 2019.

Monitorizăm performanța la nivelul furnizorilor strategici* pentru operațiunile noastre prin evaluări periodice, audituri de conformitate, dar și prin instrumente ale unor terți. O astfel de platformă care implică parcurgerea unui proces de evaluare desfășurat de un terț este **EcoVadis**, care presupune înregistrarea furnizorului, completarea unor formulare de evaluare, încărcarea unor documente care să susțină declarațiile și afirmațiile incluse în completarea formularelor (politici, proceduri, certificate, rapoarte de sustenabilitate etc). Indicatorii evaluați prin intermediul EcoVadis vizează patru zone strategice: Protecția mediului, Etica afacerii, Forța de muncă și drepturile omului și Aprovizionarea sustenabilă. Platforma generează în mod obiectiv un scor pentru fiecare furnizor care parcurge metodologia de evaluare.

În 2019, 26 de furnizori au fost verificați prin platforma EcoVadis, iar 5 au fost evaluați cu un scor mai mic de 40 de puncte, neconformându-se cu cerințele noastre. În 2020, unul din cei cinci furnizori a implementat măsuri la acțiunile corective transmise.

În 2020, 10 furnizori au fost evaluați prin platforma Ecovadis.

GRI 102-17
GRI 103-1
GRI 103-2
GRI 103-3
GRI 204-1
GRI 308-1
GRI 414-1

Procesul de achiziții

GRI 102-9
GRI 103-2
GRI 308-1
GRI 414-1

COCA-COLA HBC ROMÂNIA

La nivelul Coca-Cola HBC România, procesul de achiziții demarează cu emiterea unei cereri din partea departamentului beneficiar, în baza căreia echipa de achiziții derulează o licitație. Criteriile, ce includ și unele specifice de mediu, sunt definite în funcție de natura achiziției. În conformitate cu CoA (Chart of Authority), rezultatul acesteia se supune aprobării de către un forum, compus din: responsabil buget, manager achiziții, un reprezentant al departamentului juridic și unul al departmentului financiar. Procesul de aprobare are rolul de a asigura și includerea principiilor de conduită pentru furnizori în contract.

Selectarea furnizorilor

În funcție de specificul fiecărei achiziții, colegii noștri utilizează o paletă largă de criterii la selectarea furnizorilor, înainte de încheierea contractelor. 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: consumul de apă, energie electrică, energie termică, alte consumabile, chimicale etc.

În 2020, 95% din furnizorii PEQ (echipamente de producție) și furnizorii MRO (întreținere, reparații și operațiuni) au fost selectați* prin licitații care au inclus și criterii de mediu.

*pot fi furnizori noi sau furnizori cu care s-au prelungit înțelegerile contractuale
**la un curs mediu de 1 Euro = 4,7435 lei
***la cursul valutar de 1 Euro = 4,8371 lei

COCA-COLA ROMÂNIA

Toți furnizorii noștri semnează Codul de Conduită și se angajează să respecte în totalitate principiile și standardele prevăzute în reglementările acestuia, în ceea ce privește siguranța la locul de muncă, calitatea produselor, drepturile omului, anticorupție și protecția mediului.

În ceea ce privește ingredientele pentru băuturile noastre, suntem dedicați eforturilor pentru achiziționarea acestora din surse mai etice și sustenabile. Principiile pentru agricultura sustenabilă (PSA) sunt următoarea iterație a Principiilor directoare pentru agriculturii sustenabile (SAGP) și descriu primele principii ale companiei pentru agricultura durabilă bazată pe criterii de mediu, sociale și economice. PSA reflectă cele mai recente perspective științifice și ale părților interesate externe, includ bunăstarea animalelor și creșterea animalelor pentru a reflecta noi categorii de produse și pentru a simplifica limbajul acolo unde este posibil.

	2019 euro / lei**	2020 euro / lei***
Cheltuieli furnizori locali	30.200.226 143.254.772,0	21.624.475 104.599.748,0
Cheltuieli alți furnizori	3.538.470 16.784.732,4	4.392.403 21.246.492,6
Total	**33.738.696** **160.039.504,0**	**26.016.878** **125.846.240,6**

PSA vizează nivelul de producție primară (fermă), includ cooperative agricole mici, operațiuni comerciale medii și mari și constituie baza angajamentului nostru continuu pentru ca furnizorii să obțină conformitatea, transparența și îmbunătățirea continuă a bazei lor agricole, conform acestor principii. De asemenea, ghidează colaborarea continuă cu platformele industriale și organismele de standardizare pentru a stimula adoptarea practicilor agricole sustenabile în etapa de producție din lanțul nostru de aprovizionare.

PSA se aplică tuturor produselor noastre agricole și materialelor de ambalare de origine agricolă. „Ghidul de implementare și cadrul de guvernare PSA" descrie procesele și criteriile prin care The Coca-Cola Company și Sistemul Coca-Cola operaționalizează aceste principii pentru a promova conformitatea cu viziunea sa asupra agriculturii durabile.

	2019	2020
Numărul furnizorilor locali	90	56
Alți furnizori	12	13
Total	**102**	**69**
Din care furnizori noi	8	5

6.2

Investim pentru comunitățile locale

GRI 103-2
GRI 413-1

CE MĂSURI AM IMPLEMENTAT PENTRU COMUNITĂȚILE NOASTRE ÎN CONTEXTUL COVID-19

Am intrat în 2020 planificând proiecte alături de partenerii noștri din societatea civilă și pornind cu mult entuziasm într-o nouă călătorie plină de obiective ambițioase. Perioada care a urmat, însă, a fost complet neprevăzută. Am trecut prin momente pe care cu greu ni le-am fi putut imagina la debutul anului, momente care ne-au pus la încercare mecanismele de adaptare, ne-au testat viteza de reacție și capacitatea de a lucra împreună, ca societate, pentru binele nostru comun.

Ne-am dat seama, poate mai mult ca niciodată în toată această perioadă, cât de important este să rămânem aproape unii de ceilalți, deși fizic eram distanțați, din motive de siguranță. Am descoperit noi moduri de a colabora și de a lucra împreună, astfel încât să ne putem continua noua misiune, brusc schimbată de pandemia ce a debutat în martie 2020: aceea de a fi alături de cei aflați în mare dificultate, de a duce mai departe mesajul solidarității și de a îi susține pe cei aflați în prima linie în lupta cu virusul.

Deși pe perioada pandemiei, o parte dintre proiectele/ inițiativele noastre au fost puse pe pauză din cauza măsurilor de distanțare socială, adaptate sau regândite, am dezvoltat și implementat multe proiecte noi care au vizat probleme punctuale, identificate pe măsură ce situația din țară devenea din ce în ce mai îngrijorătoare.

Ne-am pus resursele proprii în sprijinul comunității și, astfel, Spitalul Municipal Timișoara și-a crescut capacitatea de testare Covid-19 cu 100 de teste pe zi, datorită echipamentului donat de fabrica noastră din Timișoara.

