



Raport de Sustenabilitate 2011

Despre Raport	p. 2
Mesajul Directorului General	p. 4
Descriere Generală a Grupului Coca-Cola Hellenic	p. 5
Repere de Sustenabilitate	p. 6
Strategie, Misiune și Valori	p. 7
Prezentarea Companiei	p. 11
Impacturi, Provocări și Oportunități	p. 15
Dezvoltarea Durabilă	p. 19
Angajarea Părților Interesate	p. 24

Grija față de Apă

p.28



Energia și Schimbările Climatice

p.32



Ambalare și Reciclare

p.35



Sănătatea Consumatorilor

p.38



Dezvoltarea Angajaților

p.41



Colaborarea cu Furnizorii

p.45



Implicarea în Comunitate

p.47



Premii și Recunoașteri	p. 49
Indicatori de Mediu, Sociali, Economici și de Produse	p. 50
Index GRI	p. 53
Glosar	p. 55



Raport de Sustenabilitate 2011

Începând din 2003 Grupul Coca-Cola Hellenic raportează anual performanțele sale în domeniul sustenabilității, raportarea la nivel național devenind astfel pentru Coca-Cola HBC România o decizie firească prin care se reflectă integrarea principiilor dezvoltării durabile în strategia locală de afaceri.

Raportul consideră toate aspectele și impacturile relevante ale activităților noastre și pe cele ale inițiativelor la care participăm împreună cu partenerii naționali și internaționali, cu respectarea cerințelor de standard AA 1000, GRI (Global Reporting Initiative) și a recomandărilor suplimentului sectorial al GRI în domeniul procesării alimentelor.

Primul raport național răspunde cerințelor nivelului de raportare B al GRI și se bazează pe cele trei principii ale standardului AA 1000 AS: materialitate, inclusivitate și responsivitate. Informațiile și datele utilizate se referă la:

- Procesele operaționale de îmbuteliere, ambalare, depozitare și livrare desfășurate în Timișoara, Ploiești și Vatra Dornei-Poiana Negri, respectiv București, Brașov, Iași și Oradea;
- Procesele de afaceri desfășurate în sediul administrativ și de birouri (Voluntari).

În interiorul acestui document veți găsi atât o imagine de ansamblu asupra Sistemului Coca-Cola la nivel internațional și în România, cât și informații asupra modului în care integrăm principiile sustenabilității în activitățile noastre curente cu privire la:

- Gestionarea impacturilor;
- Direcțiile strategice în domeniile apei, energiei, ambalării și reciclării, sănătății consumatorului, dezvoltării angajaților, colaborării cu furnizorii și comunitatea;
- Promovarea și aplicarea principiilor responsabilității față de mediu și societate.

Raportul prezintă informații cantitative și calitative pentru anul 2011, urmărind performanța actuală și viitoarea strategie în domeniul dezvoltării durabile prin raportare la indicatorii anului 2009

și evoluția noastră în perioada 2009-2011. Informații suplimentare pot fi obținute accesând www.thereconcept.ro și www.coca-colahellenic.ro sau consultând raportul internațional al Grupului Coca-Cola Hellenic disponibil pe site-ul: www.coca-colahellenic.com

Responsabilitatea Socială Corporativă (CSR) este un element cheie al planurilor noastre de afaceri și parte din planul de dezvoltare a angajaților, fiind asumat prin Angajament în misiunea și valorile Companiei.

Comunicări standard

Nivelul de aplicare a cerințelor GRI		C	C+	B	B+	A	A+
Comunicări profil	Rezultat	Raport privind: 1.1 2.1 - 2.10 3.1 - 3.8 3.10 - 3.12 4.1 - 4.4 4.14 - 4.15	R a p o r t	Raport privind toate criteriile enumerate pentru nivelul C plus: 1.2 3.9, 3.13 4.5 - 4.13, 4.16 - 4.17	R a p o r t	Identic cu cerința pentru nivelul B	R a p o r t
Comunicări abordări de management	Rezultat	Nu este necesar	v e r i f i c a t	Dezvăluiri ale abordării de management pentru fiecare categorie de indicatori	v e r i f i c a t	Dezvăluiri ale abordării de management pentru fiecare categorie de indicatori	v e r i f i c a t
Indicatori de performanță Suplimentari de sector	Rezultat	Raport privind un minimum de 10 Indicatori de Performanță, cel puțin unul din fiecare categorie: social, economie și mediu	e x t e r n	Raport privind un minimum de 20 de indicatori de performanță, cel puțin unul din fiecare categorie: economie, mediu, drepturile omului, muncă, societate, responsabilitate față de produse	e x t e r n	Raport privind fiecare Indicator esențial și Indicator Suplimentar de Sector, cu referire la Principiul Materialității, prin: a) raportarea privind indicatorul b) explicarea motivului pentru omisiunea sa	e x t e r n

Mesajul Directorului General



Dragi parteneri,

Anul 2011 a marcat două decenii de existență a Coca-Cola în România. Acum, când intrăm în a treia decadă, ne vom întări eforturile pentru a ne asigura că operațiunile noastre și comunitățile în cadrul cărora ne desfășurăm activitatea vor continua să prospere.

Sustenabilitatea este definită, potrivit Raportului Comisiei Brundtland din 1987, ca fiind abilitatea de a răspunde nevoilor prezentului fără a compromite abilitatea generațiilor viitoare de a-și satisface propriile nevoi. Am depus eforturi semnificative în desfășurarea unor operațiuni sustenabile însă nu putem să ne oprim aici. Noi, la Coca-Cola HBC România, suntem conștienți de responsabilitățile pe care le avem.

În acest sens, susținem promisiunile făcute la nivelul Grupului Coca-Cola Hellenic de a reduce emisiile de carbon cu 20% până în anul 2020 prin operarea centralei de cogenerare (CHP), inaugurată în orașul Ploiești la finele anului 2009. Preocupările noastre față de mediu au făcut ca în 2011, 100% din apa deversată de către operațiunile noastre în România să fie tratată. Am dezvoltat proiecte comunitare de protecție a surselor de apă și am primit numeroase premii la nivel local în acest domeniu.

Toate fabricile prin care operăm pe teritoriul României sunt certificate conform unor standarde internaționale de calitate (ISO 9001), mediu (ISO 14001), siguranța alimentelor (ISO 22000 și FSSC 22000) precum și siguranța ocupațională (OHSAS 18001).

Probabil cel mai evident efort pe care compania îl întreprinde este acela de a gestiona impacturile sale indirecte asupra mediului înconjurător, răspunzând provocărilor inerente legate de sustenabilitate din cadrul lanțului de producție existent. Cea mai mare

contribuție a amprenteii noastre de carbon rezultă din fabricarea ambalajelor pe care le folosim și a echipamentelor frigorifice de care dispunem. De aceea, am scăzut greutatea ambalajelor, am dezvoltat programe de colectare selectivă și reciclare a acestora și am început procesul de înlocuire a agentului de răcire folosit de flota frigorifică, precum și dotarea frigiderelor noastre cu echipamente de economisire a energiei utilizate. Ne menținem angajamentul de a continua aceste acțiuni și în 2012.

În ceea ce privește respectarea standardelor de siguranță ocupațională, rezultatele eforturilor noastre de a oferi locuri de muncă sigure sunt încurajatoare: numărul accidentelor de muncă se menține la o limită scăzută.

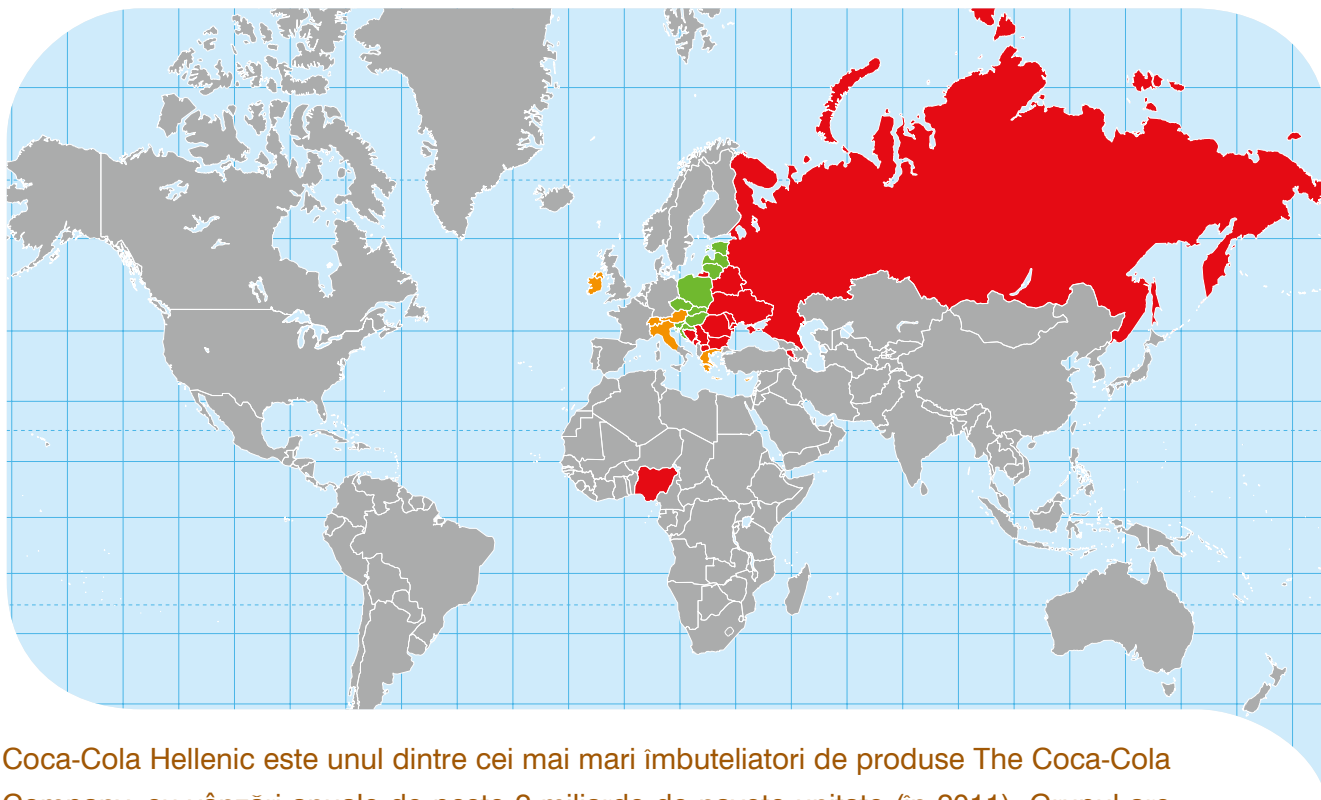
Parteneriatele strategice pe care le-am încheiat sunt esențiale pentru succesul eforturilor noastre în domeniul sustenabilității. La nivel internațional, suntem membru UN Global Compact, fapt ce solicită angajamentul de a respecta principiile unui contributor responsabil.

Sperăm ca acest raport să vă ofere informațiile de care aveți nevoie cu privire la activitatea Coca-Cola HBC România. Ca întotdeauna, așteptăm comentariile dumneavoastră.

A blue ink signature of Stéphane Batoux.

Stéphane Batoux
*Director General Coca-Cola HBC
România & Moldova*

Descriere Generală a Grupului Coca-Cola Hellenic



5

Coca-Cola Hellenic este unul dintre cei mai mari îmbuteliatori de produse The Coca-Cola Company, cu vânzări anuale de peste 2 miliarde de nave unitate (în 2011). Grupul are operațiuni în 28 de țări, având în total 39.927 angajați, deține și operează 76 fabrici de îmbuteliere și deservește o populație de aproximativ 560 milioane de oameni.

Modelul nostru de afaceri generează locuri de muncă în economiile locale și oferă suport furnizorilor locali, minimizând impactul pe care transportul produselor îl are asupra mediului înconjurător. Astfel, rămânem mereu aproape de clienții și de consumatorii noștri.

Produse și branduri

Grupul Coca-Cola Hellenic este unul din cei mai mari îmbuteliatori ai produselor Companiei Coca-Cola din lume și cel mai mare din Europa. Coca-Cola HBC România, membră a Grupului Coca-Cola Hellenic, îmbuteliază o gamă largă de produse având conținut caloric redus, precum și băuturi nutritive din portofoliul Coca-Cola, de la băuturi răcoritoare carbonatate, necarbonatate, nectaruri, până la ceaiuri, apă minerală, băuturi energizante și cafea ready to drink.

Dezvoltare durabilă

În ultimul deceniu, am făcut eforturi considerabile pentru a integra considerente de sustenabilitate în modul în care operăm. Începând din 2003 strategia și performanțele Grupului sunt prezentate în cadrul unui raport de responsabilitate socială corporativă, iar 8 subsidiare, printre care și România (a cincea țară din Grup), au decis inițierea procesului de raportare la nivel național.

În 2007 Coca-Cola Hellenic a adoptat dezvoltarea durabilă ca parte a strategiei de afaceri, iar din 2008 a fost listată în Indexul de Sustenabilitate Dow Jones (Global și STOXX), plasându-se în topul procentual de 10% al companiilor sustenabile la nivel global. Grupul Coca-Cola Hellenic este singura companie europeană de băuturi răcoritoare inclusă în acest index.

Acționariat

Cei mai mari acționari ai Grupului Coca-Cola Hellenic sunt Kar-Tess Group și The Coca-Cola Company. Compania Coca-Cola Hellenic este cotată la Bursele de Valori din Atena, New York și Londra.

Repere de Sustenabilitate

- Raportarea CSR la nivel de țară.

2012

- O nouă politică în domeniul gestionării durabile a apei.

2010

- Implementarea programului de reducere a consumurilor energetice prin construcția depozitului automatizat High-Bay și a unității de cogenerare CHP de la Ploiești.

Studii hidrogeologice ample privind alimentarea surselor de apă multianuală precum și calitatea acestora.

- Lansarea noii linii de ambalaje de sticlă cu 50% mai ușoare pentru toate mărcile din portofoliul companiei.

Parteneriatul Green Danube realizat de Sistemul Coca-Cola și Comisia Internațională pentru Protecția Fluviului Dunărea (ICPDR).

- Implementarea standardelor internaționale și certificarea activităților fabricilor și locațiilor noastre corespunzător cerințelor sistemelor de management în domeniile:

- Calității produsului (ISO 9001);
- Managementului de mediu (ISO 14001);
- Securității și sănătății ocupaționale (OHSAS 18001);
- Securității alimentare (ISO 22000 și PAS 220).

2011

- Începerea înlocuirii totale a echipamentelor frigorifice și realizarea de îmbunătățiri tehnologice pentru echipamentele existente deja.

Sticle PET mai ușoare.

2009

- Dezvoltarea durabilă este integrată ca parte a strategiei de afaceri.

Investiții masive la Dorna și Ploiești în linii de înaltă tehnologie care reduc consumul de apă și de energie raportat la 1L de produs.

2007

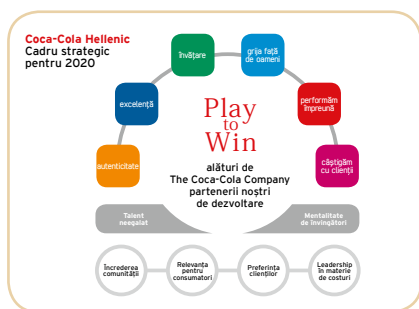
Evaluări ample ale resurselor locale de apă în cadrul fabricilor de îmbuteliere, pentru a dobândi o înțelegere aprofundată a riscurilor inerente.

2005

- Grupul Coca-Cola Hellenic raportează anual performanțele sale în domeniul sustenabilității, incluzând date ale operațiunilor din România.

2003

1996-2002



Cadrul strategic Play to Win

Cadrul nostru strategic Play to Win pentru anul 2020 se bazează pe valorile noastre centrale și pe patru imperative strategice: încrederea comunităților, relevanța pentru consumatori, preferința exprimată de clienți și leadership în materie de cost. „Jucăm pentru a câștiga” alături de The Coca-Cola Company, partenerii noștri de dezvoltare.

Talentul de neegalat și gândirea de câștigători sunt factorii care ne permit să ne atingem țintele aspiraționale.

Performanțe și obiective

Dezvoltarea și integrarea strategiei în domeniul Dezvoltării Durabile în cadrul activităților companiei a început odată cu demararea activităților în România. Proiectele, inițiativele și realizările au ținut pasul cu dezvoltarea și diversificarea activității noastre.



Încrederea comunității

Suntem hotărâți să creăm valoare în aceste comunități și să ne construim reputația de partener de încredere și de vector de schimbare în bine. Scopul nostru este să lucrăm împreună cu comunitățile pentru a continua să construim încrederea – în brandurile și produsele noastre, în acțiunile noastre, în viitor. Pentru a face aceasta, ne străduim să fim deschiși, transparenți și cooperanți în toate acțiunile și comunicările noastre.

Relevanța pentru consumatori

Gestionăm un portofoliu de branduri lider de piață la nivel mondial și folosim acest avantaj pentru a valorifica oportunitățile bine definite de pe piață.

În același timp, continuăm să introducem inovații în materie de produs și ambalaje, pentru a satisface stilul de viață mereu în schimbare și gusturile clienților. Pe piață, implementăm o strategie puternic orientată spre client, care îmbunătățește relevanța și ajută la creșterea veniturilor și ne permite să valorificăm oportunitățile neadresate din piețele noastre.



Clienții sunt în centrul tuturor acțiunilor noastre.

- NU ne încălcăm promisiunile
- NU dezamăgim un client
- NU acționăm nedrept sau neclar



Preferința exprimată de clienți

Pentru a face față dinamismului mediului de retail, am dezvoltat „Preferința exprimată de clienți”, una dintre valorile centrale ale companiei noastre. Aceasta presupune să construim parteneriate și colaborări care creează valoare sustenabilă și creștere profitabilă la nivelul tuturor canalelor importante, pentru afacerea și clienții noștri.

Leadership în materie de cost

Strategia noastră pe termen lung de creștere sustenabilă și consolidare a poziției de lider pe piață implică managementul eficace al costurilor. Acesta poate să exploateze sinergiile și să valorifice oportunitățile viitoare de creștere cu maximă eficiență, în același timp îmbunătățind modul de a livra cele mai bune servicii de pe segment.



Activități menite să faciliteze un management eficient al costurilor

- SAP Wave 2 permite standardizarea proceselor și sistemelor cheie care vor valorifica noi competențe operaționale de pe tot cuprinsul Grupului. În prezent, SAP Wave 2 este operațional pe 21 dintre piețele noastre, ceea ce reprezintă aproape trei sferturi din cifra noastră de afaceri;
- Nou înființată, Coca-Cola Hellenic Business Services Organisation (BSO) va standardiza, centraliza, coordona și simplifica anumite procese de Finanțe și Resurse Umane pentru a îmbunătăți productivitatea și pentru a oferi servicii tranzacționale importante la prețuri mai scăzute. Din noiembrie 2011, Cehia, Slovacia, Bulgaria, Polonia și Cipru au făcut trecerea la BSO, iar în anii următori li se vor alătura și alte țări;
- Optimizarea infrastructurii proprii de producție și distribuție;
- Creșterea responsabilității personale față de costuri pe tot cuprinsul organizației;
- Excelența în materie de logistică;
- Asigurarea unui flux de lichidități puternic pentru a susține creșterea pe termen lung.

Performanță și obiective

Măsurăm și monitorizăm continuu principalii indicatori globali de sustenabilitate a activităților noastre.