Sistemul Coca-Cola în România a donat către **Crucea Roșie Română** bani pentru echipamente medicale și băuturi pentru spitale și centre de carantină, în valoare totală de **200.000 de euro**, iar Fundația Coca-Cola a contribuit prin alocarea unor fonduri suplimentare, în valoare de **250.000 de dolari**, destinate echipamentelor de protecție și testare. Totodată, am donat către Serviciul de Ambulanță București-Ilfov, băuturi și bani pentru achiziția de măști.

Donațiile către Crucea Roșie au fost un prim pas. Sprijinul nostru nu s-a limitat la donații, colegii noștri au luat inițiativa și au fost voluntari, implicându-se și personal în acțiunile de limitare a efectelor pandemiei. Astfel, colegii noștri din fabrica din Ploiești, dornici să contribuie la eforturile pe care întreaga comunitate le făcea, au dezvoltat și implementat un sistem prin care, ajutați de tehnologia de imprimare 3D, au produs și distribuit viziere care să poată oferi protecție suplimentară celor mai expuși riscurilor infectării cu noul coronavirus.

LUCREZ DIN NOU

GRI 103-2
GRI 203-1
GRI 413-1

Efectele pandemiei de coronavirus s-au resimțit și dincolo de presiunea la care a fost supus sistemul sanitar, cu impact puternic și la nivelul industriilor prelucrătoare, de construcții și HoReCa, cu implicări negative la nivelul pieței de muncă.

Pentru a veni în sprijinul celor aflați în căutarea unui loc de muncă, încă din luna iunie a anului 2020, am demarat împreună cu Asociația The Social Incubator, proiectul „Lucrez de nou". Gândit ca o platformă care să ofere un ajutor în găsirea unui loc de muncă și vizând în principal oamenii ale căror competențe digitale sunt limitate, proiectul „Lucrez din nou" integrează șapte componente esențiale:

- Un agregator de job-uri care integrează 6 portaluri principale, inclusiv portalul Agenției Naționale pentru Ocuparea Forței de Muncă (ANOFM), fiind astfel singura platformă care cuprinde oferta de locuri de muncă atât din spațiul public, cât și din cel privat
- Un CV-builder ușor de utilizat și conceput astfel încât să poată fi completat de persoane ale căror competențe digitale nu sunt foarte avansate
- 6 teste de orientare profesională, aptitudini și abilități
- 14 lecții video susținute de traineri specializați atât pe probleme de dezvoltare profesională, cât și pe componenta de dezvoltare personală
- 2 secțiuni de informații relevante pentru persoanele care își caută un loc de muncă – o secțiune de informații utile din punct de vedere legislativ și o secțiune de blog
- O echipă de consilieri profesionali, specializați nu doar în medierea relației cu angajatorul, dar și în componenta de reconversie profesională
- Și, în multe cazuri cea mai importantă componentă, consilierea telefonică realizată de echipa de consilieri a Asociației și contactul constant cu utilizatorii, care apelează la consiliere, până la angajare

Obiectivul principal al programului este ca www.lucrezdinnou.ro să devină o platformă de referință pentru toate personale care își caută un loc de muncă, dar, în special, pentru persoanele provenind din medii defavorizate și care pot fi ajutate fie prin medierea relației cu un potențial angajator, fie prin asigurarea ședințelor de reconversie profesională.

Lansat în noiembrie 2020, primele șase luni ale proiectului „Lucrez din nou", au însemnat în cifre:

3.400
de conturi create în platformă

9,000
de accesări ale lecțiilor video

1.800
de teste efectuate

7,400
de vizitatori unici ai platformei

600
CV-uri construite în platformă

66
de intervenții de consiliere

Proiect inițiat de Coca-Cola HBC România în parteneriat cu THE SOCIAL INCUBATOR

FUTURE MAKERS SOLUȚII CORONAVIRUS

GRI 103-2
GRI 203-1
GRI 413-1

Ediția specială a programului Future Makers a venit ca răspuns rapid la provocările generate de pandemia de COVID-19 în România și a susținut soluții antreprenoriale pentru probleme din domeniul social, economic și sănătate.

Câștigătorul premiului de 10.000 de euro și susținere în implementare a fost platforma **www.VecinulTau.ro**. 4 prieteni au dezvoltat un instrument care îi aduce împreună pe cei care doresc să ajute și pe cei aflați în nevoie (cumpărături de alimente, de medicamente sau plimbarea animalului de companie). Platforma a avut peste 500 de beneficiari, cu ajutorul celor peste 300 de voluntari înscriși. Platforma VecinulTau a fost replicată în Marea Britanie și Germania.

Pe lângă câștigătorul grantului, alte 2 soluții au primit finanțare în valoare de 5.000 de euro pentru realizarea prototipului funcțional, dar și susținere cu expertiză necesară. Aceste 2 soluții au fost:

- **Ventilator AirUP** - mai mulți tineri pasionați de tehnologie din Cluj-Napoca au dezvoltat, folosind o imprimantă 3D, un ventilator artificial, ușor de construit și care să poată fi folosit în situații de urgență, unde aerul introdus este îmbogățit cu oxigen și umidificat
- **Smart Disinfection System** - trei tineri din Craiova au construit un instrument de dezinfecție care este eficient în prevenirea transmiterii virușilor prin haine, obiecte sau bagaje

Câștigătorii Future Makers Soluții Coronavirus

vecinultau.ro | airUp | Smart Disinfection

Social Innovation Solutions | Coca-Cola România

Mai multe informații despre implicarea și sprijinul oferit comunității de Sistemul Coca-Cola România în lupta împotriva COVID-19 puteți citi aici.

Uniți sub același obiectiv

După aproape 30 de ani de prezență pe piața locală, la finalul anului 2020, ne-am unit eforturile de implicare în comunitate și acțiuni pentru mediu, sub umbrela platformei După noi, pentru a putea dezvolta proiecte cu un impact și mai mare, care să genereze și să amplifice efectele pozitive la nivelul comunităților locale care ne găzduiesc activitatea. Platforma își propune să inspire cât mai mulți oameni să conștientizeze cât de important este ce lasă în urma lor și să adopte un stil de viață cât mai responsabil, pe care să îl lase moștenire și generațiilor viitoare.