Valori anuale ale indicatorilor cheie

Indicator	2009	2010	2011
Consum specific (MJ/ L)	0,39	0,41	0,41
Consum total de energie (MJ)	436.025.494	402.607.836	378.133.998
Consum total de apă (L)	1.752.208	1.763.842	1.645.414
Cantitate specifică deșeu (g/L)	8,07	6,63	5,29
Cantitate totală deșeu (tone)	9.055	6.333	4.860

Privire de ansamblu asupra performanțelor și obiectivelor pentru România

Aria strategică	Direcții strategice	Progres realizat în 2011	Obiective
Gestionarea durabilă a resurselor de apă	Reducerea consumului de apă al operațiunilor și abordarea amprente de apă a lanțului de aprovizionare	Am redus amprenta de apă a operațiunilor cu 11% comparativ cu 2008.	Înțelegerea și reducerea amprente de apă a lanțului de aprovizionare prin parteneriat și implicare comună Reducerea consumului de apă din operațiunile de îmbuteliere cu 10% până în 2020 față de 2011
	Tratarea tuturor apelor noastre uzate înaintea eliminării în natură	Am tratat apele uzate în proporție de 100%.	Mentținerea în proporție de 100% a gradului de tratare a apelor uzate în operațiile noastre Îmbunătățirea constantă a unităților de tratare a apei pentru satisfacerea cerințelor legale
	Creștere durabilă prin consum sustenabil de apă	Am efectuat studii și evaluări de specialitate privind hidrogeologia și regimul pluviometric local și regional.	Actualizarea anuală a planului de protecție a surselor de apă pe baze științifice în funcție de condițiile locale Monitorizarea și evaluarea surselor de apă, a cantității și calității apei prin studii și evaluări de specialitate ale condițiilor hidrografice specifice
	Extinderea programelor de gestionare durabilă a resurselor de apă	Am continuat parteneriatele strategice cu ONG-urile și cu Comisia Internațională pentru Protecția Fluviului Dunărea (ICPDR).	Extinderea programelor de gestionare durabilă a resurselor de apă
Energie și schimbări climatice	Reducerea constantă a cererii de energie operațională per litru de băutură produs	Am menținut constantă energia operațională consumată per litru de băutură produs.	Îmbunătățirea capacității operaționale și tehnice privind utilizarea energiei
	Dezvoltarea și implementarea tehnologiei cu nivel scăzut de carbon și eficiență energetică crescută	Am redus în medie cu 30,5% consumul de energie al frigiderelor prin achiziționarea a 4.340 de frigidere eficiente energetic și a 1.470 de echipamente de refrigerare fără HFC.	Extinderea flotei de refrigeratoare eficiente energetic și fără HFC
Ambalaje și reciclare	Îmbunătățirea eficienței ambalajelor cu 25% până în 2012	Am redus cu 18,3% (de la 8.07 g/l la 6.6 g/l) consumul de material pentru ambalaj per litru de băutură produs.	Îmbunătățirea eficienței ambalajelor cu 25%
	Reducerea cantităților de materiale folosite la ambalaje	Am economisit 5.000 de tone de PET (față de 2008) prin introducerea de ambalaje mai ușoare.	Economisirea a 3.500 tone de PET în 2012 (în comparație cu 2008) prin introducerea de ambalaje mai ușoare
	Creșterea reciclării post-consum a recipientelor pentru băuturi până în 2015	În 2011, ambalajele puse pe piață au fost reciclate în proporție de 57,6%.	Reciclarea post-consum a recipientelor pentru băuturi în proporție de cel puțin 60% în 2012
	Creșterea ratei de reciclare în fabricile de îmbuteliere	Gradul de reciclare atins pentru fabricile de îmbuteliere: 74,4%.	Reciclarea a peste 90% din deșeuri în toate fabricile până în 2015
	Reducerea cantității de deșeuri eliminate din fabricile de îmbuteliere la haldele de deșeuri	În 2011, cantitatea de deșeuri eliminată către haldele de deșeuri a atins 25,59%.	Reducerea cantității totale de deșeuri aruncate la haldele de deșeuri cu până la 22% în 2012

Strategie, Misiune și Valori

Privire de ansamblu asupra performanțelor și obiectivelor pentru România

Aria strategică	Direcții strategice	Progres realizat în 2011	Obiective
Sănătatea consumatorilor	Extinderea gamei de produse conform nevoilor consumatorilor	În 2011, portofoliul nostru s-a extins cu 9 noi produse.	Monitorizarea preferințelor consumatorilor și adaptarea continuă a gamei de produse
	Reducerea conținutului caloric mediu	Conținutul caloric mediu în 2011: 28,6 kcal/100ml. Băuturile cu număr redus de calorii, inclusiv apa, reprezintă 26% din volum.	Continuarea procesului de reducere a conținutului caloric mediu. Promovarea băuturilor dietetice și light volum.
	Extinderea etichetării DZR (Doza zilnică Recomandată) pe toate produsele din Uniunea Europeană	Toate produsele noastre realizate în România sunt etichetate.	Extinderea inscripționării informațiilor privind conținutul caloric pe partea frontală a recipientului importat din țările care nu fac parte din Uniunea Europeană
	Operarea tuturor fabricilor de îmbutelliere conform standardelor internaționale de management Extinderea certificărilor ISO 9001	Toate fabricile de îmbutelliere din România operează conform standardelor internaționale de management privind calitatea, mediul, sănătatea și securitatea muncii și sănătatea alimentară: ISO 9001, ISO 14001, ISO 22000, OHSAS 18001 și FSSC 22000.	Realizarea tuturor operațiunilor conform cerințelor standardelor de management
	Încurajarea activității fizice și a stării de bine în rândul părților interesate	În 2011, am mobilizat 9.100 de participanți în programe sportive.	Încurajarea activității fizice în rândul consumatorilor și dezvoltarea programelor sportive ce încurajează un stil de viață sănătos pentru comunitățile noastre
Dezvoltarea angajaților	Îmbunătățirea nivelului de implicare a angajaților noștri	Nivelul de angajament înregistrat în 2010 a indicat o creștere cu 4% față de cel din anul precedent.	Atingerea celui mai mare nivel de angajament comparativ cu celelalte țări ale Grupului Coca-Cola Hellenic
	Mentținerea unui mediu de lucru sigur și sănătos	În 2011 am înregistrat doar un incident minor și niciun accident fatal.	Continuarea îmbunătățirii performanței în materie de securitate la locul de muncă
	Extinderea programelor de dezvoltare a abilităților de conducere pentru toți managerii	Am extins programul Leadership Pipeline la toți managerii.	Integrarea modelului de Leadership Pipeline în procesele de resurse umane
	Asigurarea activităților și atitudinilor etice	Am certificat 73% dintre angajații cu acces la e-mail cu privire la Codul de Conduită în Afaceri.	Instruirea și certificarea tuturor angajaților
	Sprijinirea tuturor angajaților pentru creșterea potențialului profesional și personal	Am reușit creșterea numărului mediu de ore de training până la 26,87 ore pe an pentru fiecare angajat.	Elaborarea unor noi programe de instruire și includerea unui training de responsabilitate socială corporativă pentru toți managerii
Implicarea furnizorilor	Includerea operațiunilor furnizorilor în toate evaluările generale de performanță	61 de locații ale furnizorilor au fost auditate în 2011.	Creșterea și extinderea programului de auditare a furnizorilor
		Am elaborat un tabel de măsurare, Pilot Scorecard, pentru evaluarea strategiei de reducere a amprente de carbon a furnizorilor de ambalaje.	Îmbunătățirea și extinderea programului Pilot Scorecard la o gamă mai largă de furnizori
	Parteneriat cu furnizorii noștri pentru o creștere sustenabilă	În 2011, au fost implicați în programele noastre 1.411 furnizori.	Crearea unui nou cadru de dialog pentru a implica o gamă mai largă și un număr mai mare de furnizori în programele Coca-Cola HBC
Implicarea comunității	Sprijin activ pentru comunitățile în care activăm	Programele și inițiativele noastre au atins un nivel de contribuție de 586.925 euro și 100 din angajații noștri s-au implicat ca voluntari.	Mentținerea nivelului de implicare în 2012

Prezentarea Companiei

Coca-Cola HBC România este cea mai mare companie din industria băuturilor non-alcoolice din România și îmbuteliator francizat al Companiei Coca-Cola. Compania noastră și-a început operațiunile în România în anul 1991.

În prezent are 1.701 angajați și susține indirect până la de 9 ori mai multe locuri de muncă în lanțul valoric. Membră a Grupului Coca-Cola Hellenic, în 2011 compania Coca-Cola HBC România a înregistrat vânzări nete de 160.701.000 navete unitate.



11

Informații financiare

Informații cu privire la capitalizare se pot regăsi în bilanțul anual al companiei precum și în Raportul F20 al Coca-Cola Hellenic, la adresa www.coca-colahellenic.com.

În 2011 volumul producției a înregistrat valoarea totală de 922.139.199 litri, cu 4,2% mai mic decât în anul 2010, impactul cel mai semnificativ în comportamentul consumatorului avându-l condițiile economice, în special implementarea unor măsuri severe de austeritate la nivel național.

Produse și branduri

Producem, vindem și distribuim o gamă largă de băuturi nealcoolice, cele mai multe fiind mărci înregistrate ale Companiei Coca-Cola.

Portofoliul nostru de produse este compus din:

- mărci globale (Coca-Cola, Fanta, Sprite și Cappy)
- mărci locale (apele minerale naturale Dorna, Dorna Izvorul Alb și Poiana Negri)
- mărci brevetate de alte companii (Nestea și Schweppes)



Prezentarea Companiei



Băuturi carbonatate

Coca-Cola este cea mai populară și cea mai vândută băutură răcoritoare din istorie și de asemenea cea mai cunoscută marcă din lume.

Fanta, întotdeauna surprinzătoare, întotdeauna nouă, vine mereu în întâmpinarea gusturilor tinerilor din întreaga lume cu un număr impresionant de arome, forme și idei noi de a savura timpul petrecut împreună cu cei mai buni prieteni.

Schweppes, băutură răcoritoare carbonată un pic înțepătoare, este băutura celor care își trăiesc viața din plin, a celor care au stil și umor, a celor care știu să aprecieze un produs sofisticat.

Lansat în anul 1961, **Sprite** este liderul mondial al băuturilor răcoritoare carbogazoase cu aromă de lămâie și lime.

Băuturi necarbonatate

Cappy, prin sortimentele sale variate, oferă consumatorilor noștri ce e mai bun de la natură: plăcerea gustului de fructe și beneficiile nutriționale ale acestora.



Ceaiuri Ready to Drink

Sub umbrela brandului **Nestea** oferim consumatorilor noștri ceaiuri ready-to-drink într-o varietate de arome: Lămâie, Piersică, Fructe de Pădure, Mango și Ananas.

Cafea Ready To Drink

În 2007 am lansat prima cafea rece ready-to-drink, disponibilă în România în trei variante. Lansarea celor trei arome, **illy Caffè**, **illy Cappuccino** și **illy Latte Macchiato** a venit după semnarea unui joint venture între Coca-Cola Hellenic, The Coca-Cola Company și producătorul Italian de cafele premium, illycaffè SpA.

Băuturile energizante

Băuturile energizante, așa cum este **Burn**, conferă consumatorilor activi un plus de energie și un extra imbold pentru a duce o viață activă în timpul zilei și în timpul nopții.

Structura operațională Coca-Cola HBC România

Coca-Cola HBC România are sediul social și administrativ în Voluntari - județul Ilfov, unde se desfășoară procesele de afaceri.

Începând din 1995, compania desfășoară procese operaționale de îmbuteliere, ambalare, depozitare temporară și livrare în cele trei fabrici din Timișoara, Ploiești și Vatra Dornei - Poiana Negri.

Operațiunile de îmbuteliere din regiune realizează achiziții importante de zahăr, sticle, etichete, materiale și servicii de marketing. De asemenea, asigurăm distribuția produselor noastre pe teritoriul României prin intermediul a 14 depozite și centre de distribuție, printre care se numără și cele din București, Ploiești, Brașov, Iași și Oradea.

Fabricile de îmbuteliere

Coca-Cola HBC România operează trei fabrici de îmbuteliere în România.

Fabricile din Ploiești și Timișoara

Coca-Cola HBC România își desfășoară activitatea în fabricile din Ploiești și Timișoara începând din anul 1995. Fabrica de la Timișoara are mai multe linii de îmbuteliere pentru băuturile noastre carbonatate și necarbonatate și o linie de îmbuteliere aseptică special creată pentru ceaiurile Nestea.

Fabrica de la Ploiești este cea mai mare fabrică Coca-Cola Hellenic din România. În luna octombrie 2009, Coca-Cola Hellenic și ContourGlobal au inaugurat aici o centrală termo-electrică eficientă din punct de vedere energetic, de înaltă tehnologie, ca parte a unei inițiative ce are ca scop reducerea cu peste 20% a emisiilor anuale de CO₂ la nivelul tuturor operațiunilor Coca-Cola Hellenic. Centrala Termică și Electrică Combinată (CHP), instalată pe teritoriul fabricii noastre de la Ploiești, a fost a doua unitate funcțională în cadrul Grupului Coca-Cola Hellenic. Grupul și-a asumat responsabilitatea că până la sfârșitul anului 2020 vor fi 16 astfel de centrale ce vor opera în 12 țări, dintre care 8 țări membre ale Uniunii Europene.

Alimentată cu gaz natural, centrala CHP furnizează electricitate curată și extrem de eficientă, precum și agent termic și de răcire pentru fabrica de băuturi răcoritoare. În același timp, electricitatea suplimentară generată este transmisă în rețeaua locală, furnizând energie comunității din Ploiești. Investiția de capital în facilitățile de cogenerare de la Ploiești s-a ridicat la 15 milioane euro în 2009.

O altă caracteristică a fabricii din Ploiești este noul depozit inteligent, complet automatizat, High-Bay, primul de acest gen din România. Acest sistem preia paleți de la cele șase linii de producție prin intermediul benzilor transportoare și permite depozitarea și recuperarea stocurilor cu ajutorul a 11 macarale automatizate. Investiția de capital în acest depozit automatizat s-a ridicat la 30 milioane euro în 2009.

Fabricile de la Ploiești și Timișoara sunt responsabile de producția și distribuția băuturilor răcoritoare marca Coca-Cola în România.



Linie de producție Coca-Cola, Fabrica din Ploiești

Fabrica Poiana Negri

Fabrica Poiana Negri a intrat într-un program extensiv de investiții începând cu anul 2002, când Sistemul Coca-Cola din România a achiziționat capacitățile de producție și izvoarele de la Dorna. Acolo sunt îmbuteliate apele minerale naturale Dorna, Dorna Izvorul Alb și Poiana Negri.

Toate cele trei ape minerale sunt îmbuteliate de la sursă. Sursele de ape minerale naturale sunt situate într-un ecosistem bine protejat împotriva poluării industriale sau datorate produselor agricole chimice. Ele sunt situate în inima Carpaților Orientali, în mijlocul platoului Dorna, la aproximativ 10 kilometri de Vatra Dornei.



Linie de producție apă minerală, Fabrica Poiana Negri

Prezentarea Companiei

Centrele de distribuție

Coca-Cola HBC România deține 18 centre de distribuție. Acestea sunt situate astfel încât să acopere distribuția produselor Coca-Cola pe întreg teritoriul țării.

High-Bay, depozitul automatizat de la Ploiești, permite economii considerabile de energie și spațiu.



Structura acționariatului și forma de organizare

Cel mai mare acționar al Coca-Cola HBC România este CC BEVERAGES HOLDINGS II B.V., având sediul în Olanda.

Piețe deservite

Ne propunem să fim furnizorul preferat al clienților noștri și coordonăm inițiative comerciale pentru a sprijini peste 70.000 clienți care vând produsele noastre. Printre canalele de piață pe care activăm se numără Hypermarket, Supermarket, Cash&Carry, Discounters, Local&Traditional, Kiosk. De asemenea, suntem reprezentați și pe alte canale, precum: BTR (Bar, Terasă, Restaurant), QSR (FAST-FOOD), HORECA (Hoteluri, Restaurante, Cafenele).

Dinamica gamei de produse

Gama noastră de produse se află într-o dinamică permanentă, ținând cont de cerințele și preferințele consumatorilor, precum și de contextul economic național și internațional.

În anul 2011 am lansat o serie de noi produse și am sărbătorit împreună cu clienții noștri cei 125 de ani de istorie a Coca-Cola. Printre noutățile anului amintim:

- Fanta Exotic
- Cappy Ice Fruit
- Cappy Tempo Sour Cherry
- Nestea Orange Snowy



Impacturi, Provocări și Oportunități



15

Angajamentul nostru privind sustenabilitatea nu se oprește când produsele noastre părăsesc fabricile de îmbuteliere. De aceea, gestionăm efectele operațiunilor noastre de-a lungul întregului lanț valoric, de la furnizori până la consumatorii finali. În plus, contribuim la inițiative mai largi pentru a promova dezvoltarea durabilă în comunitățile noastre.

Gestionarea impacturilor

Categorie de impact	Aspecte și abordări	Inițiative și programe
Furnizori - 1.411 furnizori în total, din care 88% sunt furnizori naționali - Principalele materii prime (zahăr, PET, recipiente de sticlă, doze, echipamente de refrigerare)	Relația cu furnizorii Modul în care gestionăm și dezvoltăm lanțul de aprovizionare are un impact semnificativ asupra sustenabilității performanței noastre. Apa consumată în lanțul de aprovizionare în sectorul agricol are cea mai mare contribuție în amprenta totală de apă a companiei. Lucrăm împreună cu The Coca-Cola Company și industria zahărului pentru a înțelege și gestiona mai bine impactul nostru. Colaborăm cu furnizorii de echipamente de refrigerare în direcția reducerii consumului de energie. Am dezvoltat echipamente și tehnologii noi care ne-au permis să îmbunătățim ratele de consum energetic pe lanțul de distribuție. 88% din furnizorii noștri își desfășoară activitatea în interiorul granițelor țării, contribuind la dezvoltarea economică și socială.	• Norme, ghiduri și clauze de colaborare cu furnizorii incluzând cerințe legate de: sănătate și securitate, drepturile omului, mediul înconjurător, legislația națională, securitatea alimentară, bune practici de conduită. • Analiza amprente de apă (mai multe detalii în Capitolul – Grijă față de apă) • Dotarea unui număr de 12.000 de echipamente de refrigerare cu dispozitive EcoBox și cu echipamente EcoCool (mai multe detalii în Capitolul – Energia și schimbările climatice) • Program de autorizare și monitorizare a furnizorilor realizat în colaborare cu The Coca-Cola Company cu scopul de a promova aplicarea principiilor de performanță economică, de mediu și socială în cadrul operațiunilor partenerilor noștri.
Producție și angajați - 3 fabrici de îmbuteliere - 162.404.347 nave unitate - 7 depozite proprii de distribuție și alte 7 administrate - 1.701 angajați	Afacerea noastră depinde organic de disponibilitatea și puritatea resurselor de apă. De aceea, avem proiecte interne de reducere a consumului de apă și proiecte de educație privind importanța conservării resurselor de apă, adresate comunităților. Am redus consumul specific de apă per litru de băutură de la 1,91 l în 2009 la 1,86 l în 2011. Orice industrie are un efect asupra schimbărilor climatice. În colaborare cu ContourGlobal, am introdus tehnologia de a patra generație (quad generation) prin construirea unei centrale de cogenerare de electricitate și agent termic (Combined Heat and Power - CHP) în cadrul operațiunilor noastre din Ploiești. Această unitate CHP generează electricitatea, agentul termic și aerul condiționat necesare pentru fabrica noastră, contribuind în același timp la purificarea emisiilor de CO₂ la cel mai înalt grad pentru industria alimentară, astfel încât acestea să poată fi utilizate în carbonatare. Prin utilizarea tehnologiei de a patra generație, unitatea CHP emite cu 60% mai puțin CO₂ decât termocentralele tradiționale. Unitatea CHP produce electricitate în exces, care este alimentată în rețeaua națională în Ploiești. La sfârșitul lui 2011, Coca-Cola HBC România avea 1.701 angajați. 99,7% dintre angajații noștri sunt cetățeni români, angajați pe plan local. Ne-am asumat misiunea de a dezvolta talentele locale, astfel că 97,7% dintre managerii noștri sunt cetățeni români. Prin dezvoltarea unei reputații de angajator preferat, Coca-Cola HBC România își propune să atragă, să dezvolte și să rețină talentele necesare pentru a obține succesul în prezent și în viitor. În anul 2011, în cadrul Galei Premiilor de Excelență HR Club am primit următoarele distincții: - Cel mai valoros proiect de Formarea și Dezvoltarea Oamenilor pentru campania de brand de angajator „Talents on board!” - Cel mai valoros proiect de Dezvoltare Organizațională pentru Programul de Dezvoltare Accelerată.	• Rezultatele proiectelor: - 45.000 de copaci plantați; - 500 km de râu curățați; - promovarea comunităților din Delta Dunării pentru preservarea mediului natural prin programul „Salvați Dunărea și Delta”, program de advocacy în urma căruia a rezultat adoptarea planului de urbanism al Deltei și a legii care interzice pescuitul industrial al Deltei și a legii care interzice pescuitul industrial al sturionului. Această inițiativă legislativă este menită să conserve potențialul natural al Deltei Dunării, monument UNESCO. • Inaugurarea centralei de cogenerare de la Ploiești în 2009, în urma unei investiții de 15 milioane euro. • Adoptarea și transpunerea în cadrul operațiunilor a principiilor CEO Water Mandate. • Adoptarea și transpunerea în cadrul operațiunilor a principiilor UN Global Compact și a codurilor OIM cu privire la drepturile omului.