În 2020, valoarea investițiilor comunitare a Sistemului Coca-Cola în România a fost

>9,5 mil. lei

Strategia din spatele platformei este bazată pe patru piloni ce întăresc promisiunea Sistemului de a continua să fie activ în dezvoltarea unei societăți sustenabile:

„După noi, strângem tot noi"

Protejarea mediului înconjurător, având ca prioritate gestionarea deșeurilor de ambalaje, cu precădere plasticul

Lucrând în permanență pentru a dezvolta ambalaje mai sustenabile, ne asumăm ca până în 2030, să putem recupera aceeași cantitate de ambalaje pe care o punem pe piață, dezvoltând proiecte de educare, informare și promovare a colectării separate. Sistemul Coca-Cola abordează problema deșeurilor de ambalaje prin eforturi pe mai multe paliere: investim în ambalaje sustenabile și pentru reducerea cantității de plastic folosite, cu obiectivul de a ajunge la 100% ambalaje reciclabile (obiectiv deja atins în România) și 50% material reciclat până în 2030 (20% a fost atins deja prin trecerea portofoliului de apă minerală naturală Dorna în ambalaje din 100% rPET). Alături de partenerii din mediul ONG, ne implicăm la nivelul Sistemului Coca-Cola în proiecte de conștientizare, educare și implicare a publicului în colectarea/ sortarea separată a deșeurilor, proiecte precum „Azi pentru Mâine", „Harta reciclării", „Big Belly", „ExtravaCANza" sau „Eco-bon".

„După noi, apa hrănește viața"

Protejarea și conservarea resurselor de apă

Ne asumăm responsabilitatea de a identifica și gestiona modalități de a recicla apa folosită în procesul de producție pentru a nu priva comunitățile locale de această resursă limitată. „Împreună pentru Dunăre" și „H2O – Helping to obtain water" sunt proiectele-cheie ale acestui pilon.

„După noi, cresc oameni noi"

Susținerea tinerilor și a potențialului lor

Ne implicăm în inițiative ce au ca scop dezvoltarea tinerilor și sprijinirea lor pentru a-și putea atinge potențialul maxim. Prin programe precum „Future Makers" și „La TINEri Este Puterea", lucrăm la dezvoltarea unor soluții care să le susțină primii pași în afaceri sau în carieră, dar și dezvoltarea lor ca persoane în societate.

„După noi, dăinuie ce-i al locului"

Dezvoltarea comunităților locale

Susținem comunitățile locale prin proiecte și investiții care vizează îmbunătățirea, dezvoltarea sau păstrarea tradițiilor și ecosistemelor naturale românești. Credem că frumusețea locurilor și a obiceiurilor, poveștile de demult, autenticitatea oamenilor și a comunităților sunt valori care merită păstrate pentru generațiile următoare și, totodată, resurse pentru dezvoltare. Ne-am făcut o misiune în a le descoperi și a le susține. „După noi în Țara Dornelor", „Reamenajarea eco-turistică a Cascadei Bigăr", „Povești din Ciocănești", „Muzeul viu de la Tecșești", „Via Transilvanica" sau „Școala de mers pe munte" sunt câteva dintre proiectele pe care le-am implementat, proiecte ce vizează promovarea și conservarea valorilor locale.

GRI 103-1
GRI 103-2

Voluntariat

GRI 103-2

Încurajăm și, totodată, promovăm voluntariatul și activitățile cu scop caritabil și oferim oportunitatea angajaților noștri să ia parte la astfel de evenimente, luând măsurile necesare de protecție pentru a le oferi o experiență plăcută și pentru a putea să îi sprijinim în dorința lor de a ajuta mai departe.

Voluntari din rândul angajaților	2019	2020
Nr. angajați (în timpul orelor de lucru)	165	110
Total ore (în timpul orelor de lucru)	592	442

În 2020, partenerii noștri comunitari au fost:

- Viitor Plus
- Asociația CSR Nest
- Social Incubator
- WWF România
- Tășuleasa Social
- Global Shapers
- Social Innovation Solutions
- Crucea Roșie Română
- Fundația Mereu Aproape
- Asociația Zi de Bine

DUPă noi .ro | Strângem tot noi

GRI 203-1
GRI 413-1

Harta Reciclării

Harta Reciclării este prima platformă națională interactivă ce permite identificarea locațiilor și a punctelor de colectare și sortare selectivă a deșeurilor ce se pot recicla. Această platformă a fost fondată de Asociația ViitorPlus în parteneriat cu Coca-Cola HBC România și oferă utilizatorilor posibilitatea de a-și aduce contribuția prin completarea/adăugarea de noi puncte de sortare/colectare în baza de date sau modificarea unor puncte ce nu sunt relevante pentru obiectivul platformei.

Rezultate 2020:

5.400 de puncte noi de colectare marcate pe Hartă, ajungând la un total de

12.100

27

articole educaționale și 6 categorii de materiale reciclabile adăugate pe website

140.000

de utilizatori noi au accesat platforma

43.000

participanți la sesiunile educaționale, în anul școlar 2019-2020

Am transformat materialele educaționale offline în sesiuni online.

Eco-bon

Eco-bon este o campanie de tip pilot organizată, în parteneriat cu lanțul de magazine PENNY și cu organizația GreenPoint Management. Aceasta s-a desfășurat pe perioada 27 noiembrie 2020 – 10 ianuarie 2021. Obiectivul campaniei a fost să promoveze și să recompenseze colectarea separată a ambalajelor PET.

În cadrul acestei campanii sub filosofia **„Colectăm. Reciclăm. RePETăm”**, consumatorii care aduceau ambalajele la punctele de colectare din incinta magazinelor PENNY Brașov erau recompensați cu tichete pentru cumpărături și sticle de apă minerală Dorna în ambalaj 100% din PET reciclat (rPET).

Numărul de beneficiari (direcți și indirecți):

1.200

Numărul de PET uri colectate:

14.000

Big Belly

Printr-un parteneriat strategic între Coca-Cola HBC România, organizația GreenPoint Management și Primăria Sectorului 3, au fost instalate **30 de containere inteligente**, în cadrul programului de încurajare a colectării separate **După noi, Strângem tot Noi**. Acestea se găsesc în zona centrală a Capitalei (Piața Unirii – Piața Universității), din care 15 destinate deșeurilor menajere și 15 destinate colectării deșeurilor reciclabile. Aceste pubele de tip **Big Belly** aduc rezultate directe: eficientizarea spațiului folosit, dar și reducerea numărului de colectări efective/ pe zi. S-au redus, astfel, inclusiv emisiile de CO_2 și cantitatea de combustibil consumată în procesul de colectare. Fiecare container are o capacitate de 570 litri.

Big Belly este unul dintre cele mai inovatoare sisteme de colectare separată a deșeurilor, implementat cu succes în multe dintre țările Uniunii Europene. Unul dintre principalele sale avantaje este acela că include un sistem inteligent de compactare a deșeurilor, alimentat cu energie solară, prin panouri fotovoltaice, ceea ce crește capacitatea de stocare a acestor containere, ele ajungând să poată colecta o cantitate de 5 ori mai mare decât volumul lor.

Rezultate:

Eficientizarea cu **94%** a frecvenței cu care deșeurile de ambalaje sunt efectiv colectate - în timp ce un container clasic are nevoie să fie golit, în medie, de până la 5 ori pe zi, un container Big Belly are nevoie de o singură colectare la 10 zile

Reducere cu **90%** a pungilor de plastic utilizate pentru colectarea clasică

Reducerea emisiilor de CO_2 și a cantității de combustibil consumată în procesul de colectare

În cele 15 pubele dedicate colectării separate au fost colectate

46,2

tone de deșeuri reciclabile colectate

ExtravaCANza

GRI 203-1
GRI 413-1

Campania **ExtravaCANza** s-a desfășurat în perioada 24 iulie – 3 septembrie, pentru al treilea an consecutiv, fiind organizată de Asociația Alucro și sprijinită de Coca-Cola HBC România. Acest proiect face parte din seria de acțiuni organizate sub umbrela programului european Every Can Counts, dedicat reciclării dozelor din aluminiu. Campania se desfășoară pe litoralul românesc în sezonul estival, cu scopul de a educa turiștii cu privire la importanța colectării și reciclării dozelor din aluminiu și ecologizarea plajelor. Este important să reamintim că dozele sunt în totalitate reciclabile; indiferent de mărime și culoare, doza reciclată ajunge înapoi în magazine în 60 de zile.

Turiștii implicați în acțiuni de colectare/ sortare a dozelor în containere special amenajate primesc premii simbolice din partea organizatorilor pentru a promova și stimula implicarea în activități de acest tip. Cu fiecare ediție, **ExtravaCANza** facilitează accesul la reciclare pentru mii de turiști care ajung în vacanță și contribuie la valorificarea dozelor de băuturi consumate.

În 2020, au fost colectate **23.200 de doze** (aproximativ 1.150 kg de aluminiu), în timp ce în total, în perioada 2015-2020, în cadrul campaniei au fost reciclate aproximativ **169.000 de doze**.

Naționala de Reciclare

Desfășurată în perioada septembrie – octombrie 2020, campania susținută alături de GreenPoint Management, PENNY, Bergenbier S.A. și Can Pack Recycling, caravana **Naționala de Reciclare** organizată de Asociația Alucro a parcurs **10 orașe**.

Campania s-a desfășurat cu sprijinul autorităților locale și și-a propus să contribuie la conștientizarea importanței colectării și reciclării dozelor din aluminiu și a PET-urilor, implicând oamenii într-un efort comun pentru binele mediului, atât la nivel de familie, de oraș cât și la nivel național. Astfel, **Naționala de Reciclare** a invitat comunitățile din orașele Tulcea, Iași, Suceava, Bacău, Sibiu, Oradea, Cluj-Napoca, Târgu Mureș, Constanța și București să intre în echipa pentru reciclarea dozelor din aluminiu sau a sticlelor PET pe care le au acasă, în schimbul unor premii care puteau fi folosite în beneficiul întregii familii.

Publicul adult, preocupat nu doar de reciclare, ci și de sport, a putut să ia parte și la jocuri interactive la poarta de fotbal instalată în locația de desfășurare. În schimbul unui bilet simbolic de participare de 5 doze goale, fiecare participant a putut executa 5 șuturi la poartă și a avut șansa să primească pe loc 6 doze de bere, dacă înscria cel puțin 3 goluri.

Campania **Naționala de Reciclare** s-a bucurat de un răspuns pozitiv al românilor și a făcut ca în cele 30 de zile să fie colectate

43.253
doze din aluminiu și

21.636
PET-uri.

La TINEri este Puterea

GRI 203-1
GRI 203-2
GRI 413-1

Conceput sub forma unui program de sprijin adresat cu precădere tinerilor care provin din medii dezavantajate, **La TINEri este Puterea** este un program incluziv care urmărește să îi „echipeze" pe tineri cu abilitățile necesare pentru a reuși în viață. Proiectul își propune să ofere, total gratuit, instrumente de dezvoltare personală și profesională tinerilor români din categoria NEETs, interesați de consolidarea abilităților necesare pentru a-și finaliza studiile sau pentru a-și găsi un loc de muncă.

Dincolo de sesiunile live și online de formare personală și profesională, programul **La TINEri este puterea** urmărește să le ofere tinerilor posibilitatea de a-și crea relații personale și profesionale de durată cu alți tineri de vârsta lor, dar și cu potențiali angajatori.

În 2020, am fost nevoiți să ne adaptăm modul de lucru la condițiile impuse de pandemie, și astfel, de la jumătatea lunii martie, sesiunile live au fost înlocuite cu webinarii, crescând totodată și eforturile de promovare a aplicației mobile.

Rezultate 2020:

5.813
tineri participanți în program

628
sesiuni live de 3 zile

2.123
webinarii

3.062
utilizatori ai aplicației mobile care au parcurs minim 5 cursuri

Anual, obiectivul nostru este să avem cel puțin 5.000 de tineri, beneficiari ai proiectului. În 2020, numărul total de beneficiari a fost de 5.813, față de 5.390 în 2019, înregistrând o creștere cu aproximativ 8%.

Muzeul Viu de la Tecșești

Muzeul Viu de la Tecșești a fost inițiat dintr-o motivație asemănătoare promisiunii pe care ne-am facut-o și noi la începutul călătoriei **După Noi** – aceea de a duce mai departe poveștile autentice și graiul românesc în toate formele sale de expresie. Este și motivul pentru care susținerea acestei inițiative a fost următorul pas firesc în drumul nostru.

Împreună cu ceilalți parteneri ai proiectului, ne-am dorit să ajutăm misiunea de a transforma satul Tecșești într-o expresie vie a meșteșugului și într-o școală de restaurare și reabilitare tradițională. Aici, tineri, elevi și studenți din întreaga țară întâlnesc aspectele practice din arta tradițională și participă activ în tabere de restaurare, pictură, fotografie și muzică, având șansa să trăiască istoria pe viu, ca mai apoi să o dezvăluie și celor care vin #dupanoi.

Împreună pentru Dunăre

GRI 203-1
GRI 413-1

WWF și Fundația Coca-Cola lucrează de peste 7 ani în cadrul proiectului **Împreună pentru Dunăre**, a cărui viziune este refacerea unor zone umede și lunci inundabile din lungul Dunării și al afluenților săi. Ținta proiectului este reconstrucția a 5.996 ha zone umede, care ar face posibilă obținerea a peste 17 milioane m³ de apă – o cantitate care ar umple 4.800 de bazine olimpice. Proiectul se desfășoară în șase țări: Austria, Ungaria, Croația, Serbia, România și Bulgaria. Bugetul investit de Fundația Coca-Cola pentru păstrarea zonelor umede și a luncii Dunării este de **4,4 milioane de dolari**, pentru o perioadă de șapte ani, iar până în 2020, au fost finalizate lucrările de reconstrucție ecologică pentru o suprafață totală de 5.483 ha în Austria, Serbia, Ungaria, Croația și Bulgaria.