Gestionarea impacturilor

Categorie de impact	Aspecte și abordări	Inițiative și programe
Flotă și transport (număr de vehicule, tip de carburant): - 97 automobile pentru uz administrativ - 704 automobile pentru activități de vânzări - 2 vehicule din Grupa V pentru alte activități - 450 de vehicule pentru distribuție (dube) și 1.950 pentru transport (camioane)	Operațiunile noastre au un impact relativ scăzut în ceea ce privește transportul, întrucât am dezvoltat colaborări cu furnizori aflați în vecinătatea locațiilor pe care le deținem. Utilizăm vehicule în regim de leasing operațional pentru activitățile administrative și pentru vânzări și am perfectat colaborări externe pentru distribuția produselor noastre. În acest sens, în anul 2011 am dezvoltat împreună cu colaboratorii noștri programe de optimizare a rutelor folosite și de alocare a încărcăturilor pentru camioanele de distribuție. Siguranța și eficiența activităților de transport reprezintă un aspect prioritar pentru Coca-Cola HBC România. Am dezvoltat și aplicăm programul Eco and Safe Driving (Grija față de mediu începe din mașina ta) pentru toți angajații noștri conducători auto, promovând condusul responsabil și ecologic. În anul 2011 peste 800 din șoferii noștri au participat la acest program. Ca rezultat, nu am înregistrat nicio fatalitate și doar un accident minor.	• Route to Market - optimizarea proceselor și activităților executate de către echipele de vânzări. • Strategic Route Planning - aplicație dedicată eficientizării rutelor de vânzare. • Optimizarea zonelor de activitate și a rutelor agenților de vânzări. • Redefinirea cros-funcțională a rutelor pentru vânzări & distribuție pentru identificarea soluțiilor optime de servire a clienților. • Echilibrarea volumului potențial de vânzare între rutele de vânzare. • Verificarea acurateții geocodurilor clienților Coca-Cola HBC România, pentru ca agenții comerciali să poată realiza o planificare corectă a rutelor. • „Grija față de mediu începe din mașina ta”, program demarat în anul 2009 și realizat an de an. Se adresează colegilor noștri care conduc mașini din flota Coca-Cola HBC România și care, mai mult decât oricine, trebuie să conducă în siguranță și responsabil.
Vânzări - 70.000 clienți - cantități vândute 2011: 160.701.000 navele unitate - 100.000 echipamente de refrigerare	Impactul activităților din lanțul de vânzare este datorat echipamentelor de refrigerare. Consumul de energie electrică și substanțele de refrigerare folosite reprezintă principalele aspecte abordate de către strategia noastră pe termen mediu și lung. În anul 2011 dețineam 100.000 echipamente de refrigerare (răcire pentru consum), din care 12% dotate cu dispozitive de optimizare a consumului de energie cu până la 35%. Pentru rezultate cât mai bune, am eliminat complet substanțele dăunătoare stratului de ozon și am inițiat programe de educare a micilor comercianți cu privire la modul corect de depozitare, reciclare și oferi a produselor noastre.	• Monitorizarea vechimii produselor în depozite și puncte de vânzare. • Introducerea echipamentelor de refrigerare CFC (clorofluorocarbon).
Consumatori - 100 % produse în recipiente reciclabile - 57,6 % ambalaje reciclate	Siguranța și sănătatea consumatorilor noștri reprezintă o preocupare continuă. De aceea, am implementat standardele cu privire la securitatea alimentelor (ISO 22000 și FSSC 22000), am dezvoltat portofoliul de produse pentru a se potrivi oricărui fel de consumator și am implementat voluntar (înaintea apariției cerințelor legale naționale) eticheta nutrițională împreună cu alți parteneri din industria alimentară. În același timp, încurajăm implicarea tuturor în activități fizice susținute, condiție necesară unui stil de viață echilibrat. Prin aderarea României la Uniunea Europeană au fost stabilite ținte de recuperare și reciclare pentru principalele materiale folosite la ambalare. Coca-Cola HBC România este membru fondator al Eco-Rom Ambalaje, organizație destinată preluării sarcinii de recuperare și reciclare în numele acționarilor săi. În 2011 am susținut proiecte de advocacy destinate comunităților, pentru recuperarea și reciclarea ambalajelor, precum și pentru educația tinerilor în acest domeniu.	• Scăderea greutatei ambalajelor, din 2005 până în prezent, cu până la 4% pentru băuturile carbonatate și cu până la 24% pentru băuturile necarbonatate. • Înlocuirea întregii flote de ambalaje de sticlă de 250ml cu altele cu 25% mai ușoare, din 2005 până în prezent. • Certificarea în domeniul siguranței alimentare a tuturor fabricilor. • Politici de marketing și vânzare responsabilă. • Eticheta nutrițională pentru toate produsele oferite. • Bicicleta Roșie. • Adoptarea liniilor directoare ICBA, a angajamentului Uniunii Europene și a angajamentelor UNESDA la platforma Uniunii Europene.

Impacturi, Provocări și Oportunități

Gestionarea impacturilor

Categorie de impact	Aspecte și abordări	Inițiative și programe
Comunități - Zone adresate în cadrul programelor comunitare: Bazinul Dornelor, Dunărea și Delta, București - Participanți în cadrul programelor (2009-2010): 100.000 persoane	Compania noastră generează locuri de muncă indirecte în cadrul lanțului valoric, de până la 9 ori mai multe decât numărul angajaților noștri direcți. Am lansat proiecte care promovează aceste beneficii economice indirecte și livrează soluții inovatoare pentru compania noastră. Furnizăm de asemenea sprijin magazinelor și chioșcurilor independente, deoarece acestea nu au în general expertiza în afaceri și marketing specifică lanțurilor internaționale. Am dezvoltat inițiative și programe comune împreună cu comunitățile în care ne desfășurăm activitățile, adresând subiecte precum: protecția surselor de apă, educația, spiritul antreprenorial, protecția mediului, voluntariatul.	• Proiect de advocacy pentru susținerea constituirii Federației ADI-urilor. ADI-urile au obligația de a transpune în plan local Directiva UE privind Managementul Deșeurilor și Legea 132 cu privire la colectarea selectivă în instituțiile publice. • Implementarea programului pilot de colectare selectivă în două comunități, la munte și la câmpie: Poiana Negri (Suceava) și Glâmboc (Argeș). • Dezvoltarea centrului de educație Dorna Candreni și a Pădurii Pedagogice Tășuleasa Social. • Parteneriat cu Comisia Internațională pentru Protecția Fluviului Dunărea: începând cu anul 2005 sărbătorim Ziua Dunării, am lansat Cartea Dunării Albastre, manual opțional pentru clasa a VI-a, campania „Stop braconajul” și organizăm Festivalul Etno Gastronomic „D’ale Gurii Dunării”. • Ziua de Voluntariat pentru angajații noștri. • Adoptarea și transpunerea în cadrul operațiunilor a principiilor UN Global Compact cu privire la lupta împotriva corupției. • Utilizarea modelului LBG pentru raportarea programelor comunitare. • Codul de Conduită în Afaceri.

Adresarea provocărilor viitoare și trendurile sustenabilității în cadrul Coca-Cola HBC România



Lansarea oficială a Centrului de Educație Dorna Candreni.

Fiind o companie producătoare de băuturi la nivel local, activitatea noastră depinde de disponibilitatea și calitatea surselor locale de apă dulce. Începând cu 2007, fabricile noastre de imbuteliere au efectuat evaluări ample ale resurselor locale de apă, pentru a dobândi o înțelegere aprofundată a riscurilor inerente.

În colaborare cu The Coca-Cola Company realizăm evaluări privind vulnerabilitatea surselor și dezvoltăm un plan de protecție a surselor de apă (SWPP) pentru fiecare fabrică de imbuteliere. Cu ajutorul specialiștilor în hidrogeologie evaluăm vulnerabilitățile surselor de apă, identificăm posibilele riscuri în ceea ce privește calitatea și cantitatea surselor locale și sănătatea

generală a acviferului. Evaluăm de asemenea consumul nostru de apă în raport cu nevoile altor utilizatori și colaborăm cu autoritățile locale în probleme legate de apă.

Schimbările climatice prezintă riscuri semnificative pentru activitatea noastră, riscuri care merg de la costurile ridicate cu energia, la amenințări la adresa lanțului agricol de aprovizionare și la disponibilitatea apei. Prin inovație și leadership ne propunem să transformăm aceste riscuri în oportunități, economii de costuri, beneficii de reputație și avantaje competitive. Raportul Carbon Disclosure Project discută aceste riscuri și oportunități în detaliu la nivel de Grup.

În ceea ce privește actele de corupție sau comportamentul neetic, acestea sunt parte integrantă a strategiei de evaluare și minimizare a riscului operațional și raportate direct către Comitetul de Audit de către funcțiunea de Audit intern.

Considerente legate de sustenabilitate continuă să fie integrate în procesele cheie ale operațiunilor noastre. De la dezvoltarea produselor și ambalajelor la diminuarea riscurilor, de la dezvoltarea talentelor la gestionarea relațiilor cu furnizorii, obiectivul nostru este de a include aspectele sustenabilității în toate deciziile pe care le luăm.

Dezvoltarea Durabilă – element cheie al strategiei noastre

Principiile dezvoltării durabile sunt parte integrantă în strategia noastră de afaceri. Sustenabilitatea operațiunilor noastre este asigurată prin considerarea tuturor elementelor mediului în care activăm: mediul natural, social și economic. Suntem conștienți mai mult ca niciodată de cât de importante sunt utilizarea rațională a resurselor naturale, dezvoltarea de parteneriate solide cu comunitățile, oferirea unor produse sigure și sănătoase consumatorilor noștri și generarea de performanță economică solidă pentru investitori, acționari și angajați.



Abordarea strategică

Ca parte a Grupului Coca-Cola Hellenic și a Sistemului Coca-Cola, operațiunile noastre în România au beneficiat de la bun început de experiența și bunele practici dezvoltate la nivel internațional. Pornind de la direcțiile strategice globale în ceea ce privește dezvoltarea durabilă și considerând aspectele locale specifice, angajamentul nostru se bazează pe:

- Structuri de guvernare și procese de management capabile să gestioneze provocările cu care ne confruntăm;
- Conștientizarea și adresarea impacturilor relevante ale activităților noastre;
- Un cadru de îmbunătățire continuă a performanțelor bazat pe sisteme de management, pe standarde internaționale și pe dezvoltarea angajaților;
- Procese de monitorizare în timp real a modului în care performanța operațiunilor noastre corespunde cu direcțiile strategice și cerințele externe;
- Principii de conduită și etică a proceselor interne și de afaceri.

Guvernanța corporatistă și procesele de management

Managementul Coca-Cola HBC România este asigurat de o echipă de directori seniori condusă de către un Director General, care coordonează eficient luarea deciziilor în cadrul afacerii noastre. Procesele de

guvernare corporatistă sunt integrate în activitățile noastre operaționale din România prin:

- Actualizarea anuală a planurilor de afaceri ale fabricilor pe baza analizelor de risc și evaluărilor de impact aferente aspectelor economice, de mediu, sociale, de sănătate și securitate;

- Desfășurarea strategiei în domeniul dezvoltării durabile de la nivelele manageriale de grup la nivel operațional prin crearea de structuri administrative specifice.

Manageri de sustenabilitate conduc și gestionează procesele care adresează impactul operațiunilor noastre asupra mediului, societății, comunității și performanței economice;

- Includerea obiectivelor și indicatorilor specifici în domeniul responsabilității sociale și de mediu în cadrul sistemului de evaluare a performanței funcțiilor manageriale;

- Integrarea administrativă a pozițiilor de management relevante în structura Comitetului CSR format la nivel de Grup;

- Evaluarea aspectelor cu privire la corupție pe baza Codului de Etică în Afaceri și a auditurilor interne;

- Dezvoltarea de parteneriate naționale și internaționale cu parteneri din industrie și organizații active în domeniul responsabilității sociale și dezvoltării durabile.

Dezvoltarea Durabilă – element cheie al strategiei noastre

Am integrat în cadrul activităților noastre programul global de identificare, evaluare și prevenire a incidentelor și riscurilor pentru afacere, dezvoltat de către The Coca-Cola Company. În cadrul programului realizăm exerciții de evaluare și simulare semestrială pentru a ne asigura de conformitatea cu direcțiile strategice și principiile stabilite.

Proiectele finanțate prin investiții de capital reprezintă punerea în practică a planurilor de dezvoltare, de conformare sau de optimizare a activităților organizației. În planificarea și implementarea acestor proiecte considerăm principiile noastre de responsabilitate socială, economică și de mediu prin:

- Evaluarea impacturilor pe care le-ar putea genera proiectul;
- Soluții de minimizare a efectelor asupra mediului și resurselor naturale;
- Soluții de reducere a riscurilor de securitate asupra oamenilor și bunurilor;
- Analiza sustenabilității economice.

Prin intermediul procesului de „Managementul Performanței și Dezvoltare” evaluăm permanent modul în care echipele de conducere și angajații noștri contribuie și îndeplinesc criteriile de performanță stabilite în cadrul strategiilor naționale și locale. Nivelul individual de performanță realizat constituie baza pentru îmbunătățirile viitoare.

Adresarea impacturilor relevante

Activitățile companiei noastre generează impact economic, de mediu și social pe întreg lanțul valoric. Abordarea aspectelor semnificative ale acestor impacturi reprezintă angajamentul central al strategiei în domeniul dezvoltării durabile și responsabilității sociale.

În urma proceselor de evaluare, analiză și colaborare cu părțile interesate, am stabilit 7 direcții relevante în adresarea provocărilor prezente și viitoare pentru compania noastră:



Celebrăm tradițiile comunităților din Delta Dunării în cadrul festivalului „D’ale Gurii Dunării”

- Gestionarea consumului și protejarea resurselor de apă;
- Controlul consumului energetic și reducerea emisiilor;
- Reducerea impactului de mediu al ambalajelor;
- Sprijinirea și încurajarea unui stil de viață sănătos în rândul consumatorilor;
- Dezvoltarea profesională și personală a angajaților;
- Colaborarea cu furnizorii în vederea gestionării impacturilor indirecte;
- Suport și sprijin pentru dezvoltarea comunităților.

Cu ajutorul culturii noastre organizaționale bazate pe inovare, etică și responsabilitate și prin acțiuni concrete și îndrăznețe, ne propunem să transformăm provocările prezentului în oportunități ale dezvoltării noastre viitoare.



Prin “Bicicleta Roșie” ne-am propus să încurajăm un stil de viață sănătos în rândul consumatorilor noștri.

Standarde și sisteme de management

Pentru a ne fundamenta și susține programele de sustenabilitate, am construit o rețea solidă de politici și sisteme de management. Acestea ne ajută să ne transpunem angajamentul asumat în cadrul UN Global Compact în cerințe de acțiune pentru compania noastră.

Am început implementarea și certificarea conform standardelor internaționale în anul 1996, acest proces fiind desăvârșit în perioada 2001-2002. Colaborând cu organisme de certificare internaționale, am certificat activitățile fabricilor și locațiilor noastre corespunzător cerințelor sistemelor de management în domeniile:

- Calității produsului (ISO 9001);
- Managementului de mediu (ISO 14001);
- Securității și sănătății ocupaționale (OHSAS 18001);
- Securității alimentare (ISO 22000 și PAS 220).

De-a lungul celor 15 ani de aplicare a standardelor internaționale, am dezvoltat o rutină operațională privind principiile îmbunătățirii continue a tuturor aspectelor activităților noastre și am definit procese de conducere bazate pe cifre și date concrete. Evoluția implementării sistemelor de management este prezentată în detaliu în Capitolul - Sănătatea Consumatorilor.

Cultura organizațională și implicarea angajaților

Setul de valori al companiei noastre se bazează pe principiile responsabilității față de clienți și consumatori, mediu și societate, părți interesate și mediu economic. Câteva dintre valorile care ne definesc și cu care ne mândrim sunt:

- Trăim ceea ce spunem și niciodată nu ne comportăm arogant.
- Creăm valoare durabilă pentru toate părțile interesate și niciodată nu sacrificăm calitatea rezultatelor.
- Ne asumăm riscuri și învățăm din greșeli, niciodată nu renunțăm să căutăm idei noi.
- Adresăm sustenabilitatea împreună cu furnizorii și partenerii noștri, niciodată nu acționăm fără a ne gândi și la ceilalți.

Angajații noștri sunt sprijiniți să adopte și să pună în practică principiile și valorile companiei prin programele de instruire pe care le dezvoltăm și realizăm an de an. Implicarea și performanțele angajaților sunt apreciate și recompensate prin intermediul sistemului intern de „Management al Performanței și Dezvoltării”, bazat pe indicatori specifici fiecărei arii de activități din cadrul companiei. Evaluarea performanței managerilor cuprinde, pe lângă alte patru arii specifice, și indicatorii din domeniul responsabilității sociale corporatiste. Printre alte unelte interne de comunicare și dialog pe tema sustenabilității utilizăm revistele „Journey” și „Zoomzet” și un canal TV intern.

Conduita și etica în afaceri

Integritatea și standardele înalte de conduită reprezintă baza succesului nostru de până acum. De-a lungul timpului, ne-am construit reputația de partener de încredere. Am creat și aplicăm Codul de Conduită în Afaceri pentru a ajuta toți angajații să adopte valorile care fac din Coca-Cola Hellenic una dintre cele mai respectate organizații din lume: angajamentul, spiritul de echipă, responsabilitatea, oamenii, calitatea și integritatea. Codul de Conduită în Afaceri se aplică tuturor angajaților companiei, indiferent de poziția lor în cadrul structurii organizatorice.



Revista internă Zoomzet adună noutăți din toate departamentele și locațiile Coca-Cola HBC România.

Pentru noi, nimic nu este mai important decât să atingem standardele la care ne-am angajat, atât din punct de vedere al cerințelor legale, cât și din cel al politicii companiei. Codul nostru de Conduită în Afaceri se bazează pe următoarele principii:

- **Angajament** – ne depășim limitele pentru a atinge performanțe remarcabile.
- **Spirit de echipă** – ne împărtășim cele mai bune practici pentru a ne sprijini colegii în efortul lor de a atinge atât obiectivele la nivel național, cât și pe cele ale Grupului.
- **Responsabilitate** – demonstrăm colegilor responsabilitatea personală în atingerea obiectivelor stabilite.
- **Oameni** – ne concentrăm pe crearea unui mediu în care oamenii foarte competenți și motivați sunt instruiți la un nivel de excepție, ajutați să se dezvolte, respectați, supuși permanent provocărilor, recompensați, bucurându-se astfel de rezultatele obținute.
- **Calitate** – în fiecare sector al afacerii ne dedicăm în întregime calității produselor, oamenilor, serviciilor către clienți, operațiunilor realizate pe piață.
- **Integritate** – conducem afacerea într-o manieră deschisă și onestă, la cele mai înalte standarde etice.

Dezvoltarea Durabilă – element cheie al strategiei noastre

Responsabilitatea pentru administrarea Codului, investigarea încălcărilor acestuia și determinarea acțiunilor de corectare cade în sarcina Comisiei de Audit. Acesta conduce sau administrează investigații direct sau prin intermediul comitetului pe care-l desemnează și în colaborare cu Departamentul de Audit Intern sau alți angajați.

Toți angajații Coca-Cola HBC România sunt instruiți cu privire la Codul de Conduită în Afaceri și au la dispoziție diferite canale de raportare – inclusiv o linie telefonică confidențială și un sistem de e-mail.

Conformarea cu direcțiile strategice și cerințele externe

Compania și fabricile Coca-Cola HBC România funcționează în conformitate cu toate legile aplicabile, cu toate regulamentele și licențele, inclusiv acelea care reglementează controlul, transportul, depozitarea și eliminarea materialelor reglementate. Emisiile de aer, apele reziduale, deșeurile solide, deșeurile periculoase și apa de ploaie sunt de asemenea elemente cheie în cadrul procesului de conformare. Revizuim cu regularitate conformitatea noastră cu legile, regulamentele și standardele interne și externe la care am aderat voluntar sau într-un cadru reglementat.