În România, lucrările au fost demarate în decembrie 2020, vizând reconstrucția ecologică a zonei Gârla Mare-Vrata (județul Mehedinți). Lucrările presupun reconectarea bălților de pe malul Dunării cu fluviul. Reconstrucția ecologică a zonei umede Gârla Mare va contribui la stocarea a peste 5 milioane de m³ de apă în timpul viiturilor de pe Dunăre și la refacerea și menținerea biodiversității, mai ales a habitatelor necesare peștilor pentru depunerea icrelor.

Lucrările au început prin consolidarea canalului de alimentare care va aduce apa din Dunăre către zona în care se vor face ochiurile de apă. Urmează lucrări de consolidare a digului, decolmatarea și crearea ochiurilor de apă, la final, amenajarea platformelor de pescuit, care vor permite accesul, în mod organizat, al localnicilor la pescuit. Pe lângă beneficiile ecologice, refacerea conectivității fluviului cu lunca sa inundabilă va contribui într-o anumită măsură și la reducerea impactului inundațiilor asupra comunităților riverane Dunării din aval de zona proiectului și la alimentarea locală a pânzei freatice. Lucrările de resaturare din zona Gârla Mare-Vrata vor fi finalizate în octombrie 2021.

Azi pentru Mâine

Programul inițiat de Asociația CSR Nest, finanțat de Fundația Coca-Cola și lansat în 2019, are ca scop educarea și asigurarea de infrastructură de colectare separată prin trei componente: **Azi pentru Mâine în Școală**, **Azi pentru Mâine pe Plajă** și **Azi pentru Mâine în Comunitate**. Programul este sprijinit de Ministerul Mediului, Apelor și Pădurilor.

Azi pentru Mâine în Școală

Azi pentru Mâine în Școală este un proiect educațional dezvoltat în cadrul școlilor primare din România, cu scopul de a crește nivelul de înțelegere al elevilor în ceea ce privește colectarea separată și reciclarea deșeurilor. Componenta educațională este dublată în fiecare școală inclusă în proiect, de infrastructura necesară colectării separate.

În plus, proiectul își propune să creeze fonduri de inițiativă pentru fiecare școală, pentru a promova un comportament responsabil față de mediu.

Ediția desfășurată în perioada septembrie 2020 – iunie 2021 a avut următoarele rezultate:

- 50.000 de elevi, părinții lor și profesorii lor au participat la proiect
- 63 de școli incluse în proiect
- 630 de pubele interioare de colectare selectivă a deșeurilor puse la dispoziția tuturor școlilor incluse în proiect
- 30 de containere de colectare separată în aer liber puse la dispoziția școlilor incluse suplimentar în proiect (33 de școli din ediția precedentă au fost dotate cu astfel de pubele)

Azi pentru Mâine pe Plajă

Azi pentru Mâine pe Plajă este un proiect menit să crescă nivelul de conștientizare al turiștilor români cu privire la colectarea separată a deșeurilor de pe litoralul românesc al Mării Negre. Scopul său este de a crește responsabilitatea față de mediu în rândul populației și de a încuraja companiile HoReCa active în județul Constanța care își desfășoară activitatea pe litoralul românesc al Mării Negre să își colecteze separat deșeurile.

Pe lângă campania de informare și conștientizare, proiectul sprijină jucătorii HoReCa cu infrastructură specifică pentru colectarea separată a deșeurilor.

Cea de-a doua ediție a proiectului desfășurat pe litoral în perioada martie-septembrie 2020 a avut rezultate importante:

- 23,5 tone de deșeuri reciclabile colectate în cele 3 luni ale proiectului
- 60 de parteneri HoReCa incluși în proiect
- 62.000 de turiști informați direct și 40.000 informați indirect (prin spoturi radio, promoționale etc.)
- 150 de voluntari implicați în campania de conștientizare și curățenie de pe plaje
- 100 de operatori HoReCa informați
- 120 de containere de colectare selectivă puse la dispoziția partenerilor HoReCa incluși în proiect
- 400 de manageri și angajați ai operatorilor HoReCa informați cu privire la importanța colectării selective a deșeurilor

Rezultatele proiectului le depășesc pe cele de la ediția precedentă, atât prin cantitatea de deșeuri colectată (mai mult decât triplu față de 2019), cât și prin numărul de parteneri HoReCa atrași în proiect (aproape dublu). Ediția 2020 a acoperit 17 kilometri de plajă, aproape 50% din litoralul românesc.

Azi pentru Mâine în Comunitate

Proiectul **Azi pentru Mâine în Comunitate** își propune să crească gradul de conștientizare a populației din partea de sud a României cu privire la importanța colectării separate a deșeurilor și să îi încurajeze să contribuie la îmbunătățirea acestui proces în comunitățile lor. În plus, proiectul își propune să faciliteze accesul populației la infrastructura de colectare separată a deșeurilor prin reunirea la aceeași masă a tuturor factorilor de decizie ai acestui proces: cetățeni, autorități locale, ONG-uri, instituții publice.

Rezultate 2020:

- 1 set de instrumente despre colectarea selectivă a deșeurilor creat atât pentru persoane fizice, cât și pentru companii
- 1 platformă online dezvoltată
- 8 dezbateri organizate în fiecare județ țintă din sudul României (inclusiv București)
- 16 întâlniri publice organizate în județele incluse în proiect
- 50 de persoane/organizații cu idei/proiecte în domeniul reciclării selective incluse în proiect
- 28.532 de persoane au beneficiat direct de campaniile de promovare și diseminare a informațiilor

GRI 203-1
GRI 413-1

GRI 203-1
GRI 203-2
GRI 413-1

Future Makers

Future Makers este un program educațional complex dedicat tinerilor antreprenori din România, incubator de start-up-uri pentru idei de afaceri orientate spre viitor, care pot intra pe piață.

Printre obiectivele programului se numără:

- echiparea tinerilor cu atitudinea, cunoștințele și facilitarea accesului la o comunitate de specialiști, astfel încât antreprenoriatul să devină o opțiune de carieră
- sprijinirea ideilor antreprenoriale de impact aflate în stadiu incipient astfel încât să fie implementate
- cultivarea mentalității potrivite pentru a genera soluții

Cea de-a treia ediție, care s-a desfășurat în perioada februarie - noiembrie 2020, a constat în:

- organizarea de workshop-uri antreprenoriale axate pe: înțelegerea antreprenoriatului, modelarea și planificarea afacerilor, design-ul de impact
- organizarea unui concurs și a unui incubator digital pentru 50 de idei de afaceri (elaborarea planurilor de afaceri, cu sprijinul unui mentor desemnat cu experiență în comunitatea de afaceri)

Pandemia de COVID-19 a avut un impact semnificativ asupra desfășurării programului, în special în ceea ce privește adaptarea sesiunilor de training de la offline la online. Cu toate acestea, programul a avut rezultate de impact:

- peste 1.800 de tineri din 23 de orașe au fost implicați în ateliere și întâlniri de antreprenoriat
- Future Makers a avut peste 75 de apariții în mass-media la cele mai importante rețele de televiziune, radio, reviste de afaceri și mass-media online, în timp ce platformele de social media au avut un reach de peste 80.000 de persoane, iar videoclipurile finaliste au primit peste 5.000 de voturi
- peste 75 de oameni de afaceri și antreprenori au fost implicați în program în calitate de mentori sau experți pentru echipele finaliste
- ultima zi de pitch a Future Makers 2020 a făcut parte dintr-o conferință internațională despre viitor, cu 100 de speakeri internaționali și peste 1.200 de participanți la un eveniment online, de 5 zile
- cele 50 de echipe finaliste au primit sprijin profesional din partea a peste 25 de experți pentru a-și crește afacerile prin workshop-uri de marketing, vânzări, aspecte fiscale și juridice, HR, macroeconomie și 2 bootcamp-uri online axate pe modelele lor de afaceri și adoptarea diverselor tehnologii
- 7 echipe au câștigat un sprijin financiar în valoare totală de 25.000 de dolari

Indexul de conținut GRI

Indexul de Conținut GRI

GRI CONTENT INDEX SERVICE 2021

Pentru a furniza Serviciul de Index de Conținut GRI (GRI Content Index Service), departamentul de Servicii al GRI a examinat indexul de conținut GRI și confirmă că acesta este prezentat într-un mod clar, iar referințele pentru toate dezvăluirile incluse sunt aliniate cu secțiunile corespunzătoare din raport.

Standard GRI	Informație	Obiectiv de Dezvoltare Durabilă	Nr. paginii/ paginilor și/ sau răspuns direct	Omisiune
GRI 101: Fundația 2016				
Informații generale				
GRI 102: Informații generale 2016	**Profilul organizației**			
	102-1 Numele organizației		4	
	102-2 Activități, branduri, produse și servicii		8, 40, 42-44	
	102-3 Localizarea sediilor centrale		4, 6	
	102-4 Localizarea operațiunilor		6, 8, 40	
	102-5 Proprietate și formă legală		4, 10	
	102-6 Piețe deservite		6, 9	
	102-7 Dimensiunea organizației		8, 10, 16, 40	
	102-8 Informații cu privire la angajați și alți lucrători	8.5 10.3	74	
	102-9 Lanț de furnizori		8, 9, 90, 93	
	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		27-34	
	102-12 Inițiative externe		35, 76	
	102-13 Afilieri	17.4	36	
	Strategie			
	102-14 Declarația președintelui		3	
	Etică și integritate			
	102-16 Valori, principii, standarde și norme	16.5	21, 35	
	102-17 Mecanisme pentru înaintarea plângerilor și sesizărilor privind etica	16.5	22, 92	
	Guvernanță			
	102-18 Structură de guvernanță corporativă		18-20, 27, 83	
	102-22 Componența structurilor superioare de conducere și a comitetelor lor		18, 19	
	102-25 Conflictul de interese		23	
	102-30 Eficiența proceselor de management al riscului		27	
	Implicarea stakeholderilor			
	102-40 Lista categoriilor de stakeholderi		56-59	
	102-41 Contracte colective de muncă	8.8	75	
	102-42 Identificarea și selectarea stakeholderilor		54	
	102-43 Abordarea proceselor de consultare a stakeholderilor		57-59	
	102-44 Subiecte-cheie și probleme ridicate		56	
	Procesul de raportare			
	102-45 Entități incluse în situațiile financiare consolidate		4	
	102-46 Definirea conținutului raportului și a limitelor temelor		54-56	
	102-47 Lista temelor semnificative (materiale)		55-56	
	102-48 Informații actualizate		Nu au existat actualizări de informații.	
	102-49 Modificări în procesul de raportare		Nu au existat modificări în procesul de raportare.	
	102-50 Perioada de raportare	12.6	4	
	102-51 Data celui mai recent raport	12.6	Publicat în 2020 pentru perioada 01 ianuarie – 31 decembrie 2019.	
	102-52 Ciclu de raportare	12.6	Anual.	
	102-53 Persoană de contact pentru întrebări cu privire la raport		4	
	102-54 Raportarea în conformitate cu standardele GRI	12.6	4	
	102-55 Indexul de conținut GRI		108-113	
	102-56 Verificare externă		Raportul nu a fost verificat extern.	

Teme semnificative (materiale)			
GUVERNANȚĂ CORPORATIVĂ ȘI PERFORMANȚĂ ECONOMICĂ			
Anti-corupție			
GRI 103: Abordarea managerială 2016	103-1 Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale		56, 24
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale		20-24
	103-3 Evaluarea abordării manageriale		20-24
GRI 205: Anti-corupție 2016	205-2 Comunicare și formare cu privire la politicile și procedurile anti-corupție	16.5	24
	205-3 Incidente de corupție confirmate și măsuri corective	16.5	24
Management sustenabil			
GRI 103: Abordarea managerială 2016	103-1 Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale		56
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale		49-53
	103-3 Evaluarea abordării manageriale		53
Management sustenabil	Numărul de membri ai echipei de management care au indicatori de performanță legați de atingerea țintelor de sustenabilitate		18
Dialogul cu stakeholderii			
GRI 103: Abordarea managerială 2016	103-1 Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale		56
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale		54, 57-59
	103-3 Evaluarea abordării manageriale		22, 47, 92
Dialogul cu stakeholderii	Canalele și frecvența de comunicare cu stakeholderii		57-59

Politici publice			
GRI 103: Abordarea managerială 2016	103-1 Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale		26, 56
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale		21, 23, 26
	103-3 Evaluarea abordării manageriale		20, 21, 26
GRI 415: Politici publice 2016	415-1 Contribuții politice	16.5	26
Comportament anti-concurențial			
GRI 103: Abordarea managerială 2016	103-1 Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale		56, 25
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale		20, 21, 25
	103-3 Evaluarea abordării manageriale		20, 21, 25
GRI 206: Comportament anti-concurențial 2016	206-1 Măsuri legale cu privire la comportamentul anti-concurențial, anti-trust și de monopol		25
Performanță economică			
GRI 103: Abordarea managerială 2016	103-1 Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale		8, 56
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale		8, 10, 11, 28-34
	103-3 Evaluarea abordării manageriale		8, 11, 37
GRI 201: Performanță economică 2016	201-1 Valoare economică directă generată și valoare economică distribuită	8.1 8.2 9.1	10
	201-2 Implicații financiare și alte riscuri și oportunități generate de schimbările climatice	13.1 13.2	28-34
Prezența pe piață			
GRI 103: Abordarea managerială 2016	103-1 Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale		8, 56
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale		8
	103-3 Evaluarea abordării manageriale		37
GRI 202: Prezența pe piață 2016	202-2 Proporția personalului de naționalitate română în echipa de conducere	8.5	18, 19