Conformitatea și îmbunătățirea continuă fac parte integrantă din filozofia noastră de afaceri. Pe lângă auditurile interne regulate, anual au loc audituri externe realizate de către organizații independente din domenii precum mediu și calitate, juridic, economic și financiar, etică și responsabilitate.

Standarde și politici internaționale

La nivel internațional, începând cu anul 2005 Coca-Cola Hellenic participă activ în cadrul inițiativei UN Global Compact, integrând în strategia sa de afaceri cele 10 principii referitoare la:

- Drepturile omului
- Drepturile cu privire la muncă
- Mediul natural
- Corupție

În cadrul operațiunilor din România, Coca-Cola Hellenic utilizează principiile UN Global Compact și alte standarde și inițiative internaționale pentru a-și îmbunătăți performanța și pentru a-și diminua impacturile directe și indirecte. Aceste principii au fost transpuse în activitatea noastră și reprezintă baza sistemelor de management.



Domeniu	Standarde și îndrumări externe	Politici interne
General	UN Global Compact Linii directoare de raportare GRI	Codul de Conduită în Afaceri Raportarea Sustenabilității
Gestionarea durabilă a resurselor de apă	CEO Water Mandate	Politica de mediu Politica privind gestionarea durabilă a resurselor de apă Programe de protejare a surselor de apă Analiza sustenabilității resurselor de apă

Domeniu	Standarde și îndrumări externe	Politici interne
Energie și schimbări climatice	Caring for Climate Protocolul privind emisiile de gaze cu efect de seră	Politica privind schimbările climatice Politica de mediu Proiecte de reducere a cantităților de emisii de gaze cu efect de seră implementate împreună cu furnizorii
Ambalaje și reciclare	Directiva UE privind deșeurile de ambalaje	Politica privind deșeurile de ambalaje Programe de advocacy pentru promovarea și adoptarea legislației în domeniu Programe de reducere a cantității de ambalaj utilizat, împreună cu furnizorii și colaboratorii Programe de recuperare și reciclare privind ambalajele puse pe piață (cu sprijinul Eco-Rom Ambalaje)
Sănătatea consumatorilor	Linile directe ICBA Angajamentul Uniunii Europene & angajamentele UNESDA la platforma Uniunii Europene	Politica privind sănătatea și starea de bine Declarația de politică privind calitatea și siguranța alimentelor Declarația privind organismele modificate genetic Programe de promovare a unui stil de viață sănătos Marketing și vânzări responsabile
Dezvoltarea angajaților	UN Global Compact - drepturile omului, condiții de muncă, lupta împotriva corupției Declarația ONU privind drepturile universale ale omului Codurile OIM	Politica privind drepturile omului Politica privind egalitatea Politica privind sănătatea și securitatea în muncă Politica privind HIV-SIDA Politica privind siguranța flotei Programul PM&D (Dezvoltarea și Managementul Performanței) Programele interne de instruire
Implicarea furnizorilor	UN Global Compact - mediu, drepturile omului, condiții de muncă, lupta împotriva corupției	Principii directe privind furnizorii Codul de Conduită în Afaceri Audituri de secundă parte împreună cu The Coca-Cola Company
Implicarea comunității	UN Global Compact - mediu, drepturile omului, standarde de muncă Lupta împotriva corupției, modelul LBG	Politica privind drepturile omului Codul de Conduită în Afaceri Programe comunitare
Lupta împotriva corupției	Convenția ONU împotriva corupției	Codul de Conduită în Afaceri Codul de Etică Codul privind tranzacționarea acțiunilor Principii directe privind furnizorii

Angajarea Părților Interesate



Comunicarea și colaborarea cu toate părțile interesate relevante este parte integrantă a strategiei noastre în domeniul dezvoltării durabile.

Dezvoltăm parteneriate, promovăm dialogul și comunicarea, sprijinim inițiative externe și integrăm eforturi comune în vederea gestionării impactului indirect al activităților noastre.

Abordare strategică

- Integrarea sustenabilității în relațiile-cheie de afaceri prin angajare permanentă
- Formarea de parteneriate strategice sau aderarea la acestea pentru adresarea aspectelor relevante
- Mobilizarea celorlalți – conștientizare și încurajarea implicării
- Obținerea de suport din partea experților cu privire la strategia noastră de sustenabilitate

Parteneriate

Oriunde ne desfășurăm activitatea, dorim să creăm parteneriate pe termen lung cu ONG-urile, agențiile ONU, agențiile guvernamentale și alte organizații. De la conservarea cursurilor de apă la promovarea unui stil de viață sănătos, parteneriatele sunt esențiale pentru respectarea angajamentelor noastre.

- **Guvern** – lucrăm în parteneriat cu agențiile guvernamentale în domenii precum: gestionarea durabilă a resurselor de apă, recuperarea ambalajelor și programe de promovare a unui stil de viață sănătos. În plus, colaborăm cu asociațiile industriei pentru a ne aduce contribuția la elaborarea politicilor publice

privind provocările legate de dezvoltarea durabilă, pentru a ne împărtăși experiențele și pentru a propune soluții practice. Ne propunem să fim transparenți cu privire la pozițiile noastre – facem apel la acțiuni urgente în materie de schimbări climatice; promovăm un management integrat al resurselor de apă și susținem principiul responsabilității producătorului. Codul de Conduită în Afaceri guvernează interacțiunile noastre cu politicienii și autoritățile. În 2011, Coca-Cola HBC România nu a făcut nicio contribuție politică.

- **Angajați** – pe baza programului intern de evaluare a gradului de implicare și încredere a angajaților, performanța generală a crescut de la 41% în 2007 la 67% în sondajul realizat în 2010. Aceasta s-a datorat eforturilor concertate de a construi încrederea, în urma rezultatelor sondajelor anterioare. În contextul prelungirii recesiunii, am încercat să menținem locurile de muncă și să minimizăm concedierile, precum și să ne informăm în permanență angajații cu privire la evoluțiile afacerii. Voluntariatul este o parte tot mai importantă a angajamentului nostru, iar în 2011 peste 100 de angajați au participat la proiectele noastre comunitare. În 2011, la premiile anuale HR Club, Coca-Cola HBC România a fost desemnat câștigător la categoria Dezvoltare Organizațională pentru programul de brand de angajator Talents on Board!

• **Furnizori** – pentru a aborda impacturile indirecte, ne-am consolidat colaborarea cu furnizorii. Am împărtășit rezultatele studiilor privind amprenta de apă și am început discuții pentru a reduce utilizarea apei în producția de zahăr. Ne continuăm de asemenea demersurile împreună cu furnizorii pentru a dezvolta tehnologii cu emisii reduse de carbon, eficiente din punct de vedere energetic, cum ar fi echipamentele pentru răcirea băuturilor și centralele de cogenerare cu ciclu combinat. Următorul pas este evaluarea programelor furnizorilor de reducere a emisiilor de carbon. În perioada 2008-2010 am continuat să ne sprijinim furnizorii locali. În plus, solicităm audituri independente ale condițiilor de muncă în lanțul de aprovizionare, pentru a ne asigura că reglementările în vigoare sunt respectate și de furnizorii noștri.

• **Clienți** – deoarece plasăm clientul în centrul a tot ceea ce facem, colaborăm tot mai mult cu retailerii și cu alți clienți pe probleme de sustenabilitate. Sprijinim de asemenea companiile și antreprenorii în dezvoltarea unor afaceri sustenabile.

• **Consumatori** – până în prezent, cea mai mare interacțiune a noastră a fost în două domenii: sănătatea consumatorilor și reciclarea. Am răspuns cererii pentru mai multe băuturi cu conținut redus de calorii și cu profil nutrițional îmbunătățit; am derulat studii de cercetare în rândul consumatorilor și activități de educare privind etichetele nutriționale; și am dezvoltat practici responsabile de marketing care răspund preocupărilor părinților și îngrijitorilor.

Ne îndemnăm de asemenea consumatorii să recicleze dozele și sticlele de băuturi, furnizând infrastructura și educația necesare în acest sens.

• **Comunități** – am continuat să investim semnificativ în programele comunitare pe toată durata recesiunii. Ne implicăm alături de comunități, facilitând voluntariatul în rândul angajaților și al comunităților. Fabricile de imbuteliere găzduiesc vizite ale grupurilor factorilor de interes iar managerii fabricilor sunt responsabili de menținerea unui dialog cu comunitatea pe probleme de interes local.

• **Investitori** – performanța socială și de mediu face parte integrantă din implicarea noastră alături de investitori, de la prezentări itinerante până la Raportul Anual al Grupului Coca-Cola Hellenic. În 2011, revista Institutional Investor a votat Coca-Cola Hellenic drept Compania nr.1 din sectorul băuturilor din Europa pentru relațiile cu investitorii.

• **Experți** – pentru a ne fundamenta abordarea, apelăm periodic la recomandările experților în domenii specifice de sustenabilitate. Coca-Cola Hellenic este membră a mai multor grupuri de lucru în domeniul sustenabilității, inclusiv a Centrului pentru Managementul Sustenabilității Corporative al IMD.

Implicarea alături de parteneri

În calitate de membru, compania noastră inițiază și sprijină proiecte în cadrul organizațiilor în care activează, adresând sustenabilitatea dincolo de granițele organizaționale.

Organizație

Asociația Națională a Băuturilor Răcoritoare (ANBR)

Pregătirea sectorului băuturilor răcoritoare pentru concurența de pe piața europeană, prin dezvoltarea dialogului cu autoritățile române pentru întărirea cadrului legislativ.

Impunerea și menținerea unor standarde de igienă și calitate la nivel european pentru informarea corectă a consumatorilor și pentru promovarea comportamentului responsabil al membrilor asociației în chestiunea nutriției echilibrate și a ingredientelor folosite de aceștia.

Romalimenta

Federația Romalimenta reunește totalitatea patronatelor din industria alimentară, alături de mari firme procesatoare, autohtone și multinaționale. Romalimenta reprezintă vocea unitară a sectorului, cu reprezentativitate recunoscută juridic și semnatară a Contractului colectiv de muncă pe ramură.

Misiunea Romalimenta este de a promova dezvoltarea industriei alimentare în România.

Obiectivul major al federației este de a sprijini dezvoltarea rapidă a industriei alimentare în contextul pieței Uniunii Europene.

Inițiative și programe comune

Impunerea unor ținte de reciclare pentru ambalajele de tip TetraPak

Proiectul educațional „Și Eu Trăiesc Sănătos” se desfășoară pentru elevii din clasele primare. Scopul este să prevină obezitatea juvenilă în România și să încurajeze în rândul elevilor, familiilor și publicului general stilul de viață sănătos, prin: alimentație echilibrată, activități fizice zilnice și sport, combaterea stresului, acces la cultură, civism, grija față de natură. Mișcarea a reușit să angreneze până acum 41.490 de elevi din 213 școli din București și Roman, peste 100.000 de membri ai familiilor acestora și 1.500 de cadre didactice.

Inițiativa legislativă de etichetare suplimentară a alimentelor cu ajutorul unui cod de culori în funcție de posibilele efecte asupra sănătății.

Angajarea Părților Interesate

Organizație

Eco-Rom Ambalaje

Eco-Rom Ambalaje este o organizație înființată de către un grup de companii care activează în România și acționează ca o interfață pentru o misiune de interes public: protejarea mediului înconjurător prin respectarea angajamentelor privind atingerea obiectivelor de valorificare și reciclare a deșeurilor de ambalaje.

Asociația Română pentru Ambalaje și Mediu (ARAM)

Asociația Română pentru Ambalaje și Mediu își propune implementarea unui sistem integrat de management al deșeurilor de ambalaje, transparent, bazat pe costuri minime și eficient. ARAM își dorește asigurarea unui tratament nediscriminatoriu pentru toate tipurile de ambalaje și sprijinirea soluțiilor rezonabile pentru reducerea impactului ambalajelor asupra mediului.

AmCham

Camera de Comerț Americană în România (AmCham România) este o organizație non-profit și apolitică ce își propune să promoveze interesele comerciale și economice ale comunităților de afaceri locale, internaționale și americane în România. În prezent, AmCham are peste 300 de membri, majoritatea fiind antreprenori autohtoni și străini.

Inițiative și programe comune

Recuperarea și reciclarea deșeurilor de ambalaje

Proiectul de advocacy pentru inițiativa legislativă privind sistemul depozitării ambalajelor PET

Sustținerea Raportului pentru Competitivitate al Camerei de Comerț Americane - o evaluare statistică și un sumar executiv al Politicilor Economice în România. Raportul conține o colecție a principalelor arii politice care impactează mediul de afaceri din România, precum și un set de recomandări bazate pe evaluarea, analiza statistică și rezultatele unui studiu de percepție realizat cu participarea celor mai importanți CEO ai marilor companii și ai IMM-urilor din România.

Pe parcursul anului 2011 am încheiat și am continuat parteneriate strategice cu diferiți reprezentanți ai părților interesate. În acest fel am avut șansa de a răspunde nevoilor identificate printr-o implicare activă în proiectele strategice dezvoltate de către aceștia. Am utilizat propriile mecanisme de comunicare internă, studii de piață, chestionare sau infoline pentru consumatori, pentru a descoperi și a veni în întâmpinarea nevoilor acestora.

Implicarea comunităților

Coca-Cola HBC România sprijină comunitățile locale atât prin activitățile sale propriu-zise cât și prin programe speciale de investiții în comunitate. Astfel:

- Dezvoltăm programe comunitare pentru rezolvarea unor probleme de interes local;
- Încheiem parteneriate pe termen lung pentru a obține rezultate măsurabile;
- Încurajăm participarea angajaților, comunităților și a altor factori de interes;
- Sprijinim dezvoltarea societății civile prin transferul de cunoștințe și adoptarea de standarde comune cu partenerii ONG.

Cu ajutorul parteneriatelor strategice încheiate cu organizațiile non-guvernamentale din comunitățile în care operăm, am derulat numeroase programe care adresează nevoile locale. Câteva dintre acestea sunt:

Crearea unor nuclee educate, responsabile și active ale societății civile

Acest proiect amplu a început în parteneriat cu Tășuleasa Social, Salvați Dunărea și Delta și Mai Mult Verde în 2007 prin programul „Verde 003”. De-a lungul a trei ani, proiectul a „luat în custodie” cursul apei Dorna de la izvor pâna la vărsare, urmărind două dimensiuni: una educațională și de voluntariat și una practică, de ecologizare, curățare și împădurire (mai multe detalii în Capitolul – Implicarea în comunitate).



Curățare de albie de râu cu ajutorul voluntarilor și al angajaților Coca-Cola HBC România.



An de an, bicicletele roșii se pregătesc pentru turul ciclist
„Traiește activ, gândește pozitiv”

Implicarea consumatorilor

Răspundem nevoilor în schimbare ale consumatorilor, acționând asupra produselor noastre și a modului în care acestea sunt oferite, prin:

- Extinderea gamei de produse – în special băuturi cu conținut redus de calorii, profil nutrițional îmbunătățit sau 100% naturale;
- Reformularea produselor;
- Furnizarea de informații nutriționale cu vizibilitate crescută pe etichete;
- Asigurarea desfășurării activităților de vânzări și marketing cu responsabilitate;
- Colaborarea cu alți factori de interes pentru promovarea activității fizice și a unui stil de viață sănătos.

Prevenirea obezității, promovarea unui stil de viață sănătos și marketingul responsabil reprezintă direcțiile noastre strategice. Acestea necesită implicarea tuturor factorilor de interes, de la autorități guvernamentale, ONG-uri și companii la școli, familii și indivizi.

Una dintre provocările noastre este să le permitem consumatorilor să se bucure de băuturile noastre, ajutându-i în același timp să mențină o greutate sănătoasă și să ducă un stil de viață activ. Copiii reprezintă o preocupare deosebită pentru noi în această privință.

Colaborăm îndeaproape cu The Coca-Cola Company, care deține multe dintre mărcile pe care le producem. The Coca-Cola Beverage Institute for Health and Wellness (Institutul Coca-Cola pentru Sănătate și

Starea de Bine) contribuie la îmbunătățirea sistemului nostru de afaceri prin evaluarea tendințelor în materie de stare de bine și dezvoltarea de noi băuturi. Sistemul Coca-Cola sprijină de asemenea Institutul European pentru Hidratare. Acest nou organism colaborează cu oameni de știință independenți, profesioniști în sănătate și nutriție pentru a înțelege cât mai bine importanța unei hidratări adecvate.

Pentru a înțelege aportul de calorii, consumatorii trebuie să urmărească atent conținutul energetic al alimentelor și băuturilor pe care le consumă. În acest sens, Compania Coca-Cola și-a asumat în mod voluntar, printre primii producători de băuturi răcoritoare din lume, angajamentul de a inscripționa conținutul de calorii pe eticheta ambalajelor.

Fiecare 250 ml de Coca-Cola conțin:

Kcal	Zaharuri	Lipide	Acizi grași saturați	Sodiu
105	27 g	0 g	0 g	0 g
5%	29%	0%	0%	0%

% din Cantitatea zilnică estimată bazată pe o dietă de 2000 kcalorii

Consumatorii noștri își pot calcula aportul zilnic de calorii cu ajutorul informațiilor pe care le-am introdus voluntar pe etichete.

Vânzări și marketing responsabile

Realizăm promovarea și vânzarea produselor noastre într-un mod responsabil. Coca-Cola Hellenic participă la elaborarea și implementarea codurilor de practică ale industriei, printre care se numără Angajamentul Uniunii Europene privind interzicerea publicității adresate copiilor, precum și angajamentele asumate de Asociația Producătorilor de Băuturi din Europa, UNESDA. Această abordare se sprijină pe Liniile Directoare Globale privind Marketingul adresat copiilor, ale Consiliului Internațional al Asociațiilor Producătorilor de Băuturi (ICBA).

Respectăm autoritatea părinților și îngrijitorilor și nu ne adresăm prin mesajele noastre de marketing copiilor cu vârsta sub 12 ani. Am implementat aceste coduri la toate nivelurile companiei, iar verificarea respectării prevederilor acestora se realizează prin audituri independente.



Ne propunem ca în anul 2012 să reducem consumul specific de apă până la 1,78 L apă/ L băutură iar până în anul 2020 intenționăm să micșorăm acest consum cu 40%.

Două dintre realizările notabile ale Coca-Cola HBC România sunt:

- tratarea internă a apei uzate în proporție de 100%
- 0 l apă utilizată din sistemul public de distribuție a apei

Evoluția indicatorilor specifici în perioada 2009-2011

Indicator	2009	2010	2011
Consum specific (L apă/L băutură)	1,91	1,85	1,86
Consum total de apă (mii litri)	1.752	1.764	1.645
Apă uzată tratată și returnată în mediul natural (mii litri)	462	426	351
Apă uzată tratată și deversată către canalizare (mii litri)	457	451	292
Volum de producție (milioane unități navetă)	197	173	162
Consum specific (MJ/ L)	0,39	0,41	0,41



Apa este cea mai importantă resursă a companiei și reprezintă principalul ingredient al produselor noastre. Din acest motiv, dintotdeauna apa este gestionată cu responsabilitate. Compania investește în cercetarea, predicția, monitorizarea resurselor de apă la nivel regional (în jurul fabricilor producătoare), precum și la nivel multiregional, pentru a putea susține dezvoltarea durabilă.

Cererea de apă dulce se mărește odată cu creșterea și urbanizarea populației iar un management defectuos sau fragmentat a condus la diminuarea drastică și la poluarea resurselor de apă. Deoarece schimbările climatice intensifică această problemă, comunitățile și ecosistemele suferă tot mai mult din cauza lipsei de apă. Deficitul de apă și calitatea tot mai slabă a apei sunt recunoscute ca provocări strategice și pentru afacerile private.

Abordarea noastră

Strategia Coca-Cola HBC România, ca parte a Grupului Coca-Cola Hellenic, se bazează pe direcțiile strategice dezvoltate la nivel de Grup, pe situația și provocările specifice și pe angajamentul asumat în cadrul CEO Water Mandate (evaluare disponibilă online la adresa ceowatermandate.org).

Noua noastră politică în domeniul gestionării durabile a apei, elaborată în 2010, recunoaște că apa potabilă sigură și salubritatea sunt nevoi umane de bază. Deși alimentarea cu apă este în mare parte responsabilitatea autorităților, ne asigurăm că modul în care utilizăm apa nu are un impact negativ asupra apei disponibile pentru satisfacerea nevoilor de bază ale comunităților locale.

Ne concentrăm eforturile spre:

- Asigurarea sustenabilității extracției de apă;
- Reducerea consumului de apă în operațiunile noastre;
- Tratarea apei uzate în proporție de 100%;
- Colaborare cu furnizorii și alte părți interesate pentru a reduce consumul indirect de apă;
- Încheierea de parteneriate pentru protejarea cursurilor de apă locale.

Înțelegerea și adresarea riscurilor

În perioada 2009-2010, Coca-Cola HBC România a realizat studii hidrogeologice ample privind alimentarea surselor de apă multianuale precum și calitatea acestora. Studiile au arătat faptul că ne putem baza pe resurse de apă suficiente pentru dezvoltarea durabilă

cu o perspectivă de cel puțin 20 de ani. Studiile iau în calcul, printr-o abordare multianuală, mai mulți factori: climatici, pedologici, hidrologici, geologici, izotopici și chimici.

Pe baza acestor evaluări și analize, echipa de management a fiecărei fabrici elaborează un plan de abordare a provocărilor critice identificate la nivelul bazinului hidrografic. Acest plan ia în calcul aspecte precum vulnerabilitățile hidrogeologice și capacitatea de gestionare a autorităților locale. Toate fabricile noastre din România au elaborat planuri de gestionare corespunzătoare a surselor de apă.

Protecția surselor de apă se efectuează aplicând cerințele legale românești și europene în domeniu. Suntem verificați, supravegheați și auditați periodic de către organismele competente ale statului. Conform studiilor noastre, România nu se află într-o zonă cu risc a surselor de apă, existând un disponibil mai mare de 4.000 m³ apă/locuitor/an.

Toată apa pe care o extragem din locațiile noastre din Timișoara, Ploiești și Vatra Dornei este reglementată prin lege și controlată de stat. Atât înainte de construcția fabricilor, cât și după, s-au efectuat ample studii hidrologice, calitative și cantitative care ne-au asigurat potențialul hidrologic necesar în vederea desfășurării activității. Numai pe baza acestor studii, care au fost comunicate și autorităților, am primit aprobare să extragem apa în scopuri comerciale.

Eficiența în utilizarea apei

Consumul de apă din cadrul fabricilor noastre este monitorizat în timp real și reprezintă un indicator cheie de performanță a fabricilor. Ne asigurăm consumul de apă din surse proprii, prin forajele pe care le-am realizat în locațiile fiecărei fabrici. Dispunem de opt foraje în Ploiești și de patru foraje în Timișoara. Niciuna dintre fabricile noastre nu utilizează apa din rețeaua publică de alimentare.

Cantitatea de apă înglobată în produsele noastre reprezintă 56% din consumul de apă. Restul de 44% din această cantitate este utilizat în procesele tehnologice pentru lubrifierea liniilor de producție, răcirea utilajelor, clătirea anumitor recipiente, spălarea sticlelor, consum menajer.

Dacă asupra consumului de apă înglobată direct în produsele noastre nu putem interveni, am realizat îmbunătățiri tehnologice ale liniilor de producție și optimizări ale proceselor. Câteva dintre tehnologiile utilizate cu eficiență crescută în economisirea apei sunt:

- Lubrifierea uscată a înlocuit lubrifierea umedă în toate fabricile. Aceasta constă în utilizarea unor agenți de lubrifiere cu conținut redus de apă, care au înlocuit complet sistemul vechi bazat pe soluții apoase. Alte tehnologii care reduc consumul de apă constau în înlocuirea clătirii sticlelor cu soluții pe bază de apă cu alte sisteme moderne, pe bază de aer ionizat. Tehnologia de lubrifiere uscată a fost implementată începând cu anul 2005. La finele anului 2011, majoritatea liniilor din fabricile noastre utilizează lubrifierea uscată a liniilor tehnologice de imbuteliere.
- Clătirea și dezinfectarea cu aer ionizat a recipientelor de imbuteliere au înlocuit clătirea cu apă pentru o bună parte din liniile de imbuteliere din fabrici, începând cu anul 2006.
- Reutilizarea internă a apei tehnologice: apa de răcire a pompelor de vid (Ploiești, 2011), apa rezultată în urma proceselor de spălare inversă a filtrelor multimedia (soluție inițiată în anul 2010 și finalizată în 2011 pentru fabrica din Timișoara).

În România am reușit să ne situăm sub media de consum a Grupului de 2,3 L apă/L băutură, având un consum de 1,86 L apă/L băutură în anul 2011.

Tratarea apelor uzate

În toate fabricile în care operăm s-au construit stații de epurare a apei uzate. În acest fel, apa uzată rezultată din activitățile noastre este tratată în proporție de 100%. Tratarea se face până la nivelul în care se poate susține viața acvatică și astfel apa poate fi returnată direct mediului natural.

În anul 2011, 54,5% din apa uzată tratată în fabricile de la Timișoara și Vatra Dornei a fost returnată în mediul natural, restul fiind direcționat către stația locală de epurare a apei uzate.

La Timișoara și Vatra Dornei utilizăm tehnologia de tratare a apei uzate cu nămol activ în sistem continuu, iar la Ploiești se utilizează tot o tehnologie cu nămol activ, însă în sistem secvențial. Toată apa uzată este tratată până la nivelul cerut de legislația locală în vigoare.

Reducerea consumului indirect de apă

Amprenta de apă a Coca-Cola HBC România reprezintă cantitatea de apă consumată direct și indirect. Calculul amprentei de apă ia în considerare trei componente:

- Apa Albastră – apa extrasă și nereturnată în mediul natural. Aceasta se referă la apa din cadrul produselor noastre, cât și la apa subterană sau de suprafață utilizată pentru irigarea culturilor de zahăr;
- Apa Verde – apa de ploaie utilizată pentru cultivarea culturilor de zahăr;
- Apa Gri – apa poluată și netratată din cadrul operațiunilor noastre și din lanțul agricol de aprovizionare.

Pentru o înțelegere mai bună a impactului indirect cauzat de lanțul nostru agricol de aprovizionare, Sistemul Coca-Cola a realizat în anul 2011 evaluarea sustenabilității amprentei de apă a operațiunilor din Europa, alături de Comitetul European al Producătorilor de Zahăr, Universitatea Tehnologică din Viena, World Wild Fund, Rețeaua Amprentei de Apă și Denkstatt. Întregul raport este disponibil la adresa: www.thecoca-colacompany.com/dynamic/press_center/2010/09/water-footprint-report.html

Parteneriate în domeniul apei

Preocuparea pentru apă a companiei depășește granițele fizice și geografice ale operațiunilor noastre. Calitatea și disponibilitatea, conștientizarea și educația, protejarea și preservarea reprezintă ținte clare în cadrul parteneriatelor pe care le dezvoltăm.

Parteneriatul Green Danube, realizat în 2005 de Sistemul Coca-Cola și Comisia Internațională pentru Protecția Fluviului Dunărea (ICPDR), își propune ca prin sărbătorirea Zilei Dunării pe 29 iunie să atragă atenția opiniei publice asupra biodiversității și valorii culturale a Dunării. De-a lungul anilor am analizat



În fiecare an, pe 29 iunie, sărbătorim împreună Ziua Dunării.



mostre de apă din Dunăre din diverse țări, pentru a atrage atenția autorităților asupra poluării apei în țara noastră. De asemenea, am derulat diverse inițiative destinate dezvoltării comunităților din bazinul Dunării și din Delta (mai multe detalii în Capitolul - Implicarea în comunitate).

Proiectul de responsabilizare Salvează Râul Argeș a fost derulat de Asociația Salvați Dunărea și Delta în parteneriat cu Ministerul Mediului și Pădurilor, Coca-Cola Hellenic, Eco-Rom Ambalaje, Asociația Partener pentru Tine și Primăria Comunei Bascov, cu susținerea Administrației Bazinale de Apă Argeș-Vedea și a Agenției Regionale pentru Protecția Mediului Pitești.



Ecologizare și colectare selectivă prin programul pilot „Salvează Râul Argeș”.

Scopul proiectului a fost responsabilizarea autorităților și comunităților locale în privința managementului deșeurilor de pe râu și din zonele riverane Argeșului, cu accent pe colectarea selectivă a deșeurilor. Am realizat: dotarea cu 300 de pubele pentru colectare PET și metal în cătunele Glâmboc; ecologizarea unei zone pe râu și amenajarea ulterioară ca zonă de picnic; activități de educație ecologică în școli și de conștientizare în comunitate.

La pericolul reprezentat de construcțiile haotice în Delta am răspuns prin susținerea proiectului de advocacy „Avem o Delta, cum procedăm?”. Proiectul s-a soldat cu adoptarea planului de urbanism al Deltei (2007-2008), care stipulează reguli cu privire la materialele și regimul de înălțime pentru construcțiile din această zonă. Partenerii programului au fost Asociația Salvați Dunărea și Delta, reprezentanții Administrației

Rezervației Biosferei Delta Dunării, ai autorităților publice centrale, ai autorităților și comunităților locale, ai societății civile, ai comunității academice, ai institutelor de cercetare și ai mass-media.

Distrugerea biodiversității din Delta prin braconaj a fost o altă amenințare la adresa Deltei. De aceea, am susținut proiectul de advocacy prin care s-a adoptat interzicerea pescuitului industrial al sturionului în Delta.

Efectul dezastruos al despăduririlor care s-a observat ca urmare a inundațiilor repetate afectează și calitatea apei. De aceea am derulat un amplu program educațional destinat tinerilor: Verde 003. Programul s-a derulat între 2007 și 2009 și s-a finalizat printr-un exercițiu practic totalizând 45.000 de copaci plantați și 500 km de albie de râu curățată, de la Vatra Dornei până la Galați, trecând prin 9 orașe.

La Vatra Dornei, aproximativ 5% din apa pe care o extragem și o tratăm este oferită comunității locale, către locuitorii care nu au acces la sistemul de alimentare cu apă.

Apă pe care o utilizăm pentru produsele noastre sub marca Dorna, Izvorul Alb și Poiana Negri este extrasă din izvoare naturale și analizată microbiologic și bacteriologic în fiecare lună, prin colaborarea cu unul dintre cele mai renumite laboratoare de analiză din lume. Verificăm proprietățile organoleptice și raportul parametrilor pentru calciu, magneziu, duritate totală, alcalinitate totală, conductivitate, compuși organici totali, reziduu sec la 10 grade Celsius, turbiditate, pH. Ne asigurăm că oferim produse la cele mai înalte standarde de calitate și siguranță.

Colaborăm cu Institutul Național de Sănătate Publică, Direcțiile de Sănătate Publică Județene, Autoritatea Națională Sanitar-Veterinară și pentru Siguranța Alimentului, Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorului, Centrului Național pentru Încercarea și Expertizarea Produselor LAREX. Suplimentar, apelăm la serviciile laboratoarelor de analiză ale The Coca-Cola Company situate la Bruxelles, precum și la Institutul SGS Fresenius, entitate independentă și recunoscută la nivel internațional.

Respectăm toate cerințele naționale și internaționale în vigoare în domeniul apei. În anul 2011 nu am înregistrat niciun incident cu privire la nerespectarea prevederilor legale. Ca principiu fundamental, organizația noastră a respectat întotdeauna prevederile legale, evitând în acest mod eventualele penalități pe care le pot aplica autoritățile competente.



Schimbările climatice reprezintă un risc semnificativ pentru operațiunile noastre în România și în lume. Din această perspectivă, Coca-Cola Hellenic a dezvoltat o afacere cu emisii scăzute de carbon prin semnarea în anul 2010 a Comunicatului de la Cancun, care solicită liderilor lumii să își intensifice eforturile de a identifica soluții de reducere a emisiilor.

Indicator	Valori anuale		
	2009	2010	2011
Consum specific (MJ/ L)	0,39	0,41	0,41
Consum total de energie (milioane MJ)	436	403	378
Consum de carburant pentru transport (milioane litri)	1,28	1,43	1,65
Emisii evitate (mii tone CO ₂)	NA	81	60

Abordarea noastră

La nivelul grupului Coca-Cola Hellenic ne-am asumat trecerea spre o afacere cu emisii scăzute de carbon prin preluarea inițiativei de lider în acest domeniu pe piețele pe care activăm. Politica noastră în domeniul energiei și protecției climei se bazează pe următoarele direcții:

- Îmbunătățirea eficienței energetice a operațiunilor noastre

- Trecerea spre surse de energie curate
- Colaborarea cu toate părțile interesate relevante pentru a ne reduce emisiile indirecte
- Dezvoltarea și promovarea tehnologiilor cu emisii scăzute de carbon

Obiectivul esențial al acestei abordări este acela de a separa rata de creștere a consumului de energie de cea de creștere organică a afacerii.



Reducerea consumului direct de energie și a emisiilor

Fabricile noastre consumă energie în mod direct prin: îmbuteliere, încălzire și condiționare a aerului, sistemele de aer comprimat, motoare electrice, pompe, macarale, încălzire, răcire etc.

Ca forme primare de energie utilizăm energie electrică, gaz natural și combustibil lichid ușor.

Consumul energetic total (incluzând toate tipurile de energie utilizate) în anul 2011 a fost de 378 milioane MJ, ceea ce determină un raport de consum pentru fiecare litru de băutură realizată de 0,41 MJ/l.

Două dintre cele mai importante realizări în România în ceea ce privește îmbunătățirea eficienței energetice și reducerea consumului de energie sunt centrala de cogenerare de la Ploiești, inaugurată în anul 2009, și depozitul complet automatizat High-Bay.



Cu ajutorul Centralei electrice de cogenerare (CHP), producem energia necesară operațiunilor noastre de producție de la Ploiești.

Centrala Electrică de Cogenerare (CHP) este prima dintre cele 15 care au fost planificate pentru construcție în 12 țări ale Grupului Coca-Cola Hellenic. Aceasta face parte dintr-o inițiativă a Grupului de a crește eficiența operațiunilor noastre și de a proteja mediul înconjurător prin diminuarea emisiilor de carbon cu cel puțin 20% în cadrul operațiunilor noastre din întreaga lume. Folosind ca sursă de energie gazul natural, centrala CHP furnizează destulă electricitate, apă rece, apă caldă și căldură pentru întregul proces de îmbuteliere. Surplusul de energie electrică este transmis către rețeaua municipală de electricitate a orașului. Centrala de cogenerare a fost dată în folosință în anul 2009 și a îmbunătățit vizibil randamentul de utilizare a sursei de energie primare, gazul metan.

Sistemul avansat de depozitare High-Bay este primul de acest gen din România. High-Bay ne permite transportul paleților de pe toate cele șase linii de producție prin conveioare către depozit, folosind unsprezece macarale automatizate. Această investiție ne-a permis să ne mărim eficiența operațiunilor.



CHP are rolul de a diminua emisiile de carbon.

Procesele de producție și cele suport sunt supuse anual auditurilor și programelor de eficiență energetică și îmbunătățirilor tehnologice. În anul 2011 am realizat câte un audit energetic pentru fiecare fabrică din România, condus de o companie independentă.

Flota și transportul

Utilizăm vehicule în regim de leasing operațional pentru activitățile administrative și vânzări și am dezvoltat colaborări externe pentru distribuția produselor noastre.

În 2011, Coca-Cola HBC România utilizează prin intermediul contractorilor 1.950 de camioane și 450 de autoutilitare de expediții și livrări, avea închiriate 97 de mașini pentru management și 704 vehicule de vânzări și de altă natură, cu un consum total de carburant de aproximativ 1,65 milioane de litri.

Politica noastră în ceea ce privește flota se bazează pe utilizarea mașinilor de mic litraj, cu motoare care funcționează pe bază de motorină. 99,5% dintre autovehiculele noastre funcționează utilizând motorină. Siguranța și eficiența activităților de transport reprezintă un aspect prioritar pentru Coca-Cola HBC România. Am dezvoltat și aplicăm programul „Eco and Safe Driving” („Grija față de mediu începe din mașina ta”) pentru toți angajații noștri conducători auto, promovând condusul responsabil și ecologic. Siguranța rutieră reprezintă o preocupare deosebită pentru noi. În 2011 nu am înregistrat niciun accident rutier fatal.



Am dezvoltat parteneriate strategice și programe care să minimizeze impactul transportului asupra mediului.

Prin intermediul programului de condus preventiv și ecologic (Eco and Safe Driving) și al altor inițiative, am redus numărul de accidente și am evitat emisia a cel puțin 60 de tone de CO₂ din 2010 până în prezent.

Tot pentru a reduce emisiile de CO₂, în 2011 am dezvoltat împreună cu colaboratorii noștri programe de optimizare a rutelor folosite și de alocare a încărcăturilor pentru camioanele de distribuție:

- Route to Market - optimizarea zonelor de activitate și a rutelor agenților de vânzări;
- Strategic Route Planning - aplicație dedicată eficientizării rutelor de vânzare;
- Rerutare cros-funcțională (vânzări și distribuție) pentru identificarea soluțiilor optime de servire a clienților - distribuirea volumului potențial de vânzare între rutele de vânzare;
- Verificarea acurateții geocodurilor clienților; planificarea corectă a rutelor de către agenții comerciali.

Pentru anul 2012 am demarat planificarea mai multor proiecte menite să crească eficiența livrărilor și scăderea consumului de combustibil prin soluții de optimizare a rutelor:

- Optimizarea rutelor agenților de vânzări luând în calcul parametrii rutelor posibile;
- Corectarea intervalelor de livrare către clienți - reducerea numărului de kilometri prin planificarea rutelor pe baza informațiilor corecte;
- Mobil Eye - dispozitiv instalat pe autovehicul, format dintr-o cameră captatoare, un dispozitiv de afișaj și un GPS. Mobil Eye este un sistem de monitorizare a traficului și procesează informația video (strada, proximitatea străzii) în mod dinamic, analizează câmpul vizual și recunoaște obiectele relevante, generând avertizări audio-vizuale în timp real pentru conducătorul auto, de tipul: „Avertizare coliziune frontală”, „Depășirea benzilor de circulație”, „Monitorizare distanță în trafic”, „Avertizare coliziune pietoni”.

IT Verde

Suntem conștienți de importanța modului în care abordăm și utilizăm tehnologia. În acest domeniu dezvoltăm criterii pentru achizițiile de echipamente noi și colaborăm cu furnizori preocupați de eficiența energetică a echipamentelor pe care aceștia le produc.

La nivel de Grup, Coca-Cola Hellenic a dezvoltat o politică prin care să comunice cât de important este să utilizăm corect opțiunile de management al consumului de energie electrică ale echipamentelor și computerelor și să implementăm soluții tehnice care să permită oprirea automată a echipamentelor după terminarea orelor de lucru.

Reducerea emisiilor indirecte

Aproximativ o treime din totalul emisiilor noastre la nivel global este reprezentată de emisiile generate de consumul de energie al echipamentelor frigorifice utilizate pentru răcirea băuturilor înainte de vânzare.

Coca-Cola HBC România deține un număr de 100.000 de echipamente de răcire. Pentru a reduce consumul energetic al echipamentelor de răcire și implicit emisiile de carbon aferente acestuia, încă din anul 2011 am luat o serie de măsuri în vederea înlocuirii totale a echipamentelor și realizării de îmbunătățiri tehnologice pentru echipamentele existente.

Până în prezent, am achiziționat un număr de 4.340 de echipamente noi din gama **Ecocool** care funcționează pe bază de agent frigorific natural Hydrocarbon (HC – R290 & R600), urmând ca în 2012 să achiziționăm un număr de încă 1.470 de astfel de echipamente. Printre beneficiile noilor echipamente se numără:

- Reducerea efectului de încălzire globală prin utilizarea de agenți de refrigerare cu impact scăzut asupra stratului de ozon;
 - Consum de energie redus în comparație cu vechile echipamente;
 - 100% reciclabilitate după încheierea ciclului de viață.
- Până la sfârșitul anului 2011, am dotat 12.000 (12% din total) de echipamente de refrigerare cu o nouă unitate de control **Eco Box**. Printre caracteristicile acestui dispozitiv putem menționa:
- Îmbunătățirea controlului temperaturii, înlocuind dispozitivele mecanice;
 - Trecerea automată în stand-by când ușile echipamentului sunt deschise;
 - Creșterea duratei de viață a componentelor prin scăderea timpilor de funcționare;
 - Oprirea automată a ventilatoarelor la deschiderea ușii, prevenind eliberarea de aer rece spre exterior, astfel reducând durata de re-răcire a compartimentului.