Impact economic indirect			
GRI 103: Abordarea managerială 2016	103-1 Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale		8, 56
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale		8, 10, 12, 89, 95-98
	103-3 Evaluarea abordării manageriale		37
GRI 203: Impact economic indirect 2016	203-1 Investiții în infrastructură și servicii	5.4 9.1 9.4	96, 97, 101-106
	203-2 Impact economic indirect semnificativ	1.2 1.4 8.2 8.3 8.5	61, 68, 103, 106
SOCIAL			
Protecția datelor cu caracter personal			
GRI 103: Abordarea managerială 2016	103-1 Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale		26, 29, 56
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale		26, 29
	103-3 Evaluarea abordării manageriale		26
GRI 418: Confidențialitatea datelor cu caracter personal 2016	418-1 Reclamații fondate, cu privire la încălcări ale clauzelor privind datelor cu caracter personal și la pierderi de date cu caracter personal		26
Sănătatea și siguranța consumatorului			
GRI 103: Abordarea managerială 2016	103-1 Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale		29, 56
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale		29, 40, 41, 44, 47, 51
	103-3 Evaluarea abordării manageriale		41, 47, 53
GRI 416: Sănătatea și siguranța consumatorului 2016	416-2 Incidente de neconformare cu privire la impactul produselor și serviciilor asupra sănătății și siguranței consumatorului		47

Marketing și etichetarea produselor				
GRI 103: Abordarea managerială 2016	**103-1** Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale			45, 46, 56
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale			44-46
	103-3 Evaluarea abordării manageriale			46
GRI 417: Promovarea produselor și serviciilor 2016	**417-1** Cerințe și informații necesare pentru etichetarea produselor și serviciilor	12	12.8	46
	417-2 Incidente de neconformitate cu privire la informațiile și etichetarea produselor și serviciilor	12	12.8	46
	417-3 Incidente de neconformitate cu privire la comunicarea de marketing	12	12.8	46
Politica de achiziții				
GRI 103: Abordarea managerială 2016	**103-1** Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale			56
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale			51, 89-93
	103-3 Evaluarea abordării manageriale			53, 92
GRI 204: Practici de achiziții de bunuri și servicii 2016	**204-1** Proporția cheltuielilor cu furnizorii locali	8	8.3	92
		9	9.3	
Evaluarea furnizorilor din perspectiva standardelor de mediu și sociale				
GRI 103: Abordarea managerială 2016	**103-1** Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale			91, 56
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale			91-93
	103-3 Evaluarea abordării manageriale			53, 92
GRI 414: Evaluarea furnizorilor din perspectiva standardelor sociale 2016	**414-1** Furnizori noi evaluați pe baza criteriilor sociale	8	8.7 8.8	92, 93
		16	16.2	
GRI 103: Abordarea managerială 2016	**103-1** Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale			91, 56
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale			91-93
	103-3 Evaluarea abordării manageriale			53, 92
GRI 308: Evaluarea furnizorilor din perspectiva standardelor de mediu 2016	**308-1** Furnizori noi evaluați pe baza criteriilor de mediu	13	13.2	92, 93
Managementul resurselor umane				
GRI 103: Abordarea managerială 2016	**103-1** Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale			56, 91
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale			73, 74, 77, 78, 91
	103-3 Evaluarea abordării manageriale			37
GRI 401: Ocuparea forței de muncă 2016	**401-1** Angajați noi și fluctuația de personal	5	5.1	74
		8	8.5 8.6	
		10	10.3	
	401-2 Beneficii acordate angajaților cu normă întreagă, care nu sunt acordate angajaților pe perioadă determinată sau celor cu jumătate de normă	3	3.4	77
		8	8.5	
	401-3 Concediu de creștere a copilului	5	5.1	78
		8	8.5	
Sănătatea și securitatea în muncă				
GRI 103: Abordarea managerială 2016	**103-1** Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale			56, 82
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale			82-86
	103-3 Evaluarea abordării manageriale			37, 53, 86
GRI 403: Sănătatea și securitatea în muncă 2018	**403-1** Sistemul de management al sănătății și securității în muncă	8	8.8	82, 83
	403-2 Identificarea pericolelor, evaluarea riscurilor și investigarea incidentelor	3	3.6	84
		8	8.8	
	403-3 Servicii privind sănătatea în muncă	8	8.8	83, 84
	403-4 Subiecte legate de sănătatea și siguranța în muncă, reglementate prin acorduri oficiale, încheiate cu sindicatele	8	8.8	83
		16	16.7	
	403-5 Instruirea forței de muncă privind sănătatea și securitatea în muncă	8	8.8	85
	403-6 Promovarea serviciilor de sănătate pentru lucrători	3	3.7 3.8	73, 77, 78
		8	8.8	
	403-7 Promovarea și atenuarea impacturilor privind securitatea și sănătatea în muncă pentru partenerii cu care compania are relații de business	8	8.8	91
	403-8 Lucrători acoperiți de sistemul de securitate și sănătate în muncă	8	8.8	82
	403-9 Accidente de muncă	3	3.6 3.9	86
		8	8.8	
	403-10 Îmbolnăviri cauzate de activitatea la locul de muncă	3	3.9	86
		8	8.8	

Relația dintre management și angajați			
GRI 103: Abordarea managerială 2016	**103-1** Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale		56
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale		75
	103-3 Evaluarea abordării manageriale		37
GRI 402: Relații de muncă/ management 2016	**402-1** Perioada minimă de înștiințare referitoare la modificările operaționale	8.8	75
Diversitate și egalitate de șanse			
GRI 103: Abordarea managerială 2016	**103-1** Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale		56, 76
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale		76
	103-3 Evaluarea abordării manageriale		37, 76
GRI 405: Diversitate și egalitate de șanse 2016	**405-1** Diversitatea echipelor de conducere și a angajaților	5.1 5.5 8.5	18, 19, 76
	405-2 Raportul salariului de bază și al remunerației dintre bărbați și femei	5.1 8.5 10.3	16

Formare și dezvoltare profesională			
GRI 103: Abordarea managerială 2016	**103-1** Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale		56
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale		79-81
	103-3 Evaluarea abordării manageriale		37
GRI 404: Formare și dezvoltare profesională 2016	**404-1** Număr mediu de ore de formare pe an, per angajat	4.3 4.4 4.5 4.7 5.1 8.2 8.5 10.3	79
	404-2 Programe pentru îmbunătățirea competențelor profesionale în rândul angajaților și programe de asistență în cazul schimbării poziției în companie	8.2	80, 81
	404-3 Procentajul angajaților care sunt evaluați regulat și care primesc consiliere de dezvoltare profesională	5.1 8.5 10.3	79
Libertatea de asociere și negociere colectivă			
GRI 103: Abordarea managerială 2016	**103-1** Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale		56, 75
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale		75, 91
	103-3 Evaluarea abordării manageriale		37
GRI 407: Libertatea de asociere și negociere colectivă 2016	**407-1** Operațiuni și furnizori unde dreptul la asociere și negociere colectivă este supus unor riscuri	8.8	Nu au fost realizate astfel de evaluări în 2020.