De la lansarea programului IT Verde în România, am economisit 19 tone de CO₂ și am înregistrat o creștere cu 12% a eficienței energetice pentru calculatoare.

Prin intermediul acestor dispozitive, consumul de energie este redus în medie cu 30,5% pentru fiecare echipament de refrigerare.

Ambalajul reprezintă un element esențial în păstrarea calității și siguranței produselor noastre pe parcursul proceselor de îmbuteliere, transport, depozitare și consum. Acesta are însă un impact asupra mediului, impact pe care îl adresăm în toate etapele ciclului de viață, de la producția de ambalaje până la utilizarea și eliminarea finală.



Valori anuale ale indicatorilor cheie

Indicator	2009	2010	2011	2012
Cantitate specifică deșeu (g / L)	8,07	6,63	5,29	4,84
Grad de reciclare a deșeurilor solide din fabrici (%)	77,9%	78,2%	74,4%	78%
Deșeu menajer eliminat către deponeu (tone)	22,1	21,8	25,6	22

Abordare strategică

- Reducerea cantității de materiale și energie utilizate în fabricarea ambalajelor noastre;
- Utilizarea materialelor reciclate sau regenerabile pentru înlocuirea materialelor neregenerabile;
- Promovarea recuperării și reciclării ambalajelor: colaborare cu alți parteneri pentru a consolida infrastructura și participarea consumatorilor.

Reducerea cantităților de ambalaje folosite

Reducerea cantității de material utilizat în procesele de producție a ambalajelor reprezintă modalitatea cea mai semnificativă de a diminua impactul ambalajelor. Prin reducerea conținutului de materiale al ambalajelor noastre, diminuăm emisiile de carbon ale proceselor de fabricație, precum și emisiile generate de fazele de transport și reciclare ulterioare.

Evoluția greutății ambalajului pentru produsele din gama Dorna în perioada 2008-2011

Greutate netă (g/recipient)			Reducere în greutate	Ținte	
	2008	2009-2011	2008-2011	2012	2020
0,5 L carbonată	20	18,5	7,5%	16,8 (9%)	9%
0,5 L plată	20	18,5	7,5%	14 (24%)	9%
1,5 L carbonată	40	38,5	3,6%	37 (4%)	9%
1,5 L plată	40	38,5	3,6%	37 (4%)	9%
2,0 L carbonată	48	48	0%	46 (4%)	9%
2,0 L plată	48	44	8,4%	37 (16%)	9%

Evoluția greutății ambalajului pentru produsele din gama Coca-Cola în perioada 2008-2011

Greutate netă (g/recipient)			Reducere în greutate	Ținte	
	2008	2009-2011	2008-2011	2012	2020
0,5 L SSD	24	20,7	13,7%	20,7 (0%)	16,8 (9%)
1,0 L SSD	40	38,5	3,7%	37 (4%)	14 (24%)
1,5 L SSD	46,5	44	5,3%	43,7 (1%)	37 (4%)
2,0 L SSD	48	48	0%	46,7 (3%)	37 (4%)
2,5 L SSD	52	48	7,7%	46,7 (3%)	47 (4%)

Sticle PET mai ușoare

În 2011 am stabilit noi repere pentru sticlele PET. În prezent, sticlele de 500 ml pentru apă cântăresc în medie 18,5 grame, cu 7,5% mai puțin decât în 2008, în timp ce sticlele de 500 ml pentru băuturile carbogazoase sunt cu 13,7% mai ușoare.

Realizăm reducerea cantităților de ambalaj folosite și prin:

- Reducerea înălțimii capacelor;
- Reducerea greutății recipientelor din sticlă;
- Reducerea greutății dozelor și cutiilor de carton;
- Reducerea cantităților de ambalaj secundar.

Utilizarea materialelor reciclate sau regenerabile

În 2011, Coca-Cola Hellenic a lansat PlantBottle, sticla PET dezvoltată de The Coca-Cola Company, care a primit numeroase premii. Până la 30% din plasticul din acest ambalaj este obținut din deșeuri vegetale regenerabile.



BEA



RĂSUCEȘTE



RECICLEAZĂ

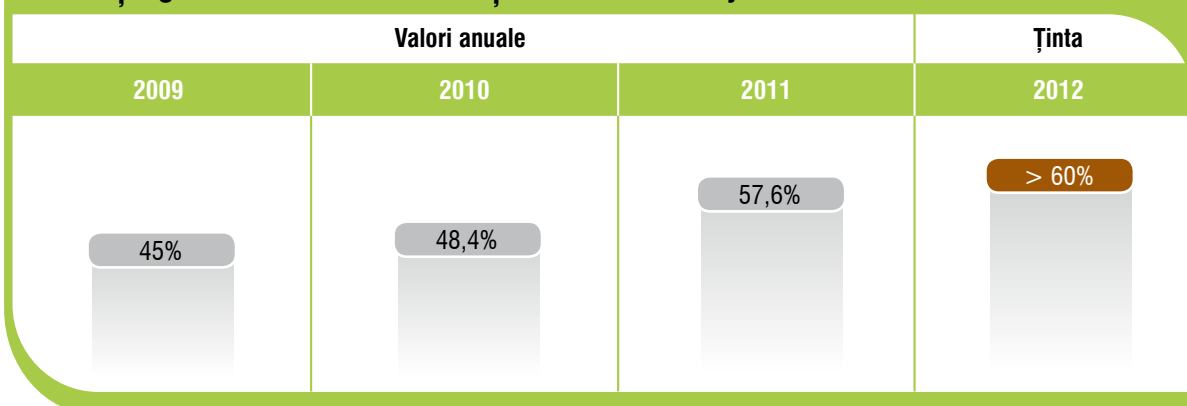
Sticla are o amprentă de carbon mai redusă decât PET-ul tradițional, însă respectă aceleași standarde de performanță și este în totalitate reciclabilă.

Reciclare și reutilizare

Suținem colectarea selectivă ca singura soluție viabilă pentru îndeplinirea Țintelor de valorificare și reciclare pe care România și le-a asumat prin aderarea la Uniunea Europeană. Coca-Cola HBC România este membru fondator al Eco-Rom Ambalaje, o organizație similară celor din statele membre în Uniunea Europeană, afiliate la sistemul „Punctul Verde”. Eco-Rom Ambalaje



Evoluția gradului de reciclare a deșeurilor de ambalaje



are ca scop valorificarea și reciclarea ambalajelor și deșeurilor din ambalaje și este membru în Asociația Română pentru Ambalaje și Mediu.

Toate tipurile de recipiente pe care le folosim pentru ambalarea produselor noastre sunt reciclabile. În cadrul operațiunilor din fabricile noastre, ne-am propus să ajungem la o rată de reciclare de 90% până în anul 2015. În anul 2011 am reciclat 74% din deșeurile generate în cadrul fabricilor.

Am reușit să creștem gradul de reciclare a deșeurilor de ambalaje de la 45% în anul 2009 la 57,6% în anul 2011 și ne propunem depășirea pragului de 60% în anul 2012.

Susținerea și promovarea reciclării

În cadrul eforturilor noastre de a promova principiile colectării selective și reciclării, am inițiat împreună cu partenerii noștri o serie de programe și proiecte la nivel național sau comunitar.

- Începând cu 2009 am inițiat în parteneriat cu Asociația Green Revolution un proiect de advocacy destinat implementării obligativității colectării selective în instituțiile publice. Acesta a avut ca rezultat promulgarea Legii 132/2010, numită **Legea 132/2010 - Instituțiile publice colectează selectiv**. A urmat în 2011 campania de implementare a Legii de către Comisia pentru Administrație Publică, Amenajarea Teritoriului și Echilibru Ecologic din Camera Deputaților, Asociația Green Revolution, Garda Națională de Mediu, Asociația Națională pentru Protecția Mediului, Eco-Rom Ambalaje și Asociația Green Area. În urma campaniei, 1.060 de instituții colectau selectiv; printre acestea se numără 8 ministere și Administrația Prezidențială.



Instituțiile publice colectează selectiv prin Legea 132/2010.

- În 2009, alături de Comisia pentru Administrație Publică, Amenajarea Teritoriului și Echilibru Ecologic și de Asociația Salvați Dunărea și Delta, am inițiat colectarea selectivă în Camera Deputaților. Proiectul s-a realizat cu sprijinul Eco-Rom Ambalaje și al URBAN SA și a constat în amplasarea de coșuri destinate colectării selective a deșeurilor și într-o campanie de informare a angajaților Camerei Deputaților.

- Programul FADI & Waste Management Council**, început în 2011, este încă în derulare, propunându-și dezvoltarea unei Federații a Asociațiilor de Dezvoltare Intercomunitară (ADI), organisme create pentru a transpune în plan local Directiva Europeană de Management al Deșeurilor, ca principal actor în gestionarea deșeurilor la nivel județean.



Ne propunem să ne sprijinim consumatorii în preocupările lor de a adopta și menține un stil de viață activ, bazat pe o alimentație sănătoasă și pe activități fizice regulate.

Direcțiile strategice

Sprijinim în mod activ acel stil de viață care contrabalansează consumul prin activități fizice. Pentru aceasta, respectăm următoarele principii:

- Extinderea gamei de produse – în special cu băuturi cu conținut redus de calorii, profil nutrițional îmbunătățit sau 100% naturale;
- Furnizarea de informații nutriționale cu vizibilitate crescută pe etichete;
- Asigurarea desfășurării activităților de vânzări și marketing cu responsabilitate;
- Colaborarea cu părțile interesate pentru promovarea activității fizice și a unui stil de viață sănătos.

Gama de produse

Gama noastră tot mai extinsă de produse include ape, sucuri și băuturi pe bază de suc, ceai, cafele gata preparate, băuturi energizante, precum și băuturi răcoritoare carbogazoase. Reducem conținutul de calorii al multor băuturi, folosind ingrediente naturale și adăugând beneficii pentru sănătate.

Zahărul contribuie la aportul energetic, sub formă de calorii – dar dacă se consumă mai multe calorii decât

sunt arse prin activitate fizică, aceasta poate duce la exces ponderal. Pentru a-i ajuta pe consumatori să se bucure de băuturile carbogazoase, dar să aibă grijă de greutatea lor, oferim opțiuni cu un conținut redus de calorii, precum Coca-Cola Zero.

În plus, ambalajele de dimensiuni mai mici îi ajută pe consumatori să își controleze aportul de calorii. În România, băuturile noastre sunt disponibile în sticle mici de 250 ml și doze de 250 ml – în plus față de sticlele de 330 ml.

Informații nutriționale

Pentru a înțelege aportul de calorii, consumatorii trebuie să poată vedea clar conținutul energetic al alimentelor și băuturilor pe care le consumă. În acest sens, The Coca-Cola Company și-a asumat pentru prima dată în industrie angajamentul de a inscripționa conținutul de calorii pe eticheta ambalajelor sale.

Marketing și vânzări responsabile

Pentru a ne promova și vinde produsele într-un mod responsabil, Coca-Cola HBC România participă la elaborarea și implementarea codurilor de practică



ale industriei. Acestea includ Angajamentul Uniunii Europene privind interzicerea publicității adresate copiilor cu vârste sub 12 ani, precum și angajamentele asumate de Asociația Producătorilor de Băuturi din Europa, UNESDA.

Principiul director al acestor coduri este același: respectăm autoritatea părinților și îngrijitorilor și nu ne adresăm prin mesajele noastre de marketing copiilor cu vârsta sub 12 ani. Anterior, nu derulam operațiuni de comunicare de marketing către o audiență compusă din copii sub 12 ani în proporție mai mare de 50%. În 2010, în consultare cu UNESDA am făcut această definiție mai strictă, astfel încât în prezent nu comunicăm către o audiență care are în componență copii sub 12 ani în proporție mai mare de 30%. În 2010, angajamentele UNESDA au fost extinse pentru a include comunicările de marketing digitale, deoarece noile tehnologii permit implementarea unor instrumente concrete și verificabile de asigurare a conformității.

Promovarea unui stil de viață sănătos

În 2011, Sistemul Coca-Cola a continuat angajamentul său de promovare și susținere a stilului de viață activ în rândul consumatorilor și al publicului larg, printr-o serie de evenimente și activități sportive. O componentă importantă a tuturor inițiativelor de promovare a stilului de viață activ o reprezintă implicarea angajaților noștri, compania noastră achitând integral costurile și taxele de participare ale acestora în competiții. Astfel, în 2011, 30 dintre ei au răspuns pozitiv apelului de a participa la competiții sportive precum maraton, triatlon, cros, concursuri de ciclism sau tenis de masă.

Câteva dintre proiectele în care am participat activ:

- Bicicleta Roșie - un proiect al Sistemului Coca-Cola, realizat în parteneriat cu Asociația Green Revolution, Primăria Municipiului București și Federația Română de



Câștigătorii bicicletelor roșii pedalează alături de amatori de ciclism în jurul Parcului Izvor.

Ciclism și Triatlon, s-a desfășurat la începutul lunii iulie 2011 în București. Proiectul face parte din programul „Capitala crește verde” și are ca scop promovarea unui stil de viață activ și echilibrat. În cadrul campaniei „Bicicleta Roșie”, iubitorilor de mișcare le-au fost oferite 300 de biciclete și căști de protecție. Câștigătorii concursului, împreună cu alți iubitori ai mersului pe bicicletă, au fost invitați la Turul ciclist „Bicicleta Roșie” în jurul Palatului Parlamentului, cu pornire din Parcul Izvor.



Ne implicăm în activități sportive de caritate, pentru a încuraja sportul și voluntariatul.

- Maratonul Internațional București: în 2011, nouă dintre colegii noștri au luat parte la eveniment. Ei au îmbinat mișcarea, spiritul de echipă și voluntariatul într-un



Încurajăm un stil de viață activ și susținem angajații care iau parte la competiții sportive.

mod creativ, alergând alături de celebrul tenisman Victor Hănescu în echipa Hospice Casa Speranței. Astfel, contribuim la strângerea de fonduri pentru ca fundația să ofere servicii gratuite de îngrijire paliativă în județul Brașov și în București, pentru copiii suferind de cancer, leucemie, distrofii neuro-musculare, malformații congenitale, dar și pentru adulți cu boli oncologice.

- Crosul Caritabil Aripa Deschise: 13 dintre colegii noștri au alergat în Parcul Alexandru Ioan Cuza din București la probele de cros de 3 km și 9,3 km.

Obiectivul acestui cros a fost de a strânge suma de 20.000 euro, în vederea achiziționării a trei monitoare vitale ce evaluează pulsul, tensiunea, saturația de oxigen și determină EKG-ul în timpi reali, precum și a trei sisteme de oxigen pentru Secția de Pediatrie a Institutului Clinic Fundeni.

- De asemenea, angajații noștri au reprezentat cu succes compania noastră în alte competiții precum Triathlon Challenge Mamaia, participând la cele trei probe de înot, ciclism și alergare sau I Velo Day, primul pentatlon dedicat bicicliștilor.

În 2011, peste 9.000 de oameni au participat activ la programele noastre sportive și de activitate fizică.

Calitatea și securitatea produselor

Coca-Cola HBC România oferă clienților săi produse la cele mai înalte standarde de calitate și siguranță. Ne asigurăm că respectăm zi de zi această promisiune, utilizând cele mai noi tehnologii de producție, aplicând standardele internaționale, realizând analize și verificări amănunțite ale tuturor ingredientelor care intră în componența produselor noastre.

Toate fabricile din România sunt certificate conform standardelor internaționale de calitate, mediu, managementul sănătății și siguranței și securității alimentare (ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001, ISO FSSC 22000, PAS 220). Performanțele în implementarea și îmbunătățirea sistemelor noastre de management sunt validate de către organisme de certificare internaționale.

De asemenea, procesele la nivelul sediului central au fost certificate conform cerințelor sistemului de management al calității începând din ianuarie 2006.

Fiecare lot de produse și materii prime este supus unor analize interne în cadrul cărora monitorizăm:

- Apa: parametri fizico-chimici și microbiologici ai apei brute, ai apei din fluxul procesului tehnologic de tratare, precum și ai apei tratate final. O parte din aceste analize se efectuează în laboratoarele proprii iar o altă parte în laboratoarele noastre de la Bruxelles și de la SGS Fresenius Institute din Germania.

- Zahărul: zahărul și fructoza se evaluează la fiecare recepție și în același timp analize ample sunt efectuate de către producătorii acestor materii prime asupra principalilor parametri fizico-chimici, organoleptici și microbiologici.

- Dioxidul de carbon: este analizat cu mare atenție pentru a se demonstra puritatea acestuia și conformitatea cu standardele alimentare europene și românești.

- Produsele finite: se testează de asemenea din punct de vedere al parametrilor organoleptici, fizico-chimici și microbiologici pentru fiecare lot de produs.

În afara determinărilor interne, la un laborator independent de îmbuteliator se execută și determinări ale produselor recoltate din piață de către The Coca-Cola Company, date cu care se validează rezultatele obținute în laboratoarele fabricilor. În acest fel, consumatorii noștri vor primi întotdeauna un produs de cea mai bună calitate și la cel mai înalt nivel de siguranță alimentară.

Tip certificare	Locații			
	Timișoara	Dorna	Ploiești	Sediul central București
ISO 9001	August 2002	Iulie 2006	Mai 2002	Ianuarie 2006
ISO 14001	Martie 2004	Martie 2007	Ianuarie 2004	
OHSAS 18001	Mai 2009	Ianuarie 2011	Februarie 2007	
ISO 22000	Mai 2007	Martie 2008	Aprilie 2008	
FSSC 22000	Septembrie 2011	August 2011	Iulie 2011	
PAS 220	Septembrie 2001	August 2001	Iulie 2011	

La Coca-Cola HBC România angajații se află în centrul valorilor noastre.

- **Recunoaștem și răsplătim performanța**
- **Creăm un mediu de lucru sigur, pozitiv și plăcut**
- **Ne concentrăm pe dezvoltarea angajaților noștri și asigurăm oportunități de creștere profesională și personală**



La sfârșitul lui 2011, Coca-Cola HBC România avea 1.701 angajați. Ne-am angajat să dezvoltăm talentele locale, astfel că aproape 99% din angajații și 97% dintre managerii noștri sunt cetățeni români. Prin dezvoltarea unei reputații de angajator preferat, ne propunem să atragem, să dezvoltăm și să reținem talentele necesare pentru a obține succesul în prezent și în viitor.

Participarea angajaților

Comunicarea și implicarea reprezintă elementele esențiale dezvoltate în cadrul familiei Coca-Cola din România. Informarea tuturor angajaților referitor la organizarea și funcționarea companiei este o prioritate pentru Coca-Cola HBC România. Avem o forță de muncă diversă, extinsă în 49 de locații din întreaga țară, din departamente și funcții diferite, cu nevoi și preferințe de comunicare variate. Corespunzător, în rutinele de comunicare organizațională avem în vedere să atingem nevoile tuturor angajaților, împărțindu-i în:

- Manageri de linie
- Angajați cu acces la e-mail
- Vânzări
- Angajați din fabrici și depozite

Printre rutinele de comunicare se numără:

- Teambriefing-uri trimestriale
- Întâlniri bianuale ale liderilor din Top 100
- Newsletter lunar
- E-mail
- Revista internă trimestrială

Nu ne limităm doar să comunicăm către angajați, ci suntem interesați de părerile, propunerile, viziunile lor și de gradul de implicare. Pentru aceasta realizăm la fiecare 2 ani evaluarea modului în care angajații percep compania și acțiunile sale.

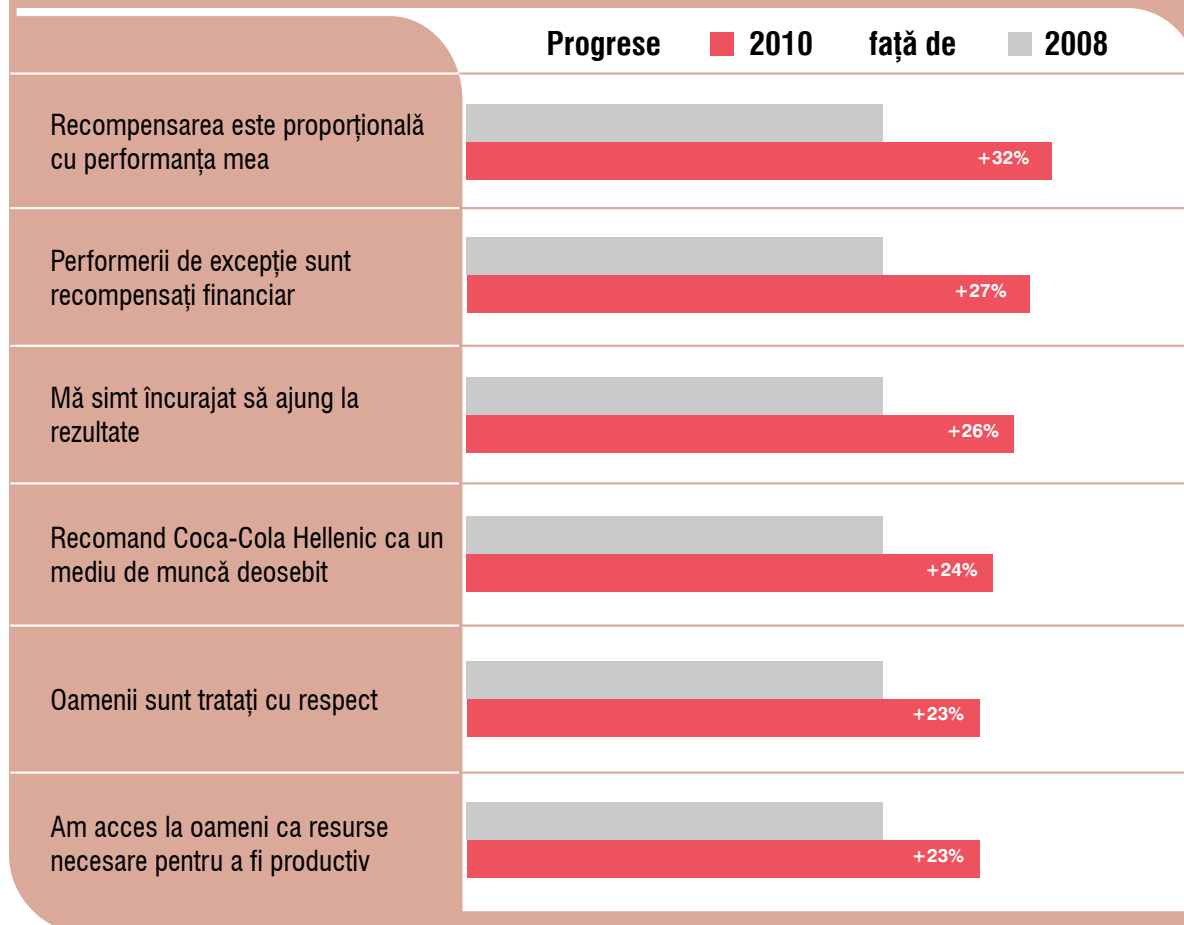
Pentru a fi considerat ca fiind implicat, un angajat trebuie să răspundă pozitiv în cadrul următoarelor 3 arii esențiale:

- Reținere: „Nu aș părăsi Coca-Cola HBC cu ușurință.”
- Susținere: „Recomand Coca-Cola HBC ca un loc de muncă bun.”
- Efort: „A face parte din Coca-Cola HBC mă motivează să realizez mai mult decât îmi este cerut.”

Pe baza răspunsurilor în cadrul celor trei arii, am evaluat gradul de implicare al angajaților noștri, astfel:

Dezvoltarea Angajaților

Rezultate evaluare – studiu de implicare 2010, 81% rata de participare



Comparativ cu toate celelalte companii din cadrul Grupului, gradul de implicare a angajaților Coca-Cola HBC România a crescut și se află deasupra mediei Grupului.

Un loc de muncă sănătos și sigur

Programul de securitate la locul de muncă este coordonat de Comitetul Operațional (OpCo) și are ca scop rezolvarea problemelor sistemice, precum și clădirea unei culturi de top în materie de securitate la locul de muncă. Securitatea este acum pe agenda fiecărei reuniuni a Comitetului Operațional; de asemenea, este integrată în fișele posturilor și în obiectivele de performanță, dar și în planurile de afaceri și bugete.

În anul 2011 am înregistrat doar un accident cu rănire ușoară care a necesitat mai mult de 1 zi de repaus medical și niciun accident fatal.

Promovăm un stil de viață sănătos și activ în rândul angajaților noștri. Programele de prevenire includ monitorizarea colesterolului și tensiunii arteriale,

vaccinuri antigripale, screening pentru diabet și cancer, consultații medicale la locul de muncă și pachete medicale pentru toți angajații noștri și membrii familiilor acestora. Acestea sunt acordate gratuit.

Dezvoltare personală

Suntem hotărâți să ne ajutăm angajații să își atingă potențialul, prin oferirea de oportunități de formare profesională și dezvoltare. O altă provocare majoră este de a crea un rezervor de viitori lideri talentați (Leadership Pipeline) pentru compania noastră.

Am stabilit 7 arii cheie de performanță a echipei noastre de management. Pe lângă domeniile referitoare la performanța economică și management, suntem interesați să dezvoltăm competențe în ceea ce privește relaționarea, inovarea și responsabilitatea socială corporatistă.

Procesul de dezvoltare continuă a viitorilor lideri este aplicat și în România prin intermediul Forumului Anual de Dezvoltare a Angajaților, în cadrul căruia fiecare angajat, de la poziția de Lider de echipă în sus,



sunt raportate Comitetului de Audit al Consiliului de Administrație. Suntem hotărâți să protejăm angajații care transmit sesizări cu bună credință împotriva măsurilor represive.

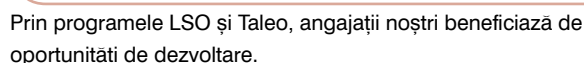
**În 2011 nu au existat încălcări ale
politicii privind drepturile omului sau ale
legislației aplicabile în domeniu.**

Aprecierea performanței

- Performanță incompletă
- Performanță completă
- Performanță excepțională

84% din angajații noștri se încadrează în ultimele două categorii ale evaluării de rating de performanță: Performanța completă și Performanța excepțională.

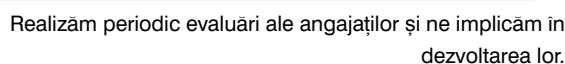
Implicarea în dezvoltarea și îmbunătățirea continuă a angajaților în cadrul companiei a fost recunoscută și extern prin diversele premii pe care le-am obținut. Mai multe detalii cu privire la acestea în Capitolul - Premii și recunoașteri.



Standardele internaționale privind protecția muncii și drepturile omului stau la baza angajamentului nostru de a oferi un loc de muncă echitabil. Codul de Conduită în Afaceri descrie abordarea noastră de toleranță zero pentru corupție.

Politica noastră interzice în mod clar exploatarea copiilor prin muncă iar în cadrul procedurilor de recrutare se verifică vârsta legală de muncă a viitorilor angajați.

Există diferite mecanisme de raportare, precum linia telefonică confidențială și adresa de e-mail unde angajații pot să transmită sesizări. Toate sesizările sunt investigate la nivelul corespunzător iar rezultatele



Dezvoltarea Angajaților

Dezvoltarea angajaților	2009	2010	2011
Număr total de angajați	1.998	1.792	1.701
Media numărului de ore de instruire per angajat	32,83	27,70	26,87
Drepturile omului			
Numărul încălcărilor drepturilor omului rezultate în litigii împotriva Companiei	0	0	0
Femei în poziții de management	34	41	37
Manageri locali	114	129	123
Încalcări ale legislației privind egalitatea de gen	0	0	0
Dreptul muncii			
Angajați acoperiți de contractul colectiv de muncă	1.998	1.792	1.701
Angajați membri ai unor sindicate independente	371	338	307
Sănătatea și siguranța muncii			
Decese (inclusiv în rândul contractorilor)	0	0	0
Incidența accidentelor (accidente cu > 1 zi de absență per 100 angajați)	1	1	1
Absența cauzată de boală (zile absență)	9.977	6.376	7.183
Media zilelor de absență cauzată de boală per FTE	5	4	4
Număr de angajați locali	99%	99%	99%
Absenteism	1,99%	1,39%	1,60%
Fluctuație personal	8,5%	5,70%	8,4%
Procentaj angajați care sunt incluși în programe de dezvoltare și evaluare a carierei	77%	87%	96%

Impactul indirect în cadrul lanțului de aprovizionare este cu mult mai mare decât cel pe care îl au activitățile noastre directe. Cultivarea sfecei de zahăr și prelucrarea zahărului au cea mai mare contribuție în amprenta noastră de apă iar funcționarea echipamentelor de refrigerare și ambalajele contribuie în cea mai mare măsură la emisiile de carbon. De aceea, colaborarea cu furnizorii și implicarea acestora este una dintre direcțiile cheie ale strategiei noastre de reducere a impactului asupra mediului.

- **Dezvoltăm parteneriate cu furnizorii noștri pentru sustenabilitate**
- **Stabilim standarde de responsabilitate socială în zonele în care ne desfășurăm activitatea**



Indicator	Valori anuale		
	2009	2010	2011
Număr furnizori locali	2.656	2.982	1.243
Număr furnizori externi	175	168	168

Coca-Cola HBC România își achiziționează ingredientele, ambalajele și echipamentele de la aproximativ 1.411 furnizori, dintre care 168 sunt furnizori externi și restul de 1.243 sunt furnizori locali. Principalii furnizori sunt procesatorii de zahăr și de PET, recipiente de sticlă, doze și refrigeratoare.

Indirect, comunitățile din zonele în care furnizorii noștri își desfășoară activitatea depind de performanța și sustenabilitatea companiei noastre. Ținând cont de aceste aspecte, ne-am propus să urmărim patru direcții strategice în ceea ce privește implicarea furnizorilor:

- Colaborarea cu ONG-urile și furnizorii pentru a înțelege mai bine impactul indirect al operațiunilor noastre;
- Reducerea cantităților de apă utilizate în sectorul agricol din cadrul lanțului nostru de aprovizionare;
- Dezvoltarea de tehnologii cu emisii scăzute de carbon împreună cu furnizorii de echipamente;
- Reducerea impactului în zona furnizorilor de ambalaje și închiderea ciclului de recuperare și reciclare a ambalajelor.



Alegem cu atenție furnizorii de ingrediente, echipamente și ambalaje.

Implicarea directă a furnizorilor în domeniul sustenabilității este realizată prin intermediul codurilor și principiilor de colaborare. Toate relațiile contractuale pe care le desfășurăm cu furnizorii noștri sunt susținute de norme cu privire la:

- **Mediul de lucru** - ne așteptăm ca furnizorii noștri să își trateze angajații în funcție de abilitățile acestora de a-și îndeplini obligațiile și nu pe baza caracteristicilor lor fizice sau personale sau pe baza credințelor acestora, susținând principiul nediscriminării pe criterii de rasă, culoare, sex, religie, opinie politică sau orientare sexuală.
- **Sănătatea și siguranța** - ne așteptăm ca furnizorii noștri să creeze un mediu de lucru sigur, cu politici și practici corespunzătoare, cu scopul de a reduce la minim riscul accidentelor, al rănilor și al expunerii la pericole pentru sănătate.
- **Copiii și munca forțată** - abuzul în muncă - ne așteptăm că furnizorii noștri nu vor angaja persoane care să nu aibă vârsta legală de a presta munca și nici nu vor practica abuzul fizic sau orice altă formă de abuz sau hărțuire, și nu vor utiliza munca forțată în activitatea desfășurată de aceștia.
- **Remunerațiile și beneficiile** - ne așteptăm ca furnizorii noștri să-și recompenseze angajații corect și competitiv, conform domeniului de activitate, în deplină conformitate cu legislația națională aplicabilă referitoare la remunerație și la orele de muncă și să le ofere posibilități de a-și dezvolta aptitudinile și capacitățile.

Modul în care toate acestea sunt respectate și implementate este verificat în cadrul auditurilor desfășurate la furnizori.

Dezvoltarea de tehnologii cu emisii scăzute de carbon

Cea mai mare parte a amprentei noastre de carbon provine din lanțul valoric – în principal din utilizarea refrigeratoarelor și din fabricarea ambalajelor. Prin urmare, îi încurajăm pe furnizori să dezvolte noi

tehnologii tot mai eficiente din punct de vedere energetic și al resurselor. Prin sprijinirea furnizorilor noștri, transformăm aceste tehnologii în realități comerciale.



High-Bay, depozitul complet automatizat, ne permite să reducem impactul asupra mediului.

Cele mai importante inițiative în acest domeniu sunt:

- Înlocuirea și modernizarea echipamentelor de refrigerare (mai multe detalii în Capitolul - Energia și schimbările climatice)
- Centrala Electrică de Cogenerare (CHP)
- Depozitul complet automatizat High-Bay
- Evaluarea amprentei de apă în lanțul agricol (mai multe detalii în Capitolul 7 – Grijă față de apă)



Structura depozitului High-Bay permite stocarea pe verticală, economisind astfel spațiul.

Sustenabilitatea comunităților în care ne desfășurăm activitățile este esențială pentru succesul nostru pe termen lung.

Îmbunătățirea vieții, protejarea mediului natural și apărarea drepturilor cetățenești sunt câteva dintre direcțiile pe care misiunea Coca-Cola le ia în considerare.



Legătura și colaborarea noastră cu comunitățile se bazează pe următoarele principii:

- Facilitarea de activități economice locale generatoare de valoare la nivel local;
- Dezvoltarea de programe care adresează aspecte relevante pentru comunitate;
- Dezvoltarea de parteneriate pe termen lung care pot genera rezultate sustenabile și măsurabile;
- Încurajarea implicării angajaților, comunității și a altor părți interesate.

Proiecte și inițiative naționale

Ne propunem crearea unor nuclee educate, responsabile și active ale societății civile. Acest proiect amplu a început în 2007 în parteneriat cu Tășuleasa Social, Asociația Salvați Dunărea și Delta și Mai Mult Verde prin programul **Verde 003**. De-a lungul a 3 ani, proiectul a „luat în custodie” cursul apei Dorna de la izvor pâna la vărsare, urmărind două dimensiuni: o dimensiune educațională și de voluntariat, respectiv o dimensiune practică, de ecologizare, curățare și împădurire.

Totalizând peste 5.000 de ore de pregătire a 500 de tineri din 65 de licee, proiectul a fost gândit să le ofere acestora cunoștințele necesare conducerii unei echipe în perspectiva punerii bazelor unei organizații non-guvernamentale, și anume: noțiuni de voluntariat, implicare civică, responsabilitate socială, interacțiunea actorilor sociali (organizații non-guvernamentale, autorități, companii).

În 2010, în continuarea proiectului educațional **Verde 003**, în parteneriat cu Tășuleasa Social, am inițiat la Poiana Negri **Pașaportul Verde**, o reacție la poluarea repetată a albiilor de râu cauzată de aruncarea deșeurilor

de ambalaje. Pașaportul Verde, desfășurat între 15 martie și 30 iunie 2010, și-a propus să contribuie la schimbarea mentalităților cu privire la colectarea separată a deșeurilor în zona Poiana Negri, județul Suceava. În cadrul proiectului au fost implicați peste 200 de tineri, cea mai mare parte dintre aceștia elevi la liceul din Dorna Candrenilor, și 250 de angajați Coca-Cola HBC România. Elevii din Dorna Candrenilor au participat, timp de patru luni, la un program de training în campusul Tășuleasa Social, unde au învățat despre importanța protejării mediului, despre turismul responsabil și despre obiectivele turistice din această zonă: Parcul Național Călimani și Rezervația Geologică 12 Apostoli. Pentru a-i încuraja să fie mândri de zona în care locuiesc și să-și ajute localitățile să rămână curate, Tășuleasa Social a amenajat împreună cu ei, în cadrul proiectului Pașaportul Verde, un traseu turistic până la Rezervația 12 Apostoli. Tinerii au desfășurat pe parcursul celor patru luni o campanie locală de informare în Poiana Negri și le-au vorbit sătenilor despre consecințele depozitării deșeurilor în apă și despre avantajele reciclării. La sfârșitul proiectului, peste 90% dintre localnici reciclează plasticul iar modelul propus de Tășuleasa Social a fost preluat deja de autoritățile din Lunca Ilvei, județul Bistrița-Năsăud.

În același timp, am deschis într-o fostă fabrică (Cristalina) un Centru de Educație în care tinerii află de la voluntarii Tășuleasa și de la angajații Parcului Național Călimani cum se face turism în mod responsabil și care sunt valorile culturale și de biodiversitate ale zonei. Pe lângă acestea, ei mai dobândesc cunoștințe despre protecția resurselor de apă și relația om-natură. Din iunie 2010, peste 1.200 de copii au trecut pragul acestui centru.



În 2011, în continuarea proiectului, am construit în campusul de la Piatra Fântânele al Asociației Tășuleasa Social o Pădure Pedagogică unde tinerii primesc informații despre diverse specii de plante și animale, unde pot vedea o modalitate naturală de filtrare a apei și pot participa la acțiuni destinate să le arate relația dintre om, pădure și apă.



În Pădurea Pedagogică, îi învățăm pe tineri despre importanța protejării naturii.

Celebrarea Zilei Dunării, pe 29 iunie, are ca scop conștientizarea opiniei publice asupra problemelor care pun în pericol conservarea biodiversității și a valorilor etnografice și culturale din bazinul dunărean. În anul 2008 am lansat **Cartea Dunării Albastre** (proiectul internațional **Danube Box**), un material educațional pe tema conservării și dezvoltării durabile a resurselor naturale și culturale ale Dunării, care constituie de atunci suportul didactic pentru o nouă disciplină opțională dedicată elevilor de gimnaziu din 22 de școli din bazinul dunărean. Proiectul a fost implementat în cinci țări traversate de Dunăre: Austria, Germania, Ungaria, Serbia și România.



Cartea Dunării Albastre este un ghid practic pentru elevii de gimnaziu.

În anul 2009 a fost lansată campania **Stop braconajul**, în cadrul căreia a fost înființată o linie de telefon cu apel gratuit pentru sesizarea faptelor de braconaj din Delta Dunării.

Din 2010 derulăm Festivalul Gastronomic și Etnocultural **D'ale Gurii Dunării**, care are ca scop atragerea atenției autorităților și opiniei publice asupra valorilor gastronomice și culturale ale comunităților deltaice. Tot în 2010 am derulat împreună cu Asociația Mai Mult

Verde programul **Colectarea deșeurilor: viața după colectare** prin care, pe o platformă online, utilizatorii de internet erau încurajați să scrie scrisori autorităților locale pentru a cere implementarea colectării selective a deșeurilor în zona lor. Totodată, cu sprijinul Eco-Rom Ambalaje am realizat colectarea selectivă la o serie de evenimente și concerte: Romenvirontec, ONG Fest, AC/DC, Eric Clapton, Street Delivery, Aerosmith, Liveland, Massive Attack, Gărâna, One Love, OST Fest, Padina Fest, Iarmarock etc.

Lansarea Zilei de Voluntariat – în anul 2011, Coca-Cola HBC România a oferit fiecărui angajat o zi liberă pe an, în afara concediului, pentru activități de voluntariat. Astfel, aceștia au avut oportunitatea de a se implica în cauze relevante, personale, de a acumula experiențe noi și de a contribui la dezvoltarea comunității din care fac parte.

În cadrul programului a fost dezvoltat **Pașaportul de Voluntar**, care conține o detaliere a pilonilor de CSR ai Grupului Coca-Cola Hellenic, precum și un spațiu dedicat în care se pot formula angajamentele de responsabilitate socială și se poate întreține un jurnal de activități de voluntariat. În plus, pașaportul permite înregistrarea numărului de ore folosite și arile de voluntariat alese, în vederea raportării. Pentru a maximiza folosirea Zilei de Voluntariat, angajații cu acces la e-mail au primit de-a lungul verii un ghid de voluntar, cu sfaturi, idei și exemple de bune practici.



Participarea noastră în cadrul evenimentelor și manifestărilor locale și aportul la reducerea aspectelor negative în rândul comunităților s-au materializat în anul 2011 prin oferirea de apă și băuturi răcoritoare în volum de aproximativ 400.000 de litri și contribuții sub formă de donații în valoare de 586.295 euro.