Combaterea discriminării			
GRI 103: Abordarea managerială 2016	**103-1** Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale		56, 76
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale		76
	103-3 Evaluarea abordării manageriale		37, 76
GRI 406: Combaterea discriminării 2016	**406-1** Incidente legate de discriminare și măsuri corective aplicate	5.1 8.5 10.3	76
Respectarea drepturilor omului			
GRI 103: Abordarea managerială 2016	**103-1** Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale		25, 56
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale		25, 91
	103-3 Evaluarea abordării manageriale		91
GRI 412: Evaluarea respectării drepturilor omului 2016	**412-2** Instruirea angajaților cu privire la politici sau proceduri legate de respectarea drepturilor omului	4.7	În 2020 nu au avut loc traininguri pentru angajați, dedicate acestui aspect.
Respectarea legislației socio-economice			
GRI 103: Abordarea managerială 2016	**103-1** Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale		20, 56
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale		20, 21
	103-3 Evaluarea abordării manageriale		20
GRI 419: Conformare socio-economică 2016	**419-1** Nerespectarea legilor și a normelor din sfera social-economică		Compania nu a primit amenzi semnificative sau sancțiuni nefinanciare ce au vizat acest aspect.

Comunități locale			
GRI 103: Abordarea managerială 2016	**103-1** Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale		56, 98
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale		95, 98, 99
	103-3 Evaluarea abordării manageriale		37, 38
GRI 413: Comunități locale 2016	**413-1** Operațiuni care au implicat comunitățile locale, evaluări ale impactului avut și programe de dezvoltare	4.3 4.4 4.5 4.6 4.7 17.17	95-97, 101-106
Promovarea consumului responsabil			
GRI 103: Abordarea managerială 2016	**103-1** Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale		45, 56
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale		44, 45, 51
	103-3 Evaluarea abordării manageriale		46
	Bugetul de marketing alocat pentru promovarea băuturilor cu conținut redus de calorii sau fără calorii		44
Politica de securitate			
GRI 103: Abordarea managerială 2016	**103-1** Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale		56
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale		25, 91
	103-3 Evaluarea abordării manageriale		20
GRI 410: Practici de securitate 2016	**410-1** Personalul de securitate instruit cu privire la politicile și procedurile ce țin de drepturile omului		În 2020 nu au existat instruiri dedicate acestui aspect.

MEDIUL NATURAL			
Energie			
GRI 103: Abordarea managerială 2016	**103-1** Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale		56, 63
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale		50, 63-65
	103-3 Evaluarea abordării manageriale		37, 53
GRI 302: Energie 2016	**302-1** Consum de energie în cadrul organizației	7.2 7.3 8.4 12.2 13.1	64
	302-3 Intensitatea energiei	7.3 8.4 12.2 13.1	64
	302-4 Reducerea consumului de energie	7.3 8.4 12.2 13.1	65
Apă și efluenți			
GRI 103: Abordarea managerială 2016	**103-1** Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale		56, 68
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale		68-70
	103-3 Evaluarea abordării manageriale		37, 53, 69, 70
GRI 303: Apă și efluenți 2018	**303-1** Interacțiunea cu apa ca resursă comună	6.3 6.4 12.4	68-70
	303-2 Gestionarea impactului efluenților	6.3	68, 69
	303-3 Extragerea apei	6.4	68
	303-4 Evacuarea apei	6.3	68
	303-5 Consumul de apă	6.4	68
Emisii			
GRI 103: Abordarea managerială 2016	**103-1** Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale		56, 63, 66
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale		63, 66, 67
	103-3 Evaluarea abordării manageriale		37, 53, 66, 67
GRI 305: Emisii 2016	**305-1** Emisii directe de gaze cu efect de seră (scopul 1)	3.9 12.4 13.1 14.3 15.2	66
	305-2 Emisii indirecte de gaze cu efect de seră (scopul 2)	3.9 9.4 12.4 13.1 14.3 15.2	66

GRI 305: Emisii 2016	305-3 Alte emisii indirecte de gaze cu efect de seră (scopul 3)	3.9 9.4 12.4 13.1 14.3 15.2	66
	305-4 Intensitatea emisiilor cu efect de seră	9.4 13.1 14.3 15.2	67
	305-5 Reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră	9.4 13.1 14.3 15.2	65
	305-7 Oxizi de azot (NO_x), oxizi de sulf (SO_x) și alte emisii semnificative în aer	3.9 12.4 14.3 15.2	67

Materiale			
GRI 103: Abordarea managerială 2016	103-1 Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale		56, 61
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale		50, 61
	103-3 Evaluarea abordării manageriale		37, 53
GRI 301: Materiale 2016	301-1 Materiale utilizate, în funcție de masă sau volum	8.4 12.2	62
	301-2 Materiale reciclate utilizate	8.4 12.2 12.5	62
	301-3 Produse recuperate și materialele lor de ambalare	8.4 12.2 12.5	62
Deșeuri			
GRI 103: Abordarea managerială 2016	103-1 Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale		56, 61
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale		50, 61
	103-3 Evaluarea abordării manageriale		37, 53
GRI 306: Deșeuri 2020	306-1 Generarea de deșeuri și impacturile semnificative ale acestora	3.9 6.3 6.4 6.6 12.4 12.5 14.1	62 Un viitor mai sustenabil O lume fără deșeuri
	306-2 Gestionarea impacturilor semnificative generate de deșeuri	3.9 6.3 12.4 12.5	62 Un viitor mai sustenabil O lume fără deșeuri
	306-3 Deșeuri generate	8.4 12.4 12.5	62
	306-4 Deșeuri deviate de la eliminare	8.4 12.2 12.4 12.5	62
	306-5 Deșeuri direcționate spre eliminare	8.4 12.2 12.4 12.5	62
Conformarea cu reglementările legislative de protecție a mediului			
GRI 103: Abordarea managerială 2016	103-1 Explicarea temei semnificative (materiale) și a limitelor sale		20, 56
	103-2 Abordarea managerială și componentele sale		20, 21
	103-3 Evaluarea abordării manageriale		20
GRI 307: Conformarea cu reglementările de protecție a mediului 2016	307-1 Neconformarea cu legislația și reglementările privind protecția mediului		Compania nu a primit amenzi semnificative sau sancțiuni nefinanciare ce au vizat acest aspect.

Coca-Cola HBC
Romania

Coca-Cola România

Sistemul Coca-Cola România
Raport de Sustenabilitate 2020