Premii și Recunoașteri

De-a lungul timpului, conduita noastră a fost apreciată și ne-a adus recunoaștere internațională și națională. Programele noastre de brand de angajator, de dezvoltare a angajaților și de comunicare internă au primit următoarele distincții:

Organizator / Competiție	Categorie	Premiu	Program
HR Club - Gala Premiilor de Excelență	Dezvoltare organizațională	Cel mai valoros proiect de Dezvoltare Organizațională	Campania de brand de angajator Talents on board!
League of American Communication Professionals - Magellan Awards	Comunicare corporate	Medalia de Argint	
League of American Communication Professionals - Spotlight Awards	Reclame	Medalia de Argint	
HR Club - Gala Premiilor de Excelență	Formarea și dezvoltarea angajaților	Cel mai valoros proiect de Formarea și Dezvoltarea Oamenilor	Programul de Dezvoltare Accelerată
Holmes Report - SABRE Awards	Comunicare internă	Certificat de Excelență	Revista internă Zoomzet & alte media
League of American Communication Professionals - Spotlight Awards	Realizări speciale	4 medalii de Aur, 1 medalie Bronz și alte 4 distincții	

Preocuparea față de mediu a dus, de asemenea, la o serie de recunoașteri ale eforturilor noastre, după cum urmează:

Organizator / Competiție	Categorie	Premiu	Program
International Business Awards (Stevie Award)	Public Affairs	Campania de PR a anului	Programul de colectare selectivă
League of American Communication Professionals - Magellan Awards	Relații comunitare	Medalia de aur	
Holmes Report - SABRE Awards	Public Affairs	Nominalizare	
International Public Relations Association Golden World Awards	Public Affairs	Nominalizare	
Millenium People - Gala Societății Civile	Protecția mediului	Mențiune	
Chartered Institute of Public Relations (CIPR) - CIPR Excellence Awards	Responsabilitate socială corporativă	Nominalizare	Programul Adoptă un râu de la izvoare până la vărsare
International Business Awards (Stevie Awards)	Relații comunitare	Medalia Distinguished Honoree	
FoodBev - Beverage Innovation Awards (BIA)	Cea mai bună inițiativă de mediu	Locul 4	
International Public Relations Association - Golden World Awards	Comunicare internă	Nominalizare	Eco & Safe Driving: Grijă pentru mediu începe din mașina mea
League of American Communication Professionals	Comunicare internă	Medalia de aur	
Business Review - Business Review Investment Awards	Afacere curată	Afacerea cu cel mai redus impact asupra mediului înconjurător din România	Centrala de Cogenerare

Tabel al indicatorilor de mediu

Producie	litri
Producție totală de băuturi (litri)	922.139.199,00

Domeniu	Indicator GRI	Cantitate totală 2011	Cantitate relativă 2011
MATERIALE		tone	g/lbp
Materiale utilizate	EN1	107.702	116,80
Procentaj de material din surse reciclate	EN2	15-25%	
ENERGIE		milioane MJ	MJ/lbp
Consum de energie directă (fabrici și flotă)	EN3	378	0,41
Consum de energie primară	EN4	115	0,12
Economie de energie în fabrici de îmbuteliere (exprimată față de 2004 ca referință)	EN5	0,37	0
Inițiative pentru eficiență energetică și energie regenerabilă	EN6	Pag. 9, 16, 17, 32-34	
Inițiative pentru reducerea consumului indirect de energie	EN7	Pag. 32-37	
APĂ		mii litri	Litri / lbp
Apă utilizată	EN8	1.645	1,86
Apă extrasă per sursă (% din surse municipale)	EN8	0%	0
Habitate afectate prin extragerea apei	EN9	0	0
Apă reutilizată sau reciclată	EN10	2	0,001
BIODIVERSITATE			
Suprafață totală de teren în proprietate (m ²)	-	323.467	
Teren în proprietate în habitate protejate	EN11	0	0
Impacturi majore asupra biodiversității	EN12	Nu este cazul	
Schimbări provocate habitatelor naturale rezultate din operațiuni	EN14	Nu este cazul	
Programe pentru protejarea habitatelor	EN13	Pag. 26, 30, 31, 47, 48	
Specii pe cale de dispariție aflate în habitate afectate de operațiuni	EN15	Nu este cazul	
EMISII, EFLUENȚI ȘI DEȘEURI		tone	g/lbp
Emisii de gaze cu efect de seră din operațiuni	EN16	31.108	33,73
Emisii indirecte de gaze cu efect de seră	EN17	121.829	132,12
Programe pentru reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră	EN18	Pag. 32-37	
DEȘEURI		tone	g/lbp
Cantitate totală de deșeuri solide	EN22	4.860	5,29
Reciclare și recuperare de energie	EN22	3.207	3,48
Deșeuri periculoase generate	EN22	2,3	0,02

Domeniu	Indicator GRI	Cantitate totală 2011	Cantitate relativă 2011
Deversări în apă		1000 litri	Litri / lbp
Cantitatea de apă reziduală deversată	EN21	643	0,697
Total COD care ajunge în mediul natural	EN21	0	0
Habitate afectate de deversările în apă	EN25	0	0
Deversări de chimice, uleiuri, combustibili	EN23	0	0
Inițiative pentru reducerea impacturilor de mediu ale produselor și serviciilor și gradul reducerii impacturilor	EN26	Pag. 16-18	
TRANSPORT			ml/lbp
Impacturi de mediu legate de transport	EN29	Serviciu extern	
Număr de vehicule	EN29	803	
Consum de combustibil (milioane litri)	EN29	1,65	1,78

Tabel al indicatorilor sociali, economici si de produse

Domeniu	Indicator GRI	2011
Produse și servicii		
Proporția ambalajelor returnabile	EN27	100%
Gradul de reciclare a deșeurilor de ambalaje (atins/realizat)	EN27	57,6%
Incidente și amenzi pentru neconformitate cu legi și regulamente de mediu	EN28	0
Dezvoltarea angajaților		
Personal total (nr. de angajați)	LA1	1.701
Proporția venitului standard la nivelul de bază comparativ cu venitul minim pe economie la nivel local	EC5	+50%
Training și dezvoltare		
Media nr. de ore de instruire per angajat	LA10	26,87
Angajați care primesc evaluări regulate privind performanța și dezvoltarea carierei	LA12	96%
Femei în poziții de management	LA13	29,3%
Egalitate salarială între bărbați și femei	LA14	98%
Drepturile omului		
Nr. de încălcări ale drepturilor omului care determină procese împotriva Companiei	HR4	0
Egalitate și diversitate		
Manageri locali	EC7	123
Încălcări ale legislației de egalitate	HR4	0

Domeniu	Indicator GRI	2011
Drepturile muncii		
Angajați acoperiți de contractul colectiv de muncă	LA4	100%
Angajați membri ai unor sindicate independente	LA4	307
Sănătate și securitate		
Decese (inclusiv în rândul contractorilor)	LA7	0
Incidența accidentelor (accidente cu > 1 zi de absență per 100 angajați)	LA	1
Absență cauzată de boală (zile absență)	LA7	7.183
Media zilelor de absență cauzată de boală per FTE	LA7	4
Nr. de fabrici certificate OHSAS 18001		3
Sănătatea consumatorului		
Nr. de produse noi lansate		9
Conținutul mediu de calorii (per 100ml)		28,6 kcal/100ml
Procentajul produselor etichetate conform ghidurilor DZR (doze zilnice recomandate)	PR3	100%
Natura, scopul și eficacitatea oricăror programe și practici care promovează un stil de viață sănătos; prevenirea bolilor cronice; accesul la alimente sănătoase, nutritive și ieftine; și bunăstarea comunităților cu nevoi	FP4	Pag. 38-40, 42
Nr. de fabrici certificate ISO 9001		3
Nr. de fabrici certificate ISO 22000	FP5	3
Procentajul volumului de producție din fabrici certificate de o terță parte independentă conform sistemelor de management al siguranței alimentare, recunoscute pe plan internațional	FP5	100%
Stadii ale ciclului de viață în care impacturile de sănătate și siguranță ale produselor și serviciilor sunt evaluate în vederea îmbunătățirii, și procentajul categoriilor de produse și servicii care fac obiectul unor astfel de proceduri	PR1	Producție (100%)
Neconformitate cu reguli și coduri facultative referitoare la impacturile de sănătate și siguranță ale produselor	PR2	0
Incidente de neconformitate cu reguli și coduri facultative referitoare la comunicările de marketing	PR7	0
Implicarea furnizorilor		
Furnizori locali	EC	88,1%
Comunitate		
Investiții comunitare (milioane EURO)	EC1	0,58
Procentajul angajaților instruiți în politicile și procedurile organizației privind lupta împotriva corupției	S03	100%
Poziții exprimate față de politici publice, participarea în dezvoltarea politicilor publice și lobby	S05	Pag. 24, 25, 26
Performanța economică		
Contribuții politice	S06	0
Numărul locurilor de muncă susținute în lanțul de aprovizionare și distribuție	EC9	9
Valoarea totală a impozitelor plătite		229.865.265 RON

Indicator	Pagina
Analiză & Strategie	
1.1	2, 4-5, 28
1.2	4, 7-10, 15-30, 32-40, 45-47
Profil Organizațional	
2.1	Coperta față, 5, 11
2.2	5, 11, 12, 14, 38
2.3	12, 13, 14, 16, 41
2.4	Int. coperta spate, 5, 13
2.5	5, 13
2.6	5, 14
2.7	14
2.8	5, 11, 16, 17, 28
2.9	Nu este cazul
2.10	16, 24, 25, 49
Parametrii Raportului	
3.1	Cuprins, 2, 6
3.2	Nu este cazul
3.3	Anual
3.4	Int. coperta spate, Despre raport(2)
3.5	Despre raport (2), Cuprins
3.6	Despre raport (2), Cuprins
3.7	Despre raport (2), Cuprins
3.8	Despre raport (2), Cuprins
3.9	Despre raport (2), Cuprins
3.10	N/A
3.11	N/A
3.12	54-55
3.13	N/A
Conducere, Angajamente, Implicare	
4.1	19, 20
4.2	19
4.3	N/A
4.4	21, 22
4.5	N/A
4.6	20
4.7	20

Indicator	Pagina
4.8	19, 21-26, 33, 34, 36, 42, 43, 46, 47
4.9	42, 43
4.10	20
4.11	20
4.12	22, 23, 27, 32, 38, 39
4.13	4-6, 17, 25, 26, 30, 31, 36, 37, 39, 40, 47
4.14	18, 24, 25
4.15	24, 25, 26, 27
4.16	26
4.17	26, 27, 45
Mediu	
EN1	16, 38, 40, 50
EN2	50
EN3	8, 28, 32, 33, 50
EN4	50
EN5	33, 50
EN6	9, 16, 17, 32-34
EN7	32-37
EN8	8, 16, 28-30, 40, 50
EN9	Nu este cazul
EN10	30, 50
EN11	Nu este cazul
EN12	Nu este cazul
EN13	26, 30, 31, 47, 48
EN14	Nu este cazul
EN15	Nu este cazul
EN16	33
EN17	33-35, 50
EN18	32-37
EN19	N/A
EN20	N/A
EN21	28, 51
EN22	8, 35, 51
EN23	Nu este cazul
EN24	N/A

Indicator	Pagina
EN25	Nu este cazul
EN26	16-18
EN27	17, 37, 51
EN28	Nu este cazul
EN29	17, 32, 33, 51
EN30	Nu este raportat public
Drepturile Omului	
HR1	N/A
HR2	N/A
HR3	N/A
HR4	43, 44, 52
HR5	Nu este cazul
HR6	Nu este cazul
HR7	Nu este cazul
HR8	N/A
HR9	Nu este cazul
Practici legate de muncă & Muncă Decentă	
LA1	11, 16, 41, 44, 51
LA2	partial / 43, 44
LA3	N/A
LA4	44
LA5	N/A
LA6	N/A
LA7	10, 17, 33, 42, 44, 52
LA8	partial / 42
LA9	N/A
LA10	10, 43-44, 51
LA11	N/A
LA12	43, 44, 51
LA13	43, 44, 51
LA14	43, 51
FP3	Nu este cazul
Societate	
S01	N/A
S02	N/A
S03	19, 21, 43, 53

Indicator	Pagina
S04	N/A
S05	18, 25, 26, 53
S06	Nu este cazul, 24
S07	N/A
S08	N/A
FP4	38-40, 42, 52
Responsabilitatea față de consumatori	
PR1	40, 52
PR2	Nu este cazul
PR3	27, 52
PR4	Nu este cazul
PR5	N/A
PR6	38, 39
PR7	Nu este cazul
PR8	N/A
PR9	N/A
FP5	4, 6, 10, 17, 20, 40, 52
FP6	N/A
FP7	N/A
FP8	N/A
Economic	
EC1	48, 53
EC2	N/A
EC3	N/A
EC4	Nu este cazul
EC5	43, 51
EC6	N/A
EC7	44, 52
EC8	N/A
EC9	11, 18, 53

Nu este cazul - Nu există situații cu privire la informațiile solicitate de către indicator sau valoarea indicatorului este 0

N/A - Informații nedisponibile

ADI: Federația Asociațiilor de Dezvoltare Intercomunitară

ANBR: Asociația Națională a Băuturilor Răcoritoare

Cantitatea specifică de deșeuri: Indicator (KPI) utilizat de Coca-Cola Hellenic pentru măsurarea generării deșeurilor în fabricile de îmbuteliere, exprimat în grame per litru de băutură produsă (g/lbp)

Caring for Climate: Protocol privind emisiile de gaze cu efect de seră, format care permite participanților din cadrul UN Global Compact să propună soluții practice la schimbările climatice și ajută la formularea politicilor și atitudinilor publice

CEO Water Mandate: Lansat de către UN Global Compact pentru promovarea unui format/cadru pe care companiile să-l utilizeze în operațiunile și lanțurile lor valorice

CFC: Clorofluorocarbon

Client: Rețea de vânzare cu amănuntul, restaurant sau orice altă afacere care comercializează sau servește produsele Coca-Cola Hellenic consumatorilor

Coca-Cola HBC România: Subsidiara din România a companiei de îmbuteliere Coca-Cola Hellenic S.A.

Coca-Cola Hellenic Business Services Organisation (BSO): Companie nou-înființată pentru standardizarea, centralizarea, coordonarea și simplificarea anumitor procese de Finanțe și Resurse Umane

Coca-Cola Hellenic: Compania de Îmbuteliere Coca-Cola Hellenic S.A., și după cum poate rezulta din context, subsidiarele și asocierile sale în participație. De asemenea numită "Compania" sau "Grupul"

Coca-Cola System: Sistemul de afaceri care cuprinde Compania Coca-Cola și partenerii săi îmbuteliatori

Cold Drink Equipment (CDE): Echipament de refrigerare (vitrine, tonomate și dozatoare) localizate în spații comerciale, utilizate pentru răcirea băuturilor pentru consum imediat

Combined Heat and Power (CHP): Centrala Termică și Electrică Combinată - un sistem generator de energie care poate produce electricitate, căldură, răcire și în unele cazuri CO₂ într-un sistem combinat

Consum specific de apă: Indicator (KPI) utilizat de Coca-Cola Hellenic pentru măsurarea consumului de apă în fabricile de îmbuteliere, exprimat în litri de apă per litru de băutură produsă (l/lbp)

Consum specific de energie: Indicator (KPI) utilizat de Coca-Cola Hellenic pentru măsurarea consumului de energie în fabricile de îmbuteliere, exprimat în megajouli de energie consumată per litru de băutură produsă (MJ/lbp)

Consumator: Persoană care consumă băuturile Coca-Cola Hellenic

Corporate Social Responsibility (CSR): Responsabilitate Socială Corporativă

Deșeu menajer către deponeu: deșeu provenit din operațiuni de îmbuteliere care nu este reciclat, reutilizat sau incinerat cu recuperarea căldurii degajate, dar care este trimis la deponeu pentru eliminare, exprimat în tone

Distribuție: Transferul produsului din fabrica de îmbuteliere către punctul de comercializare; include vânzări, livrări, mercantizare și gestionare locală

Dow Jones: Indexul de Sustenabilitate (Global și STOXX)

EcoDriving: Program pentru conducătorii auto din cadrul companiei, care promovează condusul responsabil și ecologic

Fabrica de îmbuteliere: Unitate de producție a băuturilor incluzând depozite, ateliere, instalații și alte clădiri asociate de pe aceeași platformă

Full Time Equivalent (FTE): Echivalența normei întregi - unitate care indică volumul de muncă al unui angajat, măsurată ca raportul dintre orele de muncă plătite pentru o anumită perioadă (normă întreagă, normă parțială) și numărul total de ore de lucru din acea perioadă, de luni până vineri

Global Reporting Initiative (GRI): Ghidul de raportare a sustenabilității și cea mai uzitată formă de raportare a performanței de CSR

Gradul de reciclare a deșeurilor: Indicator (KPI) utilizat de Coca-Cola Hellenic pentru măsurarea procentajului deșeurilor din fabricile de îmbuteliere care este reciclat sau recuperat

Greenhouse Gas (GHG): Protocol internațional intens utilizat care permite organizațiilor să cuantifice și să gestioneze emisiile de gaze cu efect de seră

Guideline Daily Amount (GDA): Doza zilnică recomandată

Glosar de termeni și abrevieri

High-Bay: depozit inteligent complet automatizat, destinat depozitării și recuperării stocurilor

Hydrocarbon (HC): R290 & R600 - agent frigorific natural

Hydrofluorocarbon (HFC): Hidrofluorocarbon - compus chimic utilizat în echipamentele de răcire, care contribuie la fenomenul de încălzire globală

Îmbuteliatori: entități de business care produc, comercializează și distribuie băuturi ale Companiei Coca-Cola prin acord de franciză

International Commission for Protection of the Danube River (ICPDR): Comisia Internațională pentru Protecția Fluviului Dunărea este partenerul nostru în programul Dunărea Verde

International Council of Beverages Associations (ICBA): Consiliul Internațional al Asociațiilor Producătorilor de Băuturi Nealcolice

International Standards Organization (ISO): Organizația Internațională pentru Standarde (de calitate - ISO 9001, managementul mediului - ISO 14001, securității și sănătății ocupaționale - ISO 18001, securității alimentare ISO 22000 și PAS 220)

KPI: Indicator principal (esențial) de performanță

Litres of Produced Beverages (lpb): Litri de Băuturi Produse - unitate de referință pentru indicatorii de mediu

London Benchmarking Group (LBG): Instrument (model) utilizat de către afaceri de top pentru măsurarea implicării corporative în comunitate

OIM: Organizația Internațională a Muncii

Operațiuni: Activități de fabricație (fabrici de îmbuteliere) și distribuție (vehicule) sub controlul nostru operațional

PET-to-PET or Bottle-to-Bottle: Sistem de reciclare pentru sticle PET postconsum, prin care sticlele sunt colectate, sortate, curățate, topite și transformate în material nou pentru fabricarea sticlelor PET preformate

Play to Win: Cadrul strategic "Jucăm pentru a câștiga" pentru anul 2020

Polyethylene Terephthalate (PET): O formă de poliester utilizată pentru producerea sticlelor ușoare

și rezistente la șocuri, destinate băuturilor, alimentelor și altor produse nealimentare. Poate fi reciclat în recipiente noi, îmbrăcăminte, mochete, piese auto și materiale industriale

Ready-to-Drink (RTD): Produs gata de băut

Reducerea greutateii: Reducerea cantității de materii prime utilizate pentru obținerea ambalajelor mai ușoare

SAP Wave 2: Sistem care permite standardizarea proceselor și sistemelor cheie pentru valorificarea competențelor operaționale la nivelul Grupului

Stewardship Water Protection Plan (SWPP): Plan de protecție a surselor de apă

Supplier Guiding Principles (SGPs): Cerințele Coca-Cola Hellenic adresate furnizorilor, din punct de vedere social și al mediului

The Coca-Cola Company (TCCC): Liderul mondial al concentratelor și siropurilor nealcolice utilizate pentru producerea a aproximativ 400 de tipuri de băuturi sub licență

UN Global Compact (UNGC): Cea mai mare inițiativă mondială a comunității corporative care asigură cadrul de afaceri pentru alinierea strategiilor cu propriile sale 10 principii care promovează drepturile muncii, drepturile omului, protecția mediului și lupta împotriva corupției

Union of European Soft Drinks Associations (UNESDA): Uniunea Asociațiilor Europene a Producătorilor de Băuturi Nealcolice



Publicat de Coca-Cola HBC România

Pentru informații sau sugestii cu privire la raport,
vă rugăm să ne scrieți la
responsabil@cchellenic.